

เลขที่สัญญารับทุน 35/2558

รหัสโครงการ 2558A13902057



การวิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วย
ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

Research and Development for Buriram Province Tourism Public
Relations by Geographic Informatics System

โดย
สายใจ ทันการ และคณะ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

พ.ศ. 2558

(ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์) เลขที่สัญญาฯรับทุน 35/2558
รหัสโครงการ 2558A13902057



การวิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วย

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

Research and Development for Buriram Province Tourism Public
Relations by Geographic Informatics System

โดย

สายใจ ทันการ และคณะ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

พ.ศ. 2558

(ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์)



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์ความช่วยเหลือจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายท่าน ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณ และขอกล่าวอ้างไว้ดังนี้

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อาจารย์พิสมัย ประธานันท์ ผู้อำนวยการ สถาบันวิจัยและพัฒนา รองศาสตราจารย์มาลินี จุฑาปะมา อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สนับสนุนทุนส่งเสริมการทำวิจัยและให้โอกาสในการทำงาน

รองศาสตราจารย์ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์ ครูเจ้าของตำรา ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผู้ให้ความรู้และให้แนวทางในการทำวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิจิตร เรืองเดช ครูผู้ชี้แนะแนวทางการเป็นนักวิจัยทุกสถานการณ์ อาจารย์วันดี เที่ยรสวัสดิ์กิจ คุณวิมล ชอบสุข ครูผู้ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

ผู้นำชุมชนและประชาชนทุกอำเภอ ในจังหวัดบุรีรัมย์ ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ ทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการออกเก็บข้อมูล

ท้ายที่สุด ขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสารตำราที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงทุกเล่ม ทุกสื่อจนทำให้การทำงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สายใจ ทั้นการ และคณะ

ตุลาคม 2559

โครงการวิจัย	การวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
ผู้วิจัย	สายใจ ทันการ และคณะ
ปีที่ทำวิจัย	พ.ศ. 2558

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 3) เพื่อแสดงข้อมูลการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,661,835 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปโดยใช้ตารางของ ทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แล้วทำการสุ่มไปตามอำเภอต่าง ๆ ตามสัดส่วน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม เชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และใช้การสนทนากลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดบุรีรัมย์มี 23 อำเภอ มีแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอ การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงาน คือ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำกับข้อมูลทั้งสองส่วน สำหรับฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวนิยมออกแบบและจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลประเภทจุด โดยข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนฐานข้อมูลเชิงบรรยายจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลตาราง ซึ่งสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ อาทิ ค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ สถานที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) ประวัติความเป็นมา รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ฯลฯ และการแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์กระทำได้ 2 วิธี คือ การนำเสนอใน

รูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ (Hardcopy) และการนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Softcopy) สำหรับการนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นรูปแบบการนำเสนอแผนที่ที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีต แผนที่ที่นำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการแสดงผลแบบถาวรและสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเสนอแผนที่ผ่านหน้าจอบริษัทคอมพิวเตอร์ สามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้ สามารถปรับแก้เนื้อหาได้สะดวก โดยเฉพาะแผนที่บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าถึงแผนที่และใช้ประโยชน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การนำเสนอแผนที่ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ยังมีข้อจำกัดอีกหลายประการ อีกทั้งข้อจำกัดในการนำไปใช้ในภาคธุรกิจและอุปกรณ์

อิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทให้มีขนาดเล็กและสามารถพาได้สะดวกก็ตาม

คำหลัก การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

Research Project Research and Development for Buriram Province Tourism Public Relations by Geographic Informatics System

Researchers Saijai Tangarn and Others

Year 2015

Abstract

The current study, Research and Development for Buriram Province Tourism Public Relations by Geographic Informatics System, had 3 purposes: 1) to survey tourist attractions of all districts in Buriram province, 2) to design and develop the database of Geo-Informatics system for Buriram public relations, and 3) to present all Buriram districts' tourist attractions information through Geo-Informatics system. The research population refers to people living in various districts of Buriram and the number was 1,661, 835. The 400 samples were figured out by consulting Taro Yamane Table; then the researcher did stratified random sampling across all districts; and lastly the researcher applied simple random sampling to finalize the informants. The quantitative research instrument was a set of questionnaires, while the qualitative instruments were an interview form and a group discussion. The quantitative information was analyzed by percentage, mean, standard deviation, and variance. The qualitative data was analyzed through content analysis. The findings revealed all districts have the tourist attractions and there are two kinds of Geo-Informatics system database: local database and descriptive database. Therefore, designing and developing the database of Geo-Informatics system must base on these two kinds of information. Generally, the local database of the tourist

attractions has been designed and kept in the form of dot data. Each dot represents the location of a tourist attraction, while the descriptive database was kept in the form of tables. These databases can be designed in accordance with purposes and contents expected to present such as the coordinates of a place, location (sub districts, districts, or provinces), history, and details of each place. The information presentation can be done through a hard copy and soft copy (electronic form). Hard copy information that has been used for a long time is a map. It is permanent information and easy moving. Electronic information, on the other hand, is presented through computers. The users can have dialogues with this kind of presentation, adjust and edit the contents conveniently. The maps on the Internet, for example, most people can easily access and take benefits from the maps. However, the maps in the Internet still have had many limitations, including the limitation in field using. Although computers and many types of electronic devices have been made smaller and portable, they still have many limitations in field.

Keywords: Tourism, Public Relations, Geographic Informatics System

เรื่อง	สารบัญ	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ก
Abstract		ข
กิตติกรรมประกาศ		ค
สารบัญ		ง
บทที่ 1 บทนำ		1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย		1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย		3
1.3 คำถามการวิจัย		3
1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย		3
1.5 พื้นที่ดำเนินการดำเนินการวิจัย		4
1.6 ผลที่จะได้รับและผู้รับประโยชน์จากโครงการวิจัย		4

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	19
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์	32
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	47
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	47
3.1.1 วิธีการศึกษา	47
3.1.1.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ	47
3.1.1.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ	47
3.1.2 ประชากร	47
3.1.3 กลุ่มตัวอย่าง	48
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	49
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	50
3.6 การนำเสนอข้อมูล	50
	สารบัญ (ต่อ)
เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	51
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	104
5.1 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	104
5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	104
5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	105
5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	106

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	106
5.6 การนำเสนอข้อมูล	106
5.7 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล	106
5.9 ข้อเสนอแนะ	111
บรรณานุกรม	112
ภาคผนวก	115
เครื่องมือในการวิจัย	
ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย	118



บทความวิจัย

ชื่อโครงการวิจัย	การวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
ผู้วิจัย	สายใจ ทันทการ และคณะ
ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตุลาคม พ.ศ. 2558

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 3) เพื่อแสดงข้อมูลการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,661,835 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปโดยใช้ตารางของ ทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แล้วทำการสุ่มไปตามอำเภอต่าง ๆ ตามสัดส่วน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม เชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และใช้การสนทนากลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดบุรีรัมย์มี 23 อำเภอ มีแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอ การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงาน คือ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำกับข้อมูลทั้งสองส่วน สำหรับฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวนิยมออกแบบและจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลประเภทจุด โดยข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนฐานข้อมูลเชิงบรรยายจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลตาราง ซึ่งสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ อาทิ ค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ สถานที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) ประวัติความเป็นมา รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ฯลฯ และการแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์กระทำได้ 2 วิธี คือ การนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ (Hardcopy) และการนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Softcopy) สำหรับการนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นรูปแบบการนำเสนอแผนที่ที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีต แผนที่ที่นำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการแสดงผลแบบถาวรและสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเสนอแผนที่ผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ สามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้ สามารถปรับแก้

เนื้อหาได้สะดวก โดยเฉพาะแผนที่บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าถึงแผนที่และใช้ประโยชน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแผนที่ผ่านอินเทอร์เน็ตก็ยังมีข้อจำกัดอีกหลายประการ อีกทั้งข้อจำกัดในการนำไปใช้ในภาคสนาม แม้ปัจจุบันจะมีการพัฒนาคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทให้มีขนาดเล็กและสามารถพาได้สะดวกก็ตาม

คำหลัก การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

Research Project Research and Development for Buriram Province Tourism
Public Relations by Geographic Informatics System

Researchers Saijai Tangarn and Others

Year 2015

Abstract

The current study, Research and Development for Buriram Province Tourism Public Relations by Geographic Informatics System, had 3 purposes: 1) to survey tourist attractions of all districts in Buriram province, 2) to design and develop the database of Geo-Informatics system for Buriram tourism public relations, and 3) to present all Buriram districts' tourist attractions information through Geo-Informatics system. The research population refers to people living in various districts of Buriram and the number was 1,661, 835. The 400 samples were figured out by consulting Taro Yamane Table; then the researcher did stratified random sampling across all districts; and lastly the researcher applied simple random sampling to finalize the informants. The quantitative research instrument was a set of questionnaires, while the qualitative instruments were an interview form and a group discussion. The quantitative information was analyzed by percentage, mean, standard deviation, and variance. The qualitative data was analyzed through content analysis. The findings revealed all districts have the tourist attractions and there are two kinds of Geo-Informatics system database: local database and descriptive database. Therefore, designing and developing the database of Geo-Informatics system must base on these two kinds of information. Generally, the local database of the tourist attractions has been designed and kept in the form of dot data. Each dot represents the location of a tourist attraction, while the descriptive database was kept in the form of tables. These databases can be designed in accordance with purposes and contents expected to present such as the coordinates of a place, location (sub districts, districts, or provinces), history, and details of each place. The information presentation can be done through a hard copy

and soft copy (electronic form). Hard copy information that has been used for a long time is a map. It is permanent information and easy moving. Electronic information, on the other hand, is presented through computers. The users can have dialogues with this kind of presentation, adjust and edit the contents conveniently. The maps on the Internet, for example, most people can easily access and take benefits from the maps. However, the maps in the Internet still have had many limitations, including the limitation in field using. Although computers and many types of electronic devices have been made smaller and portable, they are still not suitable

Keywords: Tourism, Public Relations, Geographic Information System

บทนำ

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป เช่น เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ ศึกษาหาความรู้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะมีองค์ประกอบหลายประการ อาทิ วิธีการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว การพักค้างแรม การทานอาหาร ของฝากของที่ระลึก ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ รวมถึงความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ได้

ระบบการท่องเที่ยว (The tourism system) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันและมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีขั้นตอน ระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งสำคัญ 4 ส่วน (นิศา ชัชกุล. 2554 : 78-88) คือ 1.ตลาด (Market) ตลาดการท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้ซื้อ (Buyer) สินค้าหรือบริการ (Product or Service) และผู้ขายหรือผู้ผลิต (Seller or Service) 2. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) รูปแบบการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวและส่วนแบ่งทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มผู้ซื้อกลุ่มต่าง ๆ ตลอดจนการจัดหาพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว 3. จุดหมายปลายทาง (Destination) ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจและการบริการหรือที่เรียกว่าทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ถ้าจุดหมายปลายทางนั้นมีประโยชน์และมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค กระบวนการซื้อซ้ำ (Repeat) อาจเกิดขึ้นในกระบวนการนี้ได้ นักท่องเที่ยวจะมีรูปแบบหรือขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่ยาก-ง่ายแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งดึงดูดใจและบริการการท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าหรือบริการ ราคาหรือความคุ้มค่า ความสะดวกสบายและสถานการณ์ในขณะที่มีการตัดสินใจซื้อ 4.

การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการที่มีส่วนประกอบ อาทิ การศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาวิจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาด การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การคิดค้นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางใหม่ รวมถึงการหาวิธีการจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น จากนั้นมีการจัดการทางการตลาด การจัดการส่วนผสมทางการตลาดให้เกิดความสมดุลและเหมาะสมกับธุรกิจ เช่น มีการจัดการด้านการจัดจำหน่าย (Distribution) เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลข่าวสารที่เชิญชวนเร้าใจและเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ การจัดการทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของสังคมได้อย่างรวดเร็ว สำหรับการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ คือ สินค้าหรือบริการ, ราคา, สถานที่หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, คนหรือบุคลากร, รายการหรือโปรแกรมนำเที่ยวและการเป็นหุ้นส่วนหรือความร่วมมือ

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีการจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการบริหารงานแบบบูรณาการ โดยริเริ่มจัดตั้งโดยการกำหนดจังหวัดต้นแบบการบริหารงานแบบบูรณาการ ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551 ที่ได้แบ่งกลุ่มจังหวัดในประเทศไทยออกเป็น 18 กลุ่มจังหวัด และกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการ ของกลุ่มจังหวัด กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วยจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ โดยให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1, 2555)

บุรีรัมย์เป็นเมืองแห่งความรื่นรมย์ตามความหมายของชื่อเมือง เป็นเมืองที่น่าอยู่ อาศัยและเป็นเมืองที่น่ามาเยือนสำหรับคนต่างถิ่น จังหวัดบุรีรัมย์มากไปด้วยปราสาทหินใหญ่น้อย อันหมายถึงความรุ่งเรืองมาแต่อดีตของอาณาจักรขอมโบราณครั้งเรืองอำนาจ (มนต์เสน่ห์แห่งนครชัยบุรีรินทร์, <http://www.nakhonchaiburin.org/>: 2555) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์มีหลากหลายทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่น่าสนใจมากมายทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ กู่สวนแตง ปราสาทหนองหงส์ อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก เขื่อนลำนางรอง กิจกรรม ประเพณี และแหล่งผลิตสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ กระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวเช่นนี้ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจลำบากในการเลือกเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดเส้นทางสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวของประชาคมอาเซียน ซึ่งจากข้อมูลการสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2548-2553 ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่านักท่องเที่ยวอาเซียนมี

ความสำคัญต่อประเทศไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในปี 2553 นักท่องเที่ยวอาเซียนมีจำนวนมากที่สุด 4,415,789 คน คิดเป็นร้อยละ 27.87 ของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว, 2555: <http://tourism.go.th/2010/th/news/view.php?ItemID=2220>)

คณะผู้วิจัยได้มีโอกาสสนทนาประเด็นสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ กับท่านผู้อำนวยการวิมล ชอบสุข ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2555) ท่านได้ให้ข้อคิดว่าจังหวัดบุรีรัมย์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมาก มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เป็นเมืองน่าเที่ยว สถานการณ์ที่ผ่านมาเป็นลักษณะ “การทำเองเที่ยวเอง” สาเหตุเพราะขาดการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องหลายส่วน เช่น ขาดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวในบ้านตนเอง ผู้ประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจเจกชน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาแล้วจึงไม่จดจำ ไม่มีการเรียนรู้ ไม่มีการซื้อซ้ำ ทางด้าน อาจารย์วันดี เขียรสวัสดิ์กิจ นายกสมาคมท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2555) กล่าวว่า จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวและมีแหล่งเรียนรู้หลายแห่งทั้งด้านวัฒนธรรมและชุมชนเข้มแข็ง แต่ระบบการท่องเที่ยวยังขาดการบริหารจัดการที่ดี ขาดคนผลิตและขาดคนซื้อ (นักท่องเที่ยว) ทำอย่างไรจึงจะมีคนมาเที่ยวบุรีรัมย์ให้มากขึ้น ที่ผ่านมามีคนมาเที่ยวบุรีรัมย์ส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวโดยตรงแต่มาในลักษณะแอบแฝง เช่น มาธุระเป็นเส้นทางผ่าน มาประชุม สัมมนา เลisure เที่ยว การท่องเที่ยวจะเติบโตได้เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วพักค้างคืน มีกิจกรรมร่วมในชุมชนนักท่องเที่ยวจะเกิดการจดจำและจะกลับมาอีก

จากข้อมูลดังกล่าว ประกอบกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ยุทธศาสตร์ที่ 1 เรื่อง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินงานคือการพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศและซอฟต์แวร์ ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ e-commerce อย่างแพร่หลาย ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์และการเชื่อมโยงระบบบริการต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ใช้ต้องการได้อย่างรวดเร็วเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว ซึ่งฐานข้อมูลที่จะแสดงประกอบด้วยข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้ง 23 อำเภอ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวมนุษย์สร้างขึ้น ประเพณีในชุมชน พักการเดินทาง โรงแรม /ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก วัด /ศาสนสถาน สถานพยาบาล สถานันทนาการ สถานบันเทิง ศูนย์บริการท่องเที่ยว

วิธีการศึกษา คณะผู้วิจัยใช้การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้ ข้อมูล

เชิงคุณภาพ ศึกษาจากตำรา เอกสารเชิงวิชาการ เอกสารข้อมูลจากเว็บไซต์ จากงานวิจัย จากการเข้า
อบรมสัมมนาที่ผู้สนับสนุนทุนจัดให้ และจากการสนทนากับผู้รู้ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากนั้นนำ
ข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยว
ทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า / สถานที่ซื้อของ
ฝาก สถานบันเทิง สถานพยาบาล สถานีตำรวจ และ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว เป็นต้น ข้อมูลเชิงปริมาณ
หลังจากศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพแล้ว นำข้อมูลมาสังเคราะห์และสร้างเครื่องมือในการวิจัย **เครื่องมือที่**
ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามหลัก 1 ชุด คณะผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามนั้นมาใส่ประเด็นเนื้อหา
ต่าง ๆ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง
ขึ้น โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า / สถานที่ซื้อของ สถานบันเทิง สถานพยาบาล สถานีตำรวจ
และ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ประชากร ประชากรในการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอต่าง ๆ
ของจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,573,438 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 2 กันยายน 2556) **กลุ่มตัวอย่าง** ได้จาก
การสุ่มประชากร โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละอำเภอ ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปโดยใช้ตาราง
ของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95.5% และความคลาดเคลื่อน $\pm .5\%$
ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แล้วทำการสุ่มไปอำเภอต่าง ๆ ตามสัดส่วน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย
(Simple Radom Sampling) (ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์, ดิเรก ศรีสุข. 2537. :
106) **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล** คือ แบบสอบถามตรวจสอบความคิดเห็น และแบบสัมภาษณ์
เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม **เชิงคุณภาพ** ใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และใช้
การสนทนากลุ่มย่อย **วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ** ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน **ข้อมูลเชิงคุณภาพ** ใช้การวิเคราะห์
เนื้อหา

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล จากคำถามข้อที่ 1 จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวที่ใดบ้าง
สรุปเป็นรายอำเภอได้ดังนี้ **อำเภอเมือง** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. ศาลหลักเมืองจังหวัดบุรีรัมย์
2. วนอุทยานเขากระโดง 3. วัดกลางพระอารามหลวง 4. ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ 5. สนามไอโมบาย
6. บุรีรัมย์คาสเซิล 7. วัดป่าเขาน้อย 8. อ่างเก็บน้ำห้วยตลาดและสวนนก 9. ถนนคนเดิน 10. สวนน้ำ
Play Park Buriram **อำเภอพลับพลาย** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดโคกขมิ้น **อำเภอประโคนชัย** มี
แหล่งท่องเที่ยว คือ 1.ปราสาทหินเมืองต่ำ 2. ปราสาทบ้านบุ 3. พระพุทธประโคนชัยมหามิ่งมงคล
4. สิริญา ปาร์ค **อำเภอบ้านกรวด** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. แหล่งหินตัด 2. แหล่งเตาเผาโบราณ
3. ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอบ้านกรวด 4. เขื่อนห้วยเมฆา 5. ช่องโอบก **อำเภอละหานทราย** มีแหล่ง
ท่องเที่ยว คือ 1. วัดป่าละหานทราย 2. แหล่งหินหลุม **อำเภอโนนดินแดง** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ
1. อนุสาวรีย์เราสู้ 2. เขื่อนลำนางรอน 3. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าระเลิงร้อยรู 4. ปราสาทหนองหงส์
อำเภอปะคำ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ ปราสาทวัดโคกจิว **อำเภอนางรอง** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ

อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม **อำเภอหนองกี่** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ หาดปราสาททอง **อำเภอลำปลายมาศ** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สำนักสงฆ์พุทธศิวาลัย **อำเภอเฉลิมพระเกียรติ** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง 2. วัดเขาพระอังคาร **อำเภอโนนสุวรรณ** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดป่าสิริสมบูรณ **อำเภอหนองหงส์** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ **อำเภอลำปลายมาศ** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ **อำเภอคูเมือง** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ เพลาเพลินบุตติศรี-สอรัทแลนด์เอดเวนเจอร์แคมป์ **อำเภอแคนดง** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดสว่างแคนทะเล **อำเภอนาโพธิ์** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ ศูนย์หัตถกรรมทอผ้าไหมนาโพธิ์ **อำเภอพุทไธสง** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. พระเจ้าใหญ่วัดหงส์ 2. บ้านท่องเที่ยวไหม **อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. ปรากฏ์ภูสวนแตง 2. ภูเก้า **อำเภอบ้านด่าน** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. วัดระหาน (เกาะแก้วธุดงค์สถาน) 2. วัดกระดิ่งทอง **อำเภอกระสัง** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดพระพุทธรูปชัยมงคลเฉลิมพระเกียรติ **อำเภอห้วยราช** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. พุทธมณฑลวัดบ้านตาเสา 2. หมู่บ้านวัฒนธรรมสวนนอก และ **อำเภอสตึก** มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. คัมภีร์บ้านดินฟาร์ม 2. ประเพณีแข่งเรือยาว

คำถามการวิจัยข้อ 2 การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงาน ดังนี้ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำกับข้อมูลทั้งสองส่วน สำหรับฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวนิยมออกแบบและจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลประเภทจุด โดยข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนฐานข้อมูลเชิงบรรยายจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลตาราง ซึ่งสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ อาทิ ค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ สถานที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) ประวัติความเป็นมา รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ฯลฯ ข้อมูลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของเปรมรัตน์ พูลสวัสดิ์. (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบเชิงวัตถุ (Object Oriented Analysis and Design) และพัฒนาในรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web Application) ซึ่งงานวิจัยนี้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนของผู้ดูแลระบบที่สามารถบริหารจัดการข้อมูลรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว โดยนำ Google Map API เข้ามาช่วยในการระบุพิกัดและตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการบันทึกและแสดงผลข้อมูล 2) ส่วน

ของสมาชิกทั่วไป ที่สามารถเลือกค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีการแสดงผลข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของสถานที่เที่ยวนั้น รวมถึงแสดงพิกัดและตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่นั้นผ่านทาง Google Map API และสามารถแสดงความคิดเห็นต่อสถานที่เที่ยวนั้น ๆ ได้

คำถามข้อที่ 3 การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ทำได้โดยการแสดงผลข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สามารถกระทำได้ 2 วิธี คือ การนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ (Hardcopy) และการนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Softcopy) สำหรับการนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นรูปแบบการนำเสนอแผนที่ที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีต แผนที่ที่นำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการแสดงผลแบบถาวรและสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเสนอแผนที่ผ่านหน้าจอกอมพิวเตอร์ สามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้ สามารถปรับแก้เนื้อหาได้สะดวก โดยเฉพาะแผนที่บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าถึงแผนที่และใช้ประโยชน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแผนที่ผ่านอินเทอร์เน็ตก็ยังมีข้อจำกัดอีกหลายประการ อีกทั้งข้อจำกัดในการนำไปใช้ในภาคสนาม แม้ปัจจุบันจะมีการพัฒนาคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทให้มีขนาดเล็กและสามารถพาได้สะดวกก็ตาม (รัศมี สุวรรณวิระกำธร, 2549) วิธีการดำเนินการ ขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และการแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1.การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำทั้งสองส่วน 1.1 สำรวจพื้นที่เพื่อบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ตลอดจนทำการบันทึกค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวด้วยเครื่อง GPS รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลเชิงบรรยาย ขณะที่ค่าพิกัดตำแหน่งที่บันทึกด้วยเครื่อง GPS จะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ 1.2 กรณีฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ ค่าพิกัดตำแหน่งที่ถูกบันทึกด้วยเครื่อง GPS จะถูกนำเข้าสู่ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อนำไปใช้ในการสร้างฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ โดยข้อมูลค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะถูกสร้างเป็นชั้นข้อมูลประเภทจุด ข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จากนั้นชั้นข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะถูกนำไปซ้อนทับกับแผนที่ฐาน (Base Map) อาทิ ชั้นข้อมูลขอบเขตตำบล ขอบเขตอำเภอและขอบเขตจังหวัด ฯลฯ โดยข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาแผนที่บนเว็บไซต์ต่อไป 1.3 กรณีฐานข้อมูลเชิงบรรยาย เมื่อได้ชั้นข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่นำเข้ามาจากข้อมูลที่บันทึกด้วยเครื่อง GPS แล้ว ชั้นข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนา

ฐานข้อมูลเชิงบรรยาย ซึ่งมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบของข้อมูลตาราง โดยข้อมูลตารางจะใช้ในการจัดเก็บรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ค่าพิกัดตำแหน่ง ที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว 2. การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์ผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์จะอาศัยการแสดงผลในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การแสดงผลข้อมูลผ่านแผนที่ออนไลน์และการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ 2.1 การแสดงผลข้อมูลผ่านแผนที่ออนไลน์ ชั้นข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ได้จากการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จะถูกแปลงให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์นามสกุล *.kml และจะถูกนำเข้าสู่ Google Map ซึ่งเป็นบริการแผนที่ออนไลน์ที่สามารถแสดงผลข้อมูลแผนที่ฐานและชั้นข้อมูลจากระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ได้ นอกจากนี้ ข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ถูกนำเข้าสู่แผนที่ออนไลน์ สามารถทำการปรับแก้และเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งได้ 2.2 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ เมื่อได้แผนที่ออนไลน์แล้ว แผนที่ดังกล่าวจะถูกนำไปแสดงผลผ่านเว็บไซต์ โดยการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์จะอาศัยบริการเว็บสำเร็จรูป WordPress ซึ่งเป็นบริการเว็บสำเร็จรูปแห่งหนึ่งที่มีความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ตลอดจนสามารถทำการปรับแต่งรายละเอียดได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ เว็บไซต์ดังกล่าวสามารถทำการสืบค้นผ่าน Search Engine อาทิ Google ได้สะดวกและสามารถเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สำหรับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบสำเร็จรูปนั้นสามารถทำการออกแบบและเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Template) ที่มีความเหมาะสมต่อการแสดงผลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต และ จักรกฤษณ์ เสน่ห์ นมะหุต. (2557). ได้ทำการวิจัย เรื่อง ระบบบริหารการจัดการข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน พบว่าศักยภาพในการบริหารการจัดการในการให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวนั้นยังคงต้องมีการแก้ไขปรับเปลี่ยนให้เข้ากับเทคโนโลยีปัจจุบัน เช่น ทำให้สามารถตอบสนองผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ซึ่งในปัจจุบันนี้ ไม่มีการบริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและวิสาหกิจบริการให้ครบถ้วนทันสมัย ข้อมูลการบริการ เช่นแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกต่างๆ ที่เปิดการให้บริการ ขาดการประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมาก บางแห่งยังไม่มีการจัดทำ การประชาสัมพันธ์ที่ตีพิมพ์ หรือไม่มีการประชาสัมพันธ์ใดๆ เลย เป็นผลให้นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากขาดข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดทำ การประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ อาจจะเสียค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ซึ่งร้านค้า หรือ องค์กรทางธุรกิจหรือหน่วยงานบางแห่ง ไม่สามารถจัดทำในส่วนนี้ได้เพราะปัญหาด้านงบประมาณ อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเว็บไซต์ไม่มากนัก จึงอาจทำให้เกิดการเสียโอกาสในการ

ประชาสัมพันธ์ จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบบริหารการจัดการ บริการข้อมูลท่องเที่ยว ผ่าน Web Application และจัดทำเต็มเพลตของเว็บไซต์ โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านการจัดทำเว็บไซต์มาก ก็สามารถที่จะจัดทำเว็บเพจของหน่วยงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว หรือองค์กรทางด้านธุรกิจของตนเองได้ง่ายขึ้น และ สะดวกสบายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและฟื้นฟูด้านการท่องเที่ยว จากการช่วยอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลการท่องเที่ยว อีกทั้งได้นำระบบที่พัฒนานี้ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับงานวิจัยของ จักรกฤษณ์ เสน่ห์ (สุรางค์รัตน์ เชาวโคกสูง และ จักรกฤษณ์ เสน่ห์, 2552) ในการเชื่อมโยงเส้นทางการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ให้บริการต่างๆ ภายใน เขตภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย จังหวัด พิชณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ และ อุตรดิตถ์ซึ่งทำให้สามารถสามารถทราบแผนการเดินทาง และยังสามารถรับบริการข้อมูลการบริการที่פקโดยตรงในรูปแบบ Real-Time ทำให้วางแผนการเดินทางได้หลายทางเลือกตามความต้องการ ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถ เป็นต้นแบบในการขยายผลสู่ภูมิภาคอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ การวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ จากข้อมูลที่ค้นพบ ชุมชนมีความสนใจเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ต้องการได้รับความรู้และสามารถใช้งานได้ ต้องการได้รับบริการฟรีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ต้องการให้มีศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่มีข้อมูลจำนวนมาก และมีความหลากหลาย



- ชูลิทธิ์ ชูชาติ . (2542). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่ : โปรแกรมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- นิคม จารุณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- นิพนธ์ เชื้อเมืองพาน. (2542). แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา : วนอุทยานภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณรงค์ พลธีร์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก: ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด. ชลบุรี : คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นำชัย ทนุผล. (2540). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : แนวคิดและวิธีการ. เชียงใหม่ : คณะธุรกิจเกษตรมหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). การจัดการธุรกิจนำเที่ยว. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- . (2543). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่ :

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

----- (2544). การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่ :

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เปรมรัตน์ พูลสวัสดิ์. (2557). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อสนับสนุนการ

ท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

พิพจน์ เรื่องแสง. (2557). ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ผ่านอินเทอร์เน็ต. ขอนแก่น : ศูนย์ภูมิภาค

เทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

รัศมี สุวรรณวีระกำจร. (2549). ภูมิสารสนเทศขั้นแนะนำ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ลักขณา สตะเวทิน. (2547). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : เพ็องฟ้าพรีนติ้ง.

ลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร. (2544). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรม

ส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัฒนวงศ์ รัตนวราห, และ ธนัช สุขวิลาเสรี. (2557). วิศวกรรมสำรวจ. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัลย์พร สาคริก. (2545). การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

เที่ยวของชุมชนหัวหิน. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตร มหาบัณฑิต บัณฑิต วิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ภูมิสารสนเทศเพื่อการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2557). เอกสารประกอบการฝึก

อบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศขั้นต้น รุ่นที่ 4. ขอนแก่น: ศูนย์ภูมิภาค

เทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สรรคใจ กลิ่นดาว. (2555). แนวคิดและวิธีการจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

โอเดียนสโตร์.

สุพิชชา โชคกิจรุ่งเรือง.(2546). ภาพลักษณ์ที่พักจังหวัดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยว

นครปฐม : สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

สุรางค์รัตน์ เชาวโคกสูง และจักรกฤษณ์ เสน่ห์. (2554). การพัฒนาระบบบริการข้อมูลการ

ท่องเที่ยวและแนะนำกำหนด การท่องเที่ยวด้วยการแสดงผลในลักษณะระบบสารสนเทศ

- ภูมิศาสตร์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2 (1), 31-45.
- สุรัชย์ รัตนเสริมพงศ์. (2553). ความก้าวหน้าเทคโนโลยีสารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2557, จาก [http://kmcenter.rid.go.th/kmc14/gis_km14/gis_km14\(43\).pdf](http://kmcenter.rid.go.th/kmc14/gis_km14/gis_km14(43).pdf).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). **ลุ่มลึกการตลาด**. กรุงเทพฯ: Good Communication.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์., ดิเรก ศรีสุขโข. (2537). **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาศิรา ราชเวียง และวีรวัฒน์ เฟื่องช่วย (2557) **การพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ประชาคม อาเซียน จังหวัดเพชรบุรี**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- อำนวยการ วิวรรธน์. (2540). การแก้วิกฤติการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร. ใน พรทิพย์ พิมลสินธ์. (บก.). **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์ภาพพจน์**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Berlo, David K.(1960). **The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice**. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Bryson, Lyman. (1964). **The Communication of Ideas, A Series of Addresses**. New York: Cooper Square.
- Balmer, John M.T. & Greyser, Stephen A. (2004). **Revealing the corporation**. NY: Routledge.
- Barnes, James G. (2000). **Secrets of customer relationship management**. NY: McGraw- Hill.
- Belch, George E. & Michael, A. Belch. (2004). **Advertising and promotion**. NY: McGraw- Hill.
- Bernays, Edward L. (1961). **Your future in public relations**. NY: Richard Rosen.
- Burkart, A.J. (1975) **The Management of Tourism**. London: Heinemann.
- Campbell, J., & Shin, M. (2014). **Geographic Information Systems for Today and Beyond**. Retrieved December 10, 2014, from http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/3798?e=campbell_1.0-ch01_s03#.

EcoSpatial. (2014). **Introduction to GIS**. Retrieved April 10, 2014, from <http://ecospatial.info/gis-training-courses/>.

Lasswell, Harold D. “**The structure and Function of Communication in Society.**”
The Communication of Ideas. Lyman Bryson ed. New York : Harper & Brothers, 1984. อ้างใน ประมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : จำรัสการพิมพ์.

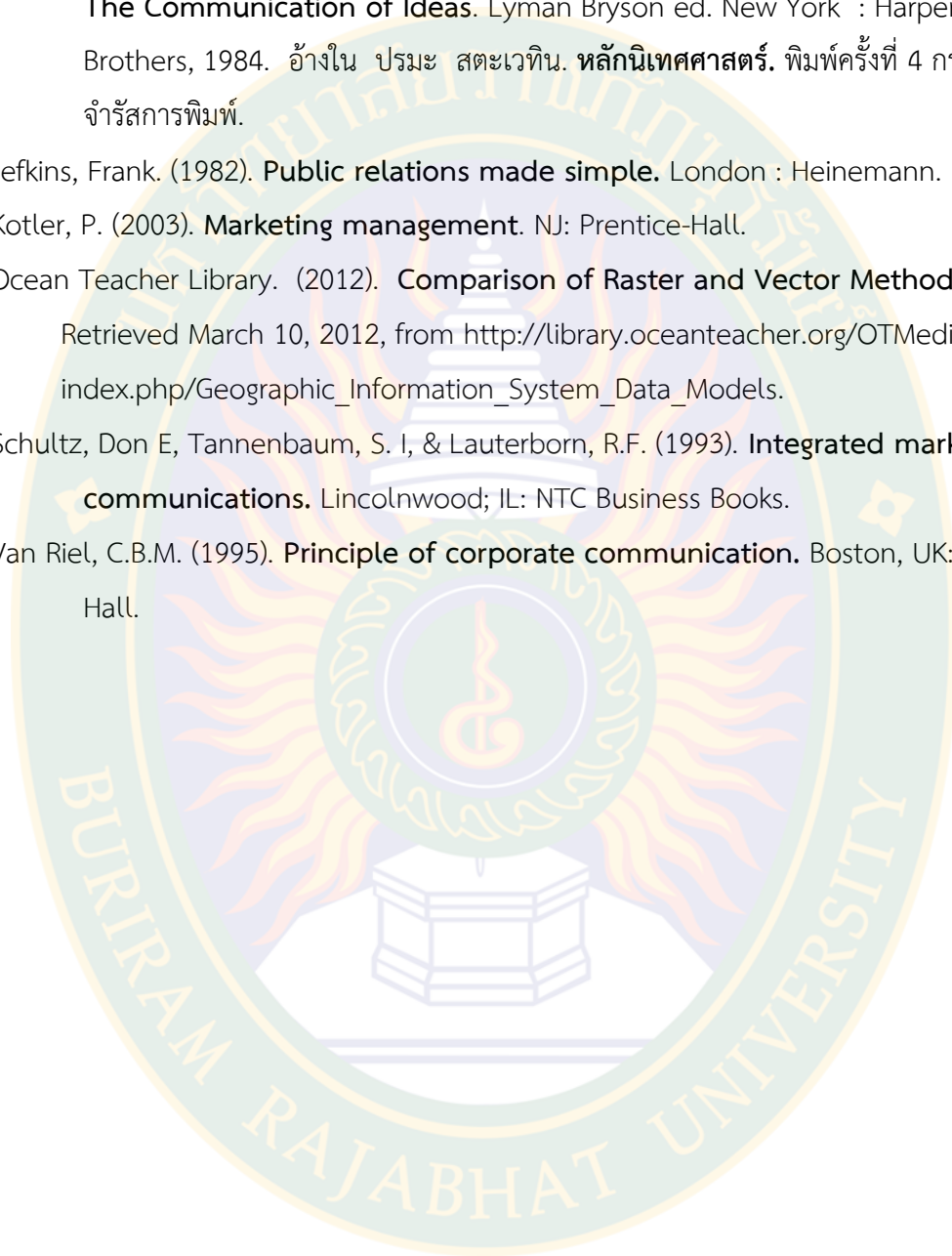
Jefkins, Frank. (1982). **Public relations made simple**. London : Heinemann.

Kotler, P. (2003). **Marketing management**. NJ: Prentice-Hall.

Ocean Teacher Library. (2012). **Comparison of Raster and Vector Methods**. Retrieved March 10, 2012, from http://library.oceanteacher.org/OTMediawiki/index.php/Geographic_Information_System_Data_Models.

Schultz, Don E, Tannenbaum, S. I, & Lauterborn, R.F. (1993). **Integrated marketing communications**. Lincolnwood; IL: NTC Business Books.

Van Riel, C.B.M. (1995). **Principle of corporate communication**. Boston, UK: Prentice Hall.



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป เช่น เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ ศึกษาหาความรู้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะมีองค์ประกอบหลายประการ อาทิ วิธีการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว การพักค้างแรม การทานอาหาร ของฝากของที่ระลึก ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ รวมถึงความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ได้

ระบบการท่องเที่ยว (The tourism system) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันและมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีขั้นตอน ระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งสำคัญ 4 ส่วน (นิศา ชัชกุล. 2554 : 78-88) คือ 1.ตลาด (Market) ตลาดการท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้ซื้อ (Buyer) สินค้าหรือบริการ (Product or Service) และผู้ขายหรือผู้ผลิต (Seller or Service) 2. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) รูปแบบการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวและส่วนแบ่งทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มผู้ซื้อต่าง ๆ ตลอดจนการจัดหาพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว 3. จุดหมายปลายทาง (Destination) ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจและบริการหรือที่เรียกว่าทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ถ้าจุดมุ่งหมายปลายทางนั้นมีประโยชน์และมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค กระบวนการซื้อซ้ำ (Repeat) อาจเกิดขึ้นในกระบวนการนี้ได้ นักท่องเที่ยวจะมีรูปแบบหรือขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่ยาก-ง่ายแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งดึงดูดใจและบริการการท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าหรือบริการ ราคาหรือความคุ้มค่า ความสะดวกสบายและสถานการณ์ในขณะที่มีการตัดสินใจซื้อ 4. การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการที่มีส่วนประกอบ อาทิ การศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาวิจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาด การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การคิดค้นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางใหม่ รวมถึงการหาวิธีการจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น จากนั้นมีการจัดการทางการตลาด การจัดการส่วนผสมทางการตลาดให้เกิดความสมดุลและเหมาะสมกับธุรกิจ เช่น มีการจัดการด้านการจัดจำหน่าย (Distribution) เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลข่าวสารที่เชิญชวนเร้าใจและเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ การจัดการทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของสังคมได้อย่างรวดเร็ว สำหรับการตลาดเพื่อ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วยสิ่งต่าง คือ สินค้าหรือบริการ, ราคา, สถานที่หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, คนหรือบุคลากร, รายการหรือโปรแกรมนำเที่ยวและการเป็นหุ้นส่วนหรือความร่วมมือ

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีการจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการบริหารงานแบบบูรณาการ โดยริเริ่มจัดตั้งโดยการกำหนดจังหวัดต้นแบบการบริหารงานแบบบูรณาการ ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551 ที่ได้แบ่งกลุ่มจังหวัดในประเทศไทยออกเป็น 18 กลุ่มจังหวัด และกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการ ของกลุ่มจังหวัด กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วยจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ โดยให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1, 2555)

บุรีรัมย์เป็นเมืองแห่งความรื่นรมย์ตามความหมายของชื่อเมือง เป็นเมืองที่น่าอยู่ อาศัยและเป็นเมืองที่น่ามาเยือนสำหรับคนต่างถิ่น จังหวัดบุรีรัมย์มากไปด้วยปราสาทหินใหญ่น้อย อันหมายถึงความรุ่งเรืองมาแต่อดีตของอาณาจักรขอมโบราณครั้งเรืองอำนาจ (มนต์เสน่ห์แห่งนครชัยบุรีรินทร์, <http://www.nakhonchaiburin.org/>: 2555) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์มีหลากหลายทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่น่าสนใจมากมายทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ กู่สวนแตง ปราสาทหนองหงส์ อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก เขื่อนลำนางรอง กิจกรรม ประเพณี และแหล่งผลิตสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ กระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวเช่นนี้ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจลำบากในการเลือกเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดเส้นทางสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวของประชาคมอาเซียน ซึ่งจากข้อมูลการสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2548-2553 ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่านักท่องเที่ยวอาเซียนมีความสำคัญต่อประเทศไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในปี 2553 นักท่องเที่ยวอาเซียนมีจำนวนมากที่สุด 4,415,789 คน คิดเป็นร้อยละ 27.87 ของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว, 2555: <http://tourism.go.th/2010/th/news/view.php?ItemID=2220>)

คณะผู้วิจัยได้มีโอกาสสนทนาประเด็นสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ กับท่านผู้อำนวยการวิมล ชอบสุข ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2555) ท่านได้ให้ข้อคิดว่าจังหวัดบุรีรัมย์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมากมาย มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เป็นเมืองน่าเที่ยว สถานการณ์ที่ผ่านมาเป็นลักษณะ “การทำเองเที่ยวเอง” สาเหตุ

เพราะขาดการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องหลายส่วน เช่น ขาดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน อย่างยั่งยืน ชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวในบ้านตนเอง ผู้ประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจเจกชน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาแล้วจึงไม่จดจำ ไม่มีการเรียนรู้ ไม่มีการซื้อซ้ำ ทางด้าน อาจารย์วันดี เขียรสวัสดิ์กิจ นายกสมาคมท่องเที่ยวกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ (สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2555) กล่าวว่า จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวและมีแหล่งเรียนรู้หลายแห่งทั้งด้านวัฒนธรรมและชุมชนเข้มแข็ง แต่ระบบการท่องเที่ยวยังขาดการบริหารจัดการที่ดี ขาดคนผลิตและขาดคนซื้อ (นักท่องเที่ยว) ทำอย่างไรจึงจะมีคนมาเที่ยวบุรีรัมย์ ให้มากขึ้น ที่ผ่านมามีคนมาเที่ยวบุรีรัมย์ส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวโดยตรงแต่มาในลักษณะแอบแฝง เช่น มารู้อะไร เป็นเส้นทางผ่าน มาประชุม สัมมนา เลี้ยวแวะเที่ยว การท่องเที่ยวจะเติบโตได้เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วพักค้างคืน มีกิจกรรมร่วมในชุมชนนักท่องเที่ยวจะเกิดการจดจำและจะกลับมาอีก

จากข้อมูลดังกล่าว ประกอบกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ยุทธศาสตร์ที่ 1 เรื่อง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินงานคือการพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศและซอฟต์แวร์ ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ e-commerce อย่างแพร่หลาย ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์และการเชื่อมโยงระบบบริการต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว ทางเว็บไซต์ คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลแสดง รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ใช้ต้องการได้อย่างรวดเร็วเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ วางแผนการท่องเที่ยว ซึ่งฐานข้อมูลที่จะแสดงประกอบด้วยข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละอำเภอในจังหวัด บุรีรัมย์ ทั้ง 23 อำเภอ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวมนุษย์สร้างขึ้น ประเพณีในชุมชน พักผ่อนเดินทาง โรงแรม / ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก วัด / ศาสนสถาน สถานพยาบาล สถานีตำรวจ สถานบันเทิง ศูนย์บริการท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์
- 2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
- 2.3 เพื่อแสดงข้อมูลการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

1.3 คำถามการวิจัย

- 3.1 จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวที่ใดบ้าง
- 3.2 การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงานอย่างไร
- 3.3 การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ทำได้อย่างไร

1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย

- 4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษา แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ หลักการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว
- 4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 23 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง คูเมือง แคนดง พุทไธสง นาโพธิ์ บ้านใหม่ไชยพจน์ ลำปลายมาศ หนองหงส์ โนนสุวรรณ ชำนิ เฉลิมพระเกียรติ นางรอง หนองกี่ บ้านด่าน กระสัง สตึก ห้วยราช พลับพลาชัย ประโคนชัย บ้านกรวด ปะคำ ละหานทราย และโนนดินแดง (<http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูลจังหวัด/บุรีรัมย์>)
- 4.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลา 1 ปี (ตุลาคม 2558- กันยายน 2559)

1.5 พื้นที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 23 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง คูเมือง แคนดง พุทไธสง นาโพธิ์ บ้านใหม่ไชยพจน์ ลำปลายมาศ หนองหงส์ โนนสุวรรณ ชำนิ เฉลิมพระเกียรติ นางรอง หนองกี่ บ้านด่าน กระสัง สตึก ห้วยราช พลับพลาชัย ประโคนชัย บ้านกรวด ปะคำ ละหานทราย และโนนดินแดง (<http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูลจังหวัด/บุรีรัมย์>)

1.6 ผลที่จะได้รับและผู้รับประโยชน์จากโครงการวิจัย

- 1.6.1 ได้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์เป็นรายอำเภอ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม, ทางธรรมชาติ, มนุษย์สร้างขึ้น, กิจกรรม, ประเพณี, การเดินทาง / การขนส่ง โรงแรม / ที่พัก, ร้านอาหาร, ร้านขายของฝาก, วัด / ศาสนสถาน, สถานพยาบาล, สถานีตำรวจ สถานีขนส่ง, สถานที่พักผ่อน, ศูนย์บริการท่องเที่ยว, ของดีในชุมชน
- 1.6.2 ได้รูปแบบโปรแกรมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้สืบค้นข้อมูลก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว

1.6.3 ได้ฐานข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแต่ละอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงาน ผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ นับว่าเป็นเครื่องมือในการสืบค้นข้อมูลที่ทันสมัย มีความรวดเร็วและให้ข้อมูลได้จำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับจังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจะมีผลให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้จากการบริการนักท่องเที่ยวอีกด้วย

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของหน่วยงาน องค์กร สถาบันที่มีการวางแผน และมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตนเองโดยใช้วิธีการสื่อสารสองทางไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างการยอมรับ สร้างความเชื่อถือศรัทธา สร้างความคิดเห็นร่วมกันโดยใช้ประชาคมติเป็นแนวทางในการทำงาน เป้าหมายสุดท้ายของการประชาสัมพันธ์คือการได้รับการยอมรับและได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมาย

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิงเรริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมสัมมนา แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร

การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ หมายถึง การเดินทางมาสู่จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อมาพักผ่อน ชมบรรยากาศของสถานที่สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 23 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง คูเมือง แคนดง พุทไธสง นาโพธิ์ บ้านใหม่ไชยพจน์ ลำปลายมาศ หนองหงส์ โนนสุวรรณ ชำนิ เฉลิมพระเกียรติ นางรอง หนองกี่ บ้านด่าน กระสัง สตึก ห้วยราช พลับพลาชัย ประโคนชัย บ้านกรวด ปะคำ ละหานทราย และโนนดินแดง

สารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) หมายถึง กระบวนการทำงานเกี่ยวกับข้อมูลในเชิงพื้นที่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ที่ใช้กำหนดข้อมูลและสารสนเทศที่มีความสัมพันธ์กับตำแหน่งในเชิงพื้นที่



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา แนวทางการดำเนินงาน เก็บข้อมูล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 ได้กำหนด ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยมี วัตถุประสงค์แตกต่างกันไป เช่น เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น เพื่อหาความรู้หาประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางประกอบด้วย ปัจจัยหลายประการ อาทิ การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว การพักค้างแรม การทานอาหาร ของฝาก ของที่ระลึก และความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยที่จะ จูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ได้

ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว

ไพบูลย์ พงศบุตร และวิลลาสวงค์ พงศบุตร (2536 : 12) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Toursim) คือ การเดินทางไปยังสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลและเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพมีรายได้

นิคม จารุมณี (2544 : 1) กล่าวว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ 1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ 3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union Office Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลต่อไปนี้ คือ (อ้างถึงใน นิศา ชัชกุล. 2554 : 2) 1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว 2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ 3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในกรณีนั้น

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WOT) ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางเพื่อความบันเทิงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร (อ้างถึงใน นิศา ชัชกุล. 2554 : 3)

การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ เหตุผลของนักท่องเที่ยวหลายประการ เช่น การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นเมื่อมีเวลาว่างเป็นการใช้เวลาของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกันตามเจตคติและสิ่งแวดล้อม การใช้เวลาว่างของบุคคลเป็นไปตามแรงจูงใจส่วนบุคคล ในยุคของข้อมูลข่าวสารทำให้มนุษย์ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้โดยง่ายและรวดเร็ว ทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวไปแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามอัธยาศัยของตนเพิ่มขึ้น ผู้ที่จะมีเวลาว่างจะวางแผนในการเดินทางล่วงหน้าไปในแหล่งที่ตนเองสนใจ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง เป็นการใช้เวลาในช่วงหยุดงานไปท่องเที่ยวในลักษณะสบาย ๆ เช่น การไปพักผ่อนในบ้านพักตากอากาศริมทะเล บริเวณบ่อน้ำแร่ และเชิงเขา ฯลฯ การท่องเที่ยวในวันหยุด เป็นการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานหรือจากการใช้ชีวิตประจำวัน เมื่อถึงวันหยุดมักจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปต่างถิ่นหรือไปนอกเมือง นอกถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของตนเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ได้พบเห็นประจำวัน การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ การไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล เทนนิส กอล์ฟ มวย ฯลฯ ในการแข่งขันกีฬาถึงแม้จะมีการย้ายสถานที่ไปตามนโยบายของเจ้าภาพก็มักจะมีผู้ชมติดตามไปเสมอ และการไปเป็นนักกีฬาร่วมแข่งขัน ไปออก

กำลังกาย ไปเล่นด้วยตนเอง นักกีฬาอาจจะเดินทางไปในสนามกีฬาที่กำหนดไว้เพื่อตั้งดูหรือกระตุ้นให้ตนเองต้องการเล่น ต้องการออกกำลังกาย หรือเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการเล่นกีฬา เช่น มวยทะเล ยิงนก จักรยานภูเขา ตกปลาและส่องสัตว์ การเดินป่า เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นการเดินทางเพื่อรับการรักษาตัวตามคำสั่งของแพทย์หรือเป็นความต้องการส่วนบุคคลเพื่อให้ตนเองได้ผ่อนคลายจากความเจ็บป่วย เช่นเดินทางไปอาบน้ำแร่ในแหล่งที่มีน้ำแร่ เช่นที่จังหวัดระนอง ราชบุรี กาญจนบุรี หรือไปรับการฟื้นฟูสุขภาพกับชมรมอายุร่อยปีชีวีเป็นสุข เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางไปหาความรู้ในต่างถิ่นในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ คุณวุฒิ และประสบการณ์ การฝึกอบรมระยะสั้น การศึกษาดูงาน การอบรมสัมมนา การเรียนภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อน การท่องเที่ยวเพื่อศาสนา เป็นการเดินทางของผู้แสวงบุญด้วยความศรัทธาไปตามความเชื่อในศาสนาของตน เช่น การไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ถวายพระพุทธรูป ไปนมัสการสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในประเทศและต่างประเทศ การเดินทางของพุทธศาสนิกชนเพื่อนมัสการสถานที่ประสูติ ตรัสรู้ ปฐมเทศนาและปรินิพพานของพระพุทธเจ้าในประเทศอินเดีย เนปาลและศรีลังกา ชาวมุสลิมเดินทางเพื่อไปร่วมพิธีฮัจญ์ที่นครอันศักดิ์สิทธิ์ในเมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย และชาวคริสต์เดินทางไปกรุงโรม ประเทศอิตาลีเพื่อนมัสการสันตปาปา เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ นับเป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุดของมนุษย์ เมื่อมนุษย์ได้ตั้งถิ่นฐานถาวรแล้ว มีสิ่งของที่ผลิตเองและเหลือจากการบริโภค จะเดินทางเพื่อนำสินค้าไปแลกเปลี่ยนหรือนำไปขายยังต่างถิ่น และได้มีการพัฒนาเป็นระบบธุรกิจเช่นปัจจุบันนี้ ในการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจกระทำได้หลายประการ เช่น การเดินทางเพื่อไปให้คำปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า การดำเนินการ การจัดการ การบำรุงรักษาอุปกรณ์ ประกอบการ การประชุม การให้รางวัลตอบแทนการทำงาน การประชุมประจำเวลา การแสดงนิทรรศการ เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ เป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกลักษณะหนึ่งที่มวลมนุษยชาติเดินทางกลับภูมิลำเนาเพื่อเยี่ยมครอบครัว ญาติพี่น้องหรือเยี่ยมที่อยู่อาศัยของครอบครัว เช่น ชาวไทยมักจะกลับบ้านเกิดในเทศกาลปีใหม่หรือสงกรานต์ ชาวตะวันตกเดินทางเยี่ยมญาติในเทศกาลคริสต์มาส ชาวจีนนิยมเดินทางเยี่ยมครอบครัวในเทศกาลตรุษจีน และการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์การ เป็นการเดินทางของบุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อดำเนินการตามความต้องการของหน่วยงานที่ตนปฏิบัติงานด้วย เช่น การเดินทางไปบริจาคสิ่งของ ไปประชุมสัมมนา เดินทางไปกับคณะทูตเพื่อดำเนินงานตามนโยบายของรัฐ เดินทางเพื่อไปเผยแพร่ศาสนา เป็นต้น

นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว (Tourists) ตามความหมายในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 คำว่านักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อื่นที่มีใช้การไปประกอบอาชีพ

หรือหารายได้ และให้เหมารวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยต้องเสียค่าบริการ ค.ศ. 1963 องค์การสหประชาชาติ ได้ประกาศใช้คำนิยามของคำว่านักท่องเที่ยวว่ามีความหมาย 3 ลักษณะ คือ (ฉันทิช วรรณถนอม. 2546 : 74)

1. **Tourists** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืนหรือผู้มาเยือนชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีเป้าหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อธุรกิจ เพื่อกิจของครอบครัวและเพื่อการประชุม เป็นต้น

2. **Excursionist** หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวซึ่งอยู่ในประเทศที่ไปเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง อาจค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้ และหมายรวมถึงผู้ที่เดินทางมากับเรือสำราญด้วย

3. **Visitor** หมายถึง ผู้มาเยือน หรือบุคคลซึ่งไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่งที่มีใช้ที่อยู่อาศัยปกติของตนด้วยเหตุผลใดก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งมีการจ่ายค่าจ้างจากประเทศที่ไปเยือน

การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวทั่วไป

1. **นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist)** หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 90 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ 1. มาท่องเที่ยว พักผ่อน มาเยี่ยมญาติ หรือมาเพื่อการพักผ่อน 2. มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนศาสนา นักกีฬา ฯลฯ 3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจแต่ไม่ใช่เพื่อมาทำงานหารายได้ 4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน (นิศา ชัชกุล. 2554 : 4)

2. **นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists)** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาตินักพำนักอาศัยถาวรในประเทศไทย และมีการเดินทางไปไหนก็ตามโดยใช้เส้นทางที่มีได้ใช้อยู่เป็นประจำ มีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร หรือออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตน (ม.ล. ต้อย ชุมสาย และคณะ. 2530 : 55)

3. **นักทัศนจร (Excursionist)** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมีใช้ที่พำนักถาวรของตน เป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้น ๆ ไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่ได้ค้างคืนเดินทางไปด้วยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามการเลือกใช้บริการ (ฉันทิช วรรณถนอม. 2546 : 75)

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเอง (Individual Traveler หรือ Foreign

Independent Traveler หรือแบบ F.I.T) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง อาจเดินทางคนเดียวหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ อย่างอิสระ บริหารเวลาในการท่องเที่ยวและจัดการวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการจองโรงแรม การติดต่อแหล่งเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว การซื้อตั๋วเครื่องบิน ฯลฯ นักท่องเที่ยวประเภทนี้อาจจะพึ่งพาบริษัทนำเที่ยวให้จัดบริการให้บ้างในบางเรื่อง

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว หรือเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Group Tour or Package Tour Traveler)

เป็นการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 15 คน ขึ้นไป เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อ Package Tour จากบริษัทนำเที่ยว โดยมากจะเป็นค่าที่พัก ค่ายานพาหนะ ค่าอาหาร ค่าเข้าชม

3. นักท่องเที่ยวแบบคณะพิเศษ (Incentive Group หรือ Charter Group)

เป็นลักษณะการจูงใจเที่ยวตามลักษณะความต้องการของคณะนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคณะพิเศษของบริษัทหรือหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น จัดสัมมนา หรือจัดนำเที่ยวเพื่อการพักผ่อนให้รางวัลแก่พนักงาน เป็นต้น

การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทางที่เป็นสากล

1. นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศ (Inbound Tourist)
2. นักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางไปเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tourist)
3. นักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศตนเองโดยให้รวมไปถึงคนต่างชาติที่มีถิ่นพำนักอาศัยเป็นการถาวรในประเทศนั้น ๆ ด้วย

การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการพักผ่อน
2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อสุขภาพ
3. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อธุรกิจ
4. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อประชุมสัมมนา
5. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อกีฬา
6. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อศาสนา
7. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ

จุดมุ่งหมายของการเดินทาง

จุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำแต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างต่อไปนี้

1. **การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ** เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด การแสวงหาความสนุกสนาน ความบันเทิงรวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬาและนันทนาการ
2. **การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ** เป็นการเดินทางของนักธุรกิจ เช่น การเดินทางไปร่วมประชุมสัมมนา ไปเชื่อมสัมพันธ์ไมตรี ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วย ในประเทศอุตสาหกรรมรายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีสูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง
3. **การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจูงใจ** เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour มักจัดให้แก่พนักงานและลูกค้าของบริษัทและหน่วยงานต่าง ๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัทและหน่วยงานนั้น การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้าหรือไปประชุมสัมมนา มีการสังสรรค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ เป็นต้น
4. **การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา** เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่ามีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าศึกษาหาความรู้หาประสบการณ์เพิ่มเติมโดยการร่วมประชุมสัมมนาหรือไปชมการแสดงสินค้า ชมการจัดนิทรรศการในโอกาสพิเศษ
5. **การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม** เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special – Interest Group Tour คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาหรือไปเล่นกีฬาบางชนิด การเที่ยวชมธรรมชาติดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ การชมโบราณสถานโบราณวัตถุ การไปชมสินค้าในชุมชน

สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว

สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้มนุษย์ตัดสินใจที่จะเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกได้ 3 ประการ ดังนี้

1. **แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Attractions)** เกิดจากสภาพแวดล้อมตามท้องถิ่นนั้นได้แก่ ภูเขา น้ำตก ทะเล ปะการังและธรรมชาติใต้ทะเล ทะเลสาบ เกาะ แก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน ห้วย หนอง คลอง บึง อุทยานแห่งชาติ สวนรุกชาติ สวนสัตว์เปิด เป็นต้น สภาพทั่วไปประกอบด้วยสภาพภูมิอากาศ (Climate) เช่นสายลมพัดเย็นสบาย แสงแดดอ่อน ๆ ริมคลองในชนบท

ชมท้องฟ้าเปิดกว้างริมชายทะเล อากาศเย็นสบายในภาคเหนือช่วงฤดูหนาว ทิวทัศน์ที่สวยงาม (Scenery) บรรยากาศในชนบท เช่น ชมทุ่งดอกบัวตอง ไร่สตอเบอร์รี่ ชมไร่ชา ไร่ส้ม และชมสัตว์ป่า (Wildlife) การชมวิถีชีวิตสัตว์ป่าเป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน น่าตื่นตื้นเร้าใจ เช่น การตกปลา ส่องสัตว์ ดูนก นับว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก (นิคม จารุมณี. 2544 : 61)

2. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions) เป็นสิ่งที่มนุษย์คิดสร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพราะว่าในเมืองท่องเที่ยวต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าตื่นตื้นน่าสนใจเข้าไปเยี่ยมชม ซึ่งสถานที่เช่นนี้จะมีกิจกรรมมีความเคลื่อนไหวตลอดทั้งปี มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง มีสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่ มีสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน สถานที่ที่รัฐบาลก่อสร้างขึ้นเป็นพระราชวัง พิพิธภัณฑ์สถาน อาคารเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าติดตาม ศูนย์การค้า สวนสาธารณะ โรงละคร ชมการแข่งขันกีฬา ชมกิจกรรมบันเทิง เช่น การแสดงมหรหรรรมดนตรี บ่อนการพนันที่ถูกต้องตามกฎหมายหรือได้รับอนุญาตให้ดำเนินการได้ตามกฎหมายของบ้านเมือง

3. แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและวิถีชีวิต (Cultural Attractions) เป็นการสนใจศึกษาถึงความเจริญรุ่งเรืองแห่งอารยธรรมในอดีต พิธีกรรม ความเชื่อ ศิลปะการแสดงศิลปวัฒนธรรม พื้นบ้าน ดนตรี การรำ รำ การละเล่นเพลงพื้นบ้าน งานประเพณี งานหัตถกรรม สินค้าพื้นเมืองและแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง กำแพงเมือง ชุมชนโบราณ เป็นต้น

สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจะสามารถสร้างเสน่ห์หรือสร้างความจดจำให้นักท่องเที่ยวได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความร่วมมือของหลายฝ่าย โดยเฉพาะตัวนักเดินทางหากทุกคนมีความรู้สึกรักและหวงแหนในสิ่งแวดล้อมหรือในองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นอยู่กับสังคมได้นานแสนนาน นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการช่วยกันรักษาธรรมชาติ ช่วยกันรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว เรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิง-นิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) มาจากคำภาษาอังกฤษ Ecology หรือ นิเวศวิทยา มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Green Tourism)

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ได้ให้ทัศนะที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

1. ต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนในท้องถิ่น

2. ต้องให้ความรู้และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของสื่อต่าง ๆ ตลอดจนการอธิบาย การตีความโดยมีคฤศเทศก์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจ ได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้ง สร้างจิตสำนึกในด้านการรักษาธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และให้มีความตระหนักถึงคุณค่าหรือ คุณประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมของชุมชนนั้น ๆ นักท่องเที่ยวต้องมีความระมัดระวังช่วยป้องกันและช่วยกันลดผลกระทบที่อาจจะมีต่อธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมหรือต่อวิถีชีวิตของชุมชนนั้น

3. ต้องให้ผลประโยชน์แก่ชาวบ้านในท้องถิ่น ในการจ้างงานทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น การบริการจัดนำเที่ยว การให้บริการนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ การขายอาหาร การขายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ต้องให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การจัดการและการ พัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นของเขา ซึ่งจะช่วยให้ชาวบ้านในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ธรรมชาติ สังคมและชุมชนนั้น ๆ แล้วผนึก กำลังร่วมแรงร่วมใจช่วยกันพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรนั้นไว้อย่างยั่งยืน

5. ต้องให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ การสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์และความพึงพอใจ ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยวจะมีผลต่อการได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะยาวยั่งยืนและต่อเนื่อง ดังนั้นข้อมูลข่าวสารในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะต้องมีความถูกต้องครบถ้วนและสมบูรณ์ ต้องมีการรักษาความ ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด โดยประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างสรรค์ให้ เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวจะต้องเท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เขาเกิดความ พึงพอใจ จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการให้บริการและให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอันดับสูง รองจากการมุ่งอนุรักษ์ดูแล และป้องกันแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541 : 4) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าเป็น การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่ง วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อบ่มุมนั้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน และได้กำหนดขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าได้ครอบคลุมองค์ประกอบ หลัก (Key Elements) 4 ด้าน คือ

1. องค์ประกอบด้วยพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศใน พื้นที่ของแหล่งนั้น ๆ จึงเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature Based Tourism)

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsibility Travel) ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น หมายความว่ารวมถึงกระบวนการที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น เช่น การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นกว่าเดิม การได้รับผลตอบแทนเพื่อนำกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว และในที่สุดแล้วท้องถิ่นสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ โดยเริ่มต้นตั้งแต่ระดับรากหญ้าจนถึงการปกครองระดับท้องถิ่นและอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย

เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวคิดดังกล่าว เช่น การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ใช้ธรรมชาติเป็นพื้นฐานต้องร่วมกันกับผู้เกี่ยวข้องออกแบบวางแผน จัดขอบเขตพื้นที่การท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เกษตรกรเห็นว่าศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ตลอดจนประเพณีของชนเผ่าเป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ควรได้รับการฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ตลอดไป เกษตรกรต้องมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพื่อเกิดพลังและจิตสำนึกในการป้องกันฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างสมบูรณ์ เกษตรกรควรได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และทักษะในการผลิตของที่ระลึกเป็นเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนของตนเอง และท้ายที่สุดเกษตรกรเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีผลทำให้คุณภาพชีวิตของเกษตรกรดีขึ้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดรายได้เสริมนอกเหนือจากอาชีพหลัก ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องของรัฐบาล

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543 : 16) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องและให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมใน

การจัดการเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบ ต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2542 : 12) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวคือการทิ้งขยะให้ถูกที่ ไม่เด็ดดอกไม้ ไม่ตัดไม้ทำลายป่าบริเวณที่ท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งแวดล้อมให้สวยงามสะอาด ร่มรื่น และมีการให้ข้อมูลให้การศึกษาแก่ผู้มาท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศปรากฏอยู่ในรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมเป็นส่วนหนึ่งซึ่งสะท้อนลักษณะเฉพาะและมีวัตถุประสงค์เฉพาะที่มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ โดยมีขอบเขตหลักสำคัญ 4 ประการ คือ พื้นที่ท่องเที่ยว การจัดการอย่างยั่งยืน กิจกรรมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

สาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน เช่น แหล่งท่องเที่ยวอุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง ชายทะเล วัฒนธรรม โบราณคดี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตในชุมชน เป็นต้น ลักษณะเด่นคือเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศต่ำหรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นจนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะการป้องกันและการควบคุมผลกระทบเกิดจากการท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น การไม่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น ถือว่าองค์ประกอบทางธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอย่างดี เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมโดยธรรมชาติอย่างแท้จริง ธรรมชาติจะสร้างความพึงพอใจและสร้างการท่องเที่ยวทางบวก นำประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและท้องถิ่น

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 1. เป็นตัวช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หากมีการจัดการที่ดีมีการควบคุมและรู้วิธีการพัฒนาที่ถูกต้องเหมาะสม มีการสื่อสารเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือทำให้เกิดความยั่งยืนในเรื่องการรักษาทรัพยากรและจะไม่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม ไม่ถูกบุกรุก ไม่ถูกทำลาย 2. เป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น หากได้มีการกระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาจะทำให้มีรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น เพราะโดยธรรมชาติของนักท่องเที่ยวแล้วหากมีการเดินทางจะมีการใช้จ่ายใช้สอยกันอย่างมากมายไม่ว่าจะเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะเดินทางในท้องถิ่น ชื้อของฝากของที่ระลึก รวมถึงการใช้บริการด้านอื่น ๆ อีกมากมาย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิจกรรมหลัก เช่น การเดินป่า การศึกษาธรรมชาติ การถ่ายรูปธรรมชาติ /การบันทึกวิถีโอเทป บันทึกเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่องนก ส่องสัตว์ เทียวถ้ำ ศึกษาท้องฟ้าและดาราศาสตร์ ล่องเรือศึกษาธรรมชาติทางน้ำ พายเรือแคนู เรือใบ เรือใบ กิจกรรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น กิจกรรมดำน้ำลึก ส่วนกิจกรรมที่มักเกิดขึ้นควบคู่กัน คือการชมวิถีวัฒนธรรมชาติในบรรยากาศ

ที่สงบ การขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ การปีนเขา โต้เขา การเดินทางพักผ่อนด้วยเต็นท์ การล่องแพยาง แพไม้ไผ่ การพักผ่อนรับประทานอาหาร การเที่ยวน้ำตก เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวนิยมไปในแหล่งที่ยังไม่เป็นที่รู้จักหรือรู้จักบ้างเล็กน้อย ไปในสถานที่ที่ไม่มีการลงทุนหรือลงทุนน้อยที่สุดในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น บ้านพัก ถนนทางเข้า สิ่งก่อสร้าง ฯลฯ ผลประโยชน์ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวจะจัดสรรไปยังชุมชนมากกว่าเป็นผลประโยชน์ของคนเพียงบางกลุ่ม ถ้าไรอาจะไม่ใช้ตัวเงินแต่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สามารถช่วยเหลือกิจกรรมรักษาทรัพยากรธรรมชาติและพัฒนาชุมชน คนนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ต้องมีความรู้เฉพาะทางและมักเป็นคนในชุมชนนั้นทำงานโดยไม่อาศัยค่านายหน้าจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการจากแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะสามารถกระจายตัวไปทั่วพื้นที่อย่างกว้างขวาง ไม่ใช่กระจุกอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง

จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอย่างชัดเจน โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกส่วนเกิดจิตสำนึกต่อการดูแลรักษาหรือมีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม มีการให้การศึกษา แก่ผู้เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

บริษัท มรดกโลก จำกัด (2537 : 16) กล่าวถึง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Tourism) ว่าเป็นกลไกที่แยก “นักท่องเที่ยว” ออกจาก “นักท่องเที่ยว” ได้อย่างชัดเจน ตั้งแต่อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ โลกทัศน์ ทัศนียภาพและความสนใจที่ค่อนข้างไปทางการศึกษา ทำให้อยากรู้อยากเห็น ความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปพบเห็น เพื่อเปรียบเทียบกับบ้านเมืองของตนเอง ตลอดจนถึงความเป็นนักคิด นักจัดการที่แสวงหาประสบการณ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตมากกว่าจะสนุกอย่างเดียว เหมือนกับนักท่องเที่ยวทั้งหลายที่เอาความพึงพอใจของตนเองเป็นที่ตั้ง โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบอย่างหนึ่งอย่างใดต่อชุมชนหรือประเทศที่ตนไปเที่ยว

โรเบิร์ต ดับเบิลยู ไมค์ตัน และ ชาร์ลส์ อาร์ โกลด์เนอร์. (Robert W. McIntosh, and Charles R. Goeldner. 1989 : 152) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่า “เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทุกแง่มุมของการท่องเที่ยวที่มนุษย์สามารถศึกษาถึงวิถีชีวิตและความนึกคิดซึ่งกันและกัน” และได้ให้แนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของชุมชนว่าจะต้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนมากน้อยเพียงใด

4. วิธีการและความถี่ในการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่น เพราะจะเป็นเครื่องวัดว่าท้องถิ่นนั้น ๆ ต้องการนักท่องเที่ยวประเภทใดและจำนวนเท่าใด
5. ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการพยายามที่จะทำให้ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ
6. ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมีความระมัดระวังและต้องวางแผนรองรับสิ่งที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นไว้ด้วย เพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรมและค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่ตลอดไป
7. เงินทุนแรงงาน รวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยว ควรมาจากชุมชนเจ้าของท้องถิ่นด้วย เพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปทิศทางที่ต้องการได้
8. ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้น
9. เรื่องราวและงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว จะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น
10. ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามขจัดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนให้เรียบร้อย

จากแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการดำเนินการเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวก็คือ ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อแสดงความคิดเห็นทุกเรื่องและแจ้งระดับความต้องการในการพัฒนาชุมชนสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นอกจากนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากคนในท้องถิ่น ภาครัฐ และเอกชน ในฐานะที่เป็นผู้ชำนาญการ เพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชนต่อไป

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นำชัย ทนุผล (2540 : 22 - 25) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศ (Agro - Ecotourism) ไว้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีทั้งการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ วัฒนธรรมการเกษตรที่เป็นวิถีชีวิตและเกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นตั้งแต่ ความเชื่อก่อนทำการเกษตร อุปกรณ์ เครื่องมือ วิธีการเก็บเกี่ยว การดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิต ขนบธรรมเนียม ความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความหมายและมีคุณค่าอย่างลึกซึ้งที่มีการ สืบทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งถือว่าวัฒนธรรมการเกษตรเป็นอารยธรรมการเกษตรของไทยที่ชาวต่างวัฒนธรรมไม่เคยเห็นมาก่อนและเดิมทีการเกษตรของประเทศไทยจะขายผลผลิตทางตรงอย่างเดียวและเอาบางส่วนเหลือไว้พอกินพออยู่ก็สามารถที่จะอยู่อย่างสุขสบาย ไม่ต้องดิ้นรนไขว่คว้าอะไร

มากมาย แต่ปัจจุบันสภาพทางเศรษฐกิจได้เปลี่ยนไป ต้นทุนการผลิตสูง ค่าครองชีพสูง รายได้ไม่พอเพียงกับรายจ่าย ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องหาทางเพิ่มรายได้ การทำการเกษตรแบบดั้งเดิมอย่างเดียวอาจจะไม่พอและไม่ทันเวลาต้องนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาใช้ในการทำงานหรือต้องหาอาชีพอื่นทำเสริม ซึ่งก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้วัฒนธรรมการเกษตรเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศ จึงน่าจะมีส่วนช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีชีวิตที่ดีขึ้น โดยการจัดการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศ ที่เกี่ยวกับกระบวนการผลิตและผลผลิตในลักษณะที่มีการสาธิต แสดงการทำการเกษตรในแต่ละขั้นตอนให้นักท่องเที่ยวได้ชมและให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ส่วนในด้านผลผลิตจากการเกษตรก็มีการแปรรูปจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดที่พักแบบ Home Stay โดยให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนในบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติเหมือนกับคนในท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศจะมีบทบาทสำคัญในการรักษา การพัฒนาและการสร้างรายได้โดยชุมชนมีส่วนร่วม

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การเกษตร ตลาดการท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตร ทรัพยากรการเกษตร หมายถึง ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต ไม่ว่าจะเป็นแสงแดด ดิน น้ำ ตลอดจนพันธุ์พืชพันธุ์สัตว์และการจัดการโดยมนุษย์ที่ก่อให้เกิดผลผลิตทางการเกษตรเพื่อนำมาอุปโภคบริโภค อาจเรียกทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตรนี้ว่าแหล่งเกษตรกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อแหล่งเกษตรกรรม โดยครอบคลุมบทบาทของพื้นที่กระบวนการผลิตและกิจกรรมการเกษตร ซึ่งสามารถคัดเลือกนำมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้

2. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องมากขึ้น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้กิจกรรม เช่น การศึกษาวิถีชีวิต การศึกษาวัฒนธรรม จึงทำให้มีความชัดเจนในด้านการจัดการการตลาดมากขึ้น

3. บริการการท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว จะต้องเกี่ยวเนื่องกับการเกษตรชนบท ตัวอย่างบริการที่ชัดเจน คือ ที่พักตามบ้าน (Home Stay) และที่พักตามสวนเกษตรต่างๆ (Farm Stay)

การจัดกิจกรรมบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลายกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและสภาพแวดล้อมของแต่ละแห่ง ได้แก่

1. ประเภทการแสดงสินค้าหรือสาธิตให้ชม โดยมีแปลงสาธิตพันธุ์พืชสวยงามและหลากหลาย เช่น กล้วยไม้ ดอกไม้ พืชผักและผลไม้ในท้องถิ่นและจากต่างประเทศที่น่าตื่นตาตื่นใจ

1.1 แปลงรวบรวมพันธุ์พืชชนิดต่าง ๆ เป็นการรวมพันธุ์พืชจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลกมาไว้ด้วยกัน เช่น พันธุ์กล้วยไม้ พันธุ์พริก พันธุ์มะเขือ

1.2 การแสดงขั้นตอนการปฏิบัติทางการเกษตร เช่น การเพาะชำ การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปผลผลิต

1.3 การแสดงประเพณีวัฒนธรรมด้านการเกษตรในอดีต เช่น การตกกล้า การไถนา การดำนา การเก็บเกี่ยว การซ่อมข้าวหรือตำข้าว การเก็บเกี่ยวพืชผักและแปรรูป การแสดงงานฝีมือ หรืองานหัตถกรรมต่าง ๆ

1.4 การแสดงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และวิถีชีวิตทางการเกษตรของไทยในอดีตจนถึงปัจจุบัน

2. ประเภทให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้น

2.1 การเข้าชมสวนเกษตรที่มีทั้งความสวยงาม ความแปลกตาและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ เช่น เดินชมสวนไม้ดอก ชมสวนพืชผัก ชมสวนสมุนไพร นั่งเรือเก็บพืชผลผลไม้ โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตทานเองจากต้นในสวน หรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บเองได้

2.2 ทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ซี่ควาย จูงควาย นั่งเกวียน ไถนา ดำนา กรีดยาง ยกยอ พายเรือ ทอดแห

3. ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน นักท่องเที่ยวค้างคืนในหมู่บ้านเพื่อศึกษาและสัมผัสกับการใช้ชีวิตของชาวชนบทที่เป็นเกษตรกร โดยให้นักท่องเที่ยวเสมือนหนึ่งเป็นคนในครอบครัว ทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น หาพืชผักมาทำอาหารพื้นบ้าน การดูแลรักษาที่อยู่อาศัย เป็นต้น

4. ประเภทการอบรมให้ความรู้การเกษตรแผนใหม่และให้ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน

4.1 ฝึกหัดปฏิบัติเกี่ยวกับการทำการเกษตรในสมัยใหม่ เช่น การปลูกและการดูแลรักษาพืช การแปรรูปและเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร ฯลฯ ซึ่งอาจจะมีใบประกาศเกียรติคุณให้

4.2 ฝึกหัดปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาของชาวบ้านในชนบท เช่น ศึกษาแมลงที่เป็นประโยชน์ พืชผักพื้นเมืองที่ทานได้ การเก็บเห็ดในป่า การทำข้าวเม่า การทำขนมจีน การทำน้ำตาลจากมะพร้าวและตาลโตนด การเกี่ยวข้าวด้วยเคียว การนวดแผนโบราณและการอบสมุนไพรด้วยกระท้อน การเผาข้าวหลามเผามะพร้าวด้วยถ่าน ฯลฯ

5. ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่

5.1 สินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

5.2 สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของเกษตรกร

5.3 ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ

5.4 ผักสด ผลไม้สด ดอกไม้สด

5.5 ต้นพันธุ์พืช เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อไปปลูกเองได้

5.6 อาหารที่ผลิตและเตรียมในพื้นที่แบบง่าย ๆ แต่สะอาด เช่น ข้าวโพดต้ม ข้าวโพดคั่ว ถั่วต้ม เผือกต้ม มันต้ม ผลไม้สด อาหารบรรจุถุงหรือบรรจุกล่อง น้ำฝักน้ำผลไม้

6. ประเภทให้รู้ทางด้านธุรกิจการเกษตร ในช่วงที่ธุรกิจอื่นประสบปัญหาเนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำ เช่น ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวบางส่วนเดินทางเพื่อหาช่องทางในการทำธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเกษตร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนรวดเร็วและเป็นธุรกิจที่ก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ เพราะ มนุษย์บริโภคทุกวัน การเดินทางสัมผัสสถานที่จริง ได้พบเห็นกิจกรรมของเกษตรกรอาจเกิดแนวคิดใน การทำธุรกิจโดยร่วมลงทุนกับประชาชนในท้องถิ่น เช่น ร่วมกับเกษตรกรทำการผลิตเพื่อแปรรูปส่ง สินค้าออกและจำหน่ายในประเทศ หรือร่วมกันผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไปต่างประเทศ การ ท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะเอื้อผลประโยชน์ให้กับเกษตรกรและยังเป็นหนทางหนึ่งที่จะ ช่วยเหลือภาคเอกชนจากธุรกิจอื่นที่ได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุด มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกันทั้งด้านการพัฒนาและด้านการตลาด ที่จะนำนักท่องเที่ยวมาชื่นชมทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็นประจำสม่ำเสมออันจะส่งผลให้เกิด การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่จะตอบสนองต่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง เป็นการ พัฒนา

ที่สามารถตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันโดย มีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสของอนุชนรุ่นหลังด้วยการจัดการท่องเที่ยวที่มีความหมายต่อการ จัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้ ทั้งนี้แนวคิดการท่องเที่ยวที่ ยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่ เปลี่ยนไปขอบเขตการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกส่วนของการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้อง ดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมด้านการบริการมีกำไรแม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่ เสมอ และผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมต้องไม่มีหรือมีน้อยที่สุด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543 : 2-3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึงการ ท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภททั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานโบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมในท้องถิ่น
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมใน แหล่งท่องเที่ยว
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้และได้ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง กับธรรมชาติและวัฒนธรรม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากร ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันแพร่หลายมากในปัจจุบัน เพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังเป็นที่นิยมในทุกสังคม มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการ ประชาสัมพันธ์หลายท่าน หลายหน่วยงานให้ความหมายไว้ ดังนี้

บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2539 : 13) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษ ว่า Public Relations มาจากคำว่า Public หมายถึง ประชากรกลุ่มบุคคล หรือประชาชน ซึ่งมี ลักษณะ 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง พบกับปัญหาอันหนึ่ง ประการที่สอง มีความเห็นเกี่ยวกับการ จัดการปัญหานั้นแตกต่างกัน ประการที่สาม ได้มีการอภิปรายปัญหานั้น มติของกลุ่ม เรียกว่า ประชาคมติ ส่วนคำว่า Relations หมายถึง ความสัมพันธ์ หรือความเกี่ยวข้องผูกพันแบบสองฝ่าย หากรวมความตามตัวอักษรแล้ว การประชาสัมพันธ์ ก็คือ การเกี่ยวข้องผูกพันกับกลุ่มคนนั่นเอง

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549 : 21) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relations) คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relations) ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง

สะอาด ตันสุภผล. (อ้างถึงใน มสธ. 2547 : 25-27) อดีตผู้อำนวยการคนแรกของ โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ให้คำจำกัดความของ การประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำ ที่ต่อเนื่องในอันที่จะสร้างหรือยังผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันและ

กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาสัมพันธ์เป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย

เสรี วงษ์มณฑา. (2542 : 4) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2554 : 703) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน, เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการนี้

Cutlip & Center. (1972; อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล. 2549 : 15) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนโดยอาศัยวิธีการที่ยอมรับกันในสังคมว่า เป็นวิธีการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักการสื่อสารสองทางที่ก่อให้เกิดความเข้าใจทั้งสองฝ่าย

Marston. (1979; อ้างถึงใน ลักษณะ สตะเวทิน. 2544 : 3) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ได้แก่ สถานการณ์ การกระทำหรือคำพูด ซึ่งสามารถจูงใจหรือชักชวนให้ประชาชนเห็นด้วยหรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชน

Robinson. (1969; อ้างถึงใน มสธ. 2547 : 22) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ หากจะพิจารณาในแง่พฤติกรรมศาสตร์ มีหน้าที่ ดังนี้

1. สำรวจและประเมินทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. ช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการเพิ่มพูนความเข้าใจแก่ประชาชน และเป็นที่ยอมรับของประชาชน กล่าวคือยอมรับทั้งนโยบาย แผนงาน และบุคลากรของหน่วยงาน

Ivy lee (อ้างถึงใน มสธ. 2547 : 24) นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ผู้มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา และได้รับการยกย่องว่าเป็น บิดาแห่งการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ (The Father of Public Relations) ได้ให้ทัศนะต่อการประชาสัมพันธ์ว่า องค์กรหรือสถาบันควรมีการประชาสัมพันธ์กับประชาชน ไม่ควรปิดหูปิดตาประชาชนหรือเพิกเฉยละเลยต่อประชาชน แต่ควรแถลงความจริงใจให้ประชาชนได้ทราบ หากองค์กรชี้แจงแถลงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นความจริง

ให้ประชาชนทราบอย่างถูกต้องและเหมาะสมแล้ว เมื่อนั้นประชาชนก็พร้อมเสมอที่จะเข้าใจองค์การด้วยความเป็นธรรม

Hill. (1963; อ้างถึงใน ลักษณะ สตะเวทิน. 2544 : 3) การประชาสัมพันธ์ คือ หน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายบริหารที่จะต้องให้ความสนใจใส่ต่อชื่อเสียงและความชื่นชอบที่ประชาชนมีต่อองค์การและต้องให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์เท่า ๆ กับงานส่วนอื่นขององค์การ

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association) ใช้ชื่อย่อว่า “IPRA” ซึ่งเป็นสมาคมนักประชาสัมพันธ์จากทุกประเทศของโลกมารวมกัน มีการประชุมให้ความรู้ด้านวิชาชีพประชาสัมพันธ์แก่บรรดาสมาชิกและผู้สนใจทั่วไป ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า (อ้างถึงใน มสธ. 2547 : 25) การประชาสัมพันธ์คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management Function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนงานที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดี มีความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) และได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์การสถาบันเกี่ยวข้องอยู่โดยองค์การจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชาติที่ประชาชนมีต่อองค์การ แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์การสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับประชาติหรือความต้องการของประชาชนพร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย คือ องค์การและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (Public Relations Society of America) ใช้ชื่อย่อว่า “RASA” ซึ่งเป็นสมาคมนักประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงมาก เป็นที่รวมตัวกันของนักวิชาการและนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ มีการฝึกอบรมและสอบรับรองมาตรฐานผู้ประกอบวิชาชีพนี้ (อ้างถึงใน มสธ. 2547 : 25) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่บรรดาลูกค้าและผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่มีความเข้าใจร่วมกัน และความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ และสถาบันสังคม

โดยสรุป ถึงแม้ว่านักวิชาการแต่ละท่าน หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านประชาสัมพันธ์จะให้ความหมายการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันในเรื่องขอบเขต ถ้อยคำ บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ทั้งการควบคุมมาตรฐานแห่งวิชาชีพ การปฏิบัติงาน แต่ความหมายหลักก็จัดอยู่ในแนวเดียวกัน คือ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นวิธีการของหน่วยงาน องค์การ สถาบันที่มีการวางแผนและมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตนเองโดยใช้วิธีการสื่อสารสองทางไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างการยอมรับ สร้างความเชื่อถือศรัทธา

สร้างความคิดเห็นร่วมกันโดยใช้ประชาคมติเป็นแนวทางในการทำงาน เป้าหมายสุดท้ายของการ
ประชาสัมพันธ์คือการได้รับการยอมรับและได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมาย

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ Wilcox. (2003 : 8-9) มี
ดังต่อไปนี้

1. การให้คำแนะนำกับฝ่ายจัดการ (Counseling) ขององค์การเกี่ยวกับนโยบาย การสร้าง
ความสัมพันธ์อันดี และการสื่อสาร
2. การวิจัย (Research) เป็นการวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมของชุมชนและเหตุผลต่าง ๆ
เพื่อใช้ในการวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการวัดผลของกิจกรรม
3. การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน (Media Relations) โดยการเผยแพร่ข่าวสารและ
การตอบสนองความสนใจในองค์การ
4. การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) เป็นการกระจายข่าวสารซึ่งต้องมีการวางแผนในการใช้
วิธีการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ทั้งสื่อที่ต้องซื้อพื้นที่ซื้อเวลา และสื่อที่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่
แบบให้เปล่า
5. การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee/Member Relations) เป็นการ
ตอบสนองและจูงใจพนักงานในองค์การ
6. เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน (Community Relations) ให้องค์การมีส่วนร่วม
ร่วมกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยมีการวางแผนเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน
ตลอดจนคำนึงถึงผลประโยชน์ทั้งขององค์การและชุมชน
7. การทำกิจกรรมสาธารณะ (Public Affairs) เป็นการร่วมพัฒนานโยบายชุมชนอย่างมี
ประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์การปรับตัวได้อย่างเหมาะสมกับความคาดหวังของชุมชน ตลอดจนการ
ให้บริการและการจัดกิจกรรมกับชุมชนต่าง ๆ
8. การทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล (Government Affairs) เป็นการสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีกับส่วนราชการ โดยการจัดโปรแกรมในการสนับสนุนและช่วยเหลือส่วนราชการต่าง
ๆ เช่น ร่วมร่างข้อบังคับ สนับสนุนบทบัญญัติต่าง ๆ
9. การบริหารข่าวเชิงยุทธศาสตร์ (Issue Management) เป็นการกำหนดประเด็นต่าง ๆ ที่
เกี่ยวข้องกับชุมชนว่าองค์การควรจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนใดบ้าง และจะมีการบริหารประเด็นใด
บริหารอย่างไร
10. การสร้างความสัมพันธ์กับสถาบันการเงิน (Financial Relations) เป็นการสร้างความ
เชื่อมั่นและสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกด้านการเงินกับผู้ลงทุน หรือผู้ถือหุ้น

11. การสร้างความสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry Relations) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน กับสมาคมการค้า ตลอดจนผู้ขายปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้อง

12. การพัฒนาการจัดหาทุน (Development/Fund Raising) เป็นการแสดงความต้องการและการกระตุ้นสมาชิกขององค์การ ตลอดจนผู้ให้การสนับสนุนองค์การ

13. การสร้างความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมข้ามชาติ (Multicultural Relations/workplace Diversity) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไปที่มีความหลากหลายและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมข้ามชาติ

14. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) เป็นการกระตุ้นความสนใจในบุคคลสำคัญ ผลิตภัณฑ์ หรือองค์การ โดยมุ่งสร้างกิจกรรมที่แปลกใหม่ ซึ่งจะต้องรับฟังและมีความสัมพันธ์กับชุมชน

15. การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) เป็นการสื่อสารโดยใช้กิจกรรมหลายอย่างเพื่อขายผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ประกอบด้วย การโฆษณา การจัดวัสดุ ส่งเสริมการขาย การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย และการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ ในแนวคิดของ วิรัช ลภีรัตน์กุล. (อ้างถึงใน มสธ. 2547 : 92) มีดังนี้

1. องค์การและสถาบัน
2. ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์
3. สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

องค์การและสถาบันเป็นฝ่ายเริ่มต้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มประชาชน ฉะนั้นหลักการพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ คือ การที่องค์การและสถาบันจะต้องมีนโยบายที่ดีในการดำเนินงาน และมีการประพฤติปฏิบัติที่ดี คำนึงถึงผลประโยชน์ประชาชนทุกกลุ่ม เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของประชาชน และทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธาพร้อมที่จะให้ความร่วมมือสนับสนุนด้วยดี

ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ที่องค์การและสถาบันทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนจะต้องเป็นข่าวสารที่มีคุณภาพมิใช่มุ่งที่ปริมาณมากเพียงอย่างเดียว ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่ดีควรจะสอดคล้องกับระบบค่านิยมของกลุ่มประชาชน มีลักษณะน่าสนใจและ

น่าเชื่อถือ เชื่อสัตย์ เทียงตรง รวมทั้งมีความชัดเจน เข้าใจง่าย สามารถตอบสนองความพอใจและความต้องการของประชาชนได้อย่างเหมาะสม

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีส่วนช่วยเสริมให้การประชาสัมพันธ์ขององค์การและสถาบันให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ทำให้องค์การและสถาบันดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างสะดวก ประหยัด รวดเร็วมากขึ้น สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการดำเนินงาน จึงจะประสบผลสำเร็จ

กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกได้เป็นกลุ่มต่าง ๆ มากมายหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันไป การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น องค์การและสถาบันจะต้องประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความรู้สึกรู้จักคิดและความต้องการของกลุ่มประชาชนอย่างถูกต้องเหมาะสม

สรุป องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ดังกล่าว หากได้รับการดูแลเอาใจใส่ในทุกกระบวนการโดยผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์ใช้ความสามารถในการพิจารณาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ มีแบบแผนในการทำงานที่ถูกต้อง จะทำให้การทำงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างราบรื่นและมีคล่องตัว สามารถปรับเปลี่ยนได้ทุกสถานการณ์ จะส่งผลให้กิจการของหน่วยงานได้รับการกล่าวขานถึงอย่างรวดเร็ว จนเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากสังคมอย่างง่ายดาย

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ได้รับความนิยมนำมาใช้ในหน่วยงานต่าง ๆ มากมาย รวมทั้งนำมาใช้กับตัวบุคคลโดยเฉพาะก็มี เช่น นักการเมือง ดารา นักร้อง นักแสดง ก็นำมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล รวมถึงสินค้าและบริการ การแนะนำหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักของสังคม ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญต่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น

อลิศรา เจริญวานิช. (2544 : 3-4) ได้สรุปถึงความสำคัญและความจำเป็นของการประชาสัมพันธ์ต่อสังคมในปัจจุบัน ดังนี้

1. ความซับซ้อนในสังคม เมื่อสังคมมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การคมนาคม การเกษตร การศึกษา เป็นต้น ส่งผลให้องค์การเกิดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ตลอดจนลักษณะการทำงานที่มีความแตกต่าง หลากหลาย และมีรูปแบบใหม่ ๆ อย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน อีกทั้งยังทำให้องค์การที่มีแต่เดิมต้องปรับปรุงนโยบาย การดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงต่อประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจ

2. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม จะเห็นได้จากสังคมปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต มนุษย์ให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารมากขึ้น เนื่องจากตระหนักดีว่าการมีข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันสมัยและพอเพียงเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้สามารถวางแผนกำหนดนโยบาย ตลอดจนตัดสินใจดำเนินการในด้านต่าง ๆ ได้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เป็นอยู่ และที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่เพิ่มมากขึ้นนี้ จึงมีส่วนผลักดันให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ซึ่งมีหน้าที่หลักในการเผยแพร่ข่าวสารมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และมีการพัฒนาเครื่องมือสื่อสารย่อมทำให้นักประชาสัมพันธ์สามารถเลือกใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ มีคุณสมบัติที่แตกต่างมาเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่เดียวกันประชาชนก็สามารถส่งข้อมูลข่าวสารหรือความคิดเห็นต่าง ๆ กลับมายังองค์กรได้สะดวก

3. ความสำคัญของพลังประชามติ เมื่อประชาชนได้รับการศึกษาดีขึ้น สื่อมวลชนต่าง ๆ ก็ได้พัฒนาขีดความสามารถในการนำเสนอข่าวสารให้ดียิ่งขึ้น และมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว มีช่องทางแสดงความคิดเห็น และสามารถรวมพลังกันได้อย่างง่าย รวดเร็ว และกว้างขวาง ทำให้พลังประชามติมีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างมาก เมื่อองค์กรใดตระหนักถึงความสำคัญของพลังประชามติแล้ว ย่อมให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นเครื่องมือหนึ่งของการสำรวจประชามติ นอกจากนั้นยังได้อาศัยการประชาสัมพันธ์ในการสร้างเสริมประชามติให้เป็นไปในทิศทางที่จะสนับสนุนกิจการขององค์กรอีกด้วย

4. ความรับผิดชอบต่อสังคม ในปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ต่างให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น กล่าวคือ เมื่อธุรกิจประสบความสำเร็จจากการประกอบการโดยได้รับผลประโยชน์จากประชาชนในสังคมแล้ว ก็ควรแสดงน้ำใจต่อสังคมด้วยการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับกลับคืนสู่สังคม เพื่อเป็นการตอบแทนสังคม เช่น สนับสนุนและช่วยเหลือทางด้านการศึกษา ส่งเสริมการกีฬา ส่งเสริมและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น ดังนั้นจึงทำให้หน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ จัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขึ้นมาเพื่อดูแลรับผิดชอบงานด้านการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมหรือเพื่อประโยชน์สาธารณะ

5. ช่องว่างการสื่อสารในสังคม เมื่อสังคมมีขนาดใหญ่ขึ้น ย่อมมีความสลับซับซ้อน ประชาชนในสังคมมักจะดำรงชีวิตในรูปแบบที่แตกต่างกัน ต่างคนต่างอยู่ ไม่มีใครสนใจใคร จึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคล และระหว่างบุคคลกับองค์กรต่าง ๆ เป็นไปอย่างห่างเหิน เกิดช่องว่างการสื่อสารในสังคม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีผู้ทำหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางประสานความสัมพันธ์นั้น ซึ่งบุคคลดังกล่าวนี้ก็คือ นักประชาสัมพันธ์

6. การแข่งขันมีมากขึ้น ในสังคมประชาธิปไตยที่มีการแข่งขันกันอย่างเสรี จึงมีองค์การธุรกิจจำนวนมากที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนอกจากจะนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพและราคายุติธรรมแล้ว วิธีการอีกอย่างหนึ่งที่จะผูกใจให้ประชาชนซื้อสินค้าหรือใช้บริการของตนเป็นระยะเวลายาวนาน ก็คือการพยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบประทับใจ และให้ความสนับสนุนองค์การโดยองค์การต้องประพฤติตนเป็นสมาชิกที่ดี พร้อมรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในสังคม คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์การกับประชาชน มีความรับผิดชอบต่อประชาชน ดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ดังนั้นองค์การต่าง ๆ จึงตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขึ้นมา เพื่อดูแลงานด้านการสร้างและธำรงรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนให้คงอยู่ต่อไป

วิรัช กลวิรัตนกุล. (2547 : 37-38) กล่าวถึงบทบาทสำคัญของ การประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ช่วยลดช่องว่างการสื่อสารในสังคม โดยที่สังคมมีความสลับซับซ้อนหรือสังคมที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ประชาชนมีแนวโน้มที่จะดำรงชีวิตในรูปแบบที่แตกต่างกันอยู่ อยู่แบบตัวใครตัวมัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมประเทศตะวันตก ลักษณะดังกล่าวนี้ยังเห็นได้เด่นชัดมาก เมื่อคนในสังคมมีความสัมพันธ์กันอย่างห่างเหินและผิวเผินเช่นนี้ ย่อมทำให้เกิดช่องว่าง (Gap) ต่าง ๆ ขึ้นมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช่องว่างทางการสื่อสาร (Communication Gap) เช่น องค์การสถาบันเกิดช่องว่างการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชน เป็นต้น และโดยที่องค์การและสถาบันต่าง ๆ ไม่ว่าจะ เป็นองค์การของรัฐ หรือภาคเอกชนย่อมต้องอาศัยความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน จึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะการเช่นนี้ ก่อให้เกิดหน้าที่และอาชีพใหม่ขึ้นมา นั่นก็คือ ผู้ที่จะทำหน้าที่เป็นตัวประสานหรือสื่อกลางในการเชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างสถาบันกับประชาชน หรือระหว่างกลุ่มประชาชนต่อประชาชนเอง ผู้ที่ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางหรือผู้ประสานระหว่างกลางเช่นว่านี้ คือ นักประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีการกิจหลักในการช่วยลดและจำกัดช่องว่างต่าง ๆ แห่งการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้หมดสิ้นไปโดยใช้เทคนิคและวิธีการตามหลักวิชาการประสานงานกับเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เพื่อประสิทธิผลในการประชาสัมพันธ์ ด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้เกิดอาชีพนักประชาสัมพันธ์ขึ้นมา และเกิดแผนกหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ ใน องค์การสถาบันต่าง ๆ เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานสถาบันอย่างมีประสิทธิภาพ

2. สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในสังคม จำนวนประชากรของแต่ละประเทศในโลกต่างมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นทุกปีในอัตราที่รวดเร็ว หลาย ๆ ประเทศได้พยายามควบคุมอัตราการเกิดหรือการเพิ่มของพลเมืองในประเทศของตน แต่กระนั้นจำนวนประชากรโลกก็ยังมีเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ การเพิ่มจำนวนประชากรเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทความสำคัญที่เด่นชัดยิ่งขึ้น เมื่อจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ธุรกิจต่าง ๆ ต่างก็เพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว เพื่อ

สนองตอบรับต่อจำนวนประชาชน เมื่อธุรกิจหรือหน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มขึ้นก็ย่อมต้องการ “ประชาสัมพันธ์” มากขึ้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องทำหน้าที่ในการสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในสังคม ทำให้ประชาชนจำนวนมากได้เข้าใจถึงหน่วยงานสถาบันต่าง ๆ ที่ประชาชนจำเป็นต้องติดต่อเกี่ยวข้องด้วยไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชนก็ตาม ซึ่งนับเป็นบทบาทที่สำคัญและเด่นชัดอีกบทบาทหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3. สร้างความรับผิดชอบต่อสังคม การประชาสัมพันธ์ที่บทบาทความสำคัญขึ้นอย่างมากในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อหน่วยงานต่าง ๆ อันได้แก่ บริษัทธุรกิจห้างร้านเริ่มยอมรับว่า บริษัทธุรกิจจะต้องมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และบริการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ฉะนั้น หน่วยงานธุรกิจทั้งหลายจึงควรช่วยเหลือเกื้อกูลสังคม บริการสังคมและชุมชน รวมทั้งการให้สวัสดิการสงเคราะห์ต่าง ๆ ส่งเสริมสุขภาพอนามัย และศิลปวัฒนธรรม พิทักษ์รักษาสภาพแวดล้อม ตลาดจนการช่วยเหลือทางด้านการศึกษา เช่น ให้ทุนการศึกษา มอบอุปกรณ์การศึกษาแก่โรงเรียน ชุมชน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้บริษัทธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมและบริการสาธารณะหรือสังคมดังกล่าว อันเป็นการสร้างและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม

4. สร้างความเข้าใจกับรัฐบาล เมื่อหน่วยงานธุรกิจขยายตัวเพิ่มมากขึ้น รัฐบาลก็จำเป็นต้องมีภาระเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมในการควบคุมดูแลและตรวจสอบหน่วยงานธุรกิจให้ดำเนินงานอย่างสุจริตตรงไปตรงมาตามกฎหมาย บางครั้งนักการเมือง ข้าราชการ อาจเกิดความเข้าใจผิดในการดำเนินงานของบริษัทธุรกิจ ก็อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งและเสียหาย ทำให้สถาบันธุรกิจต้องใช้การประชาสัมพันธ์มาสร้างความเข้าใจอันดี โดยว่าจ้างนักประชาสัมพันธ์มาทำงานด้านนี้ให้ คือ การประชาสัมพันธ์กับรัฐบาลหรือรัฐสัมพันธ์ เพื่อให้รัฐบาลและหน่วยงานราชการเกิดความเข้าใจในหน่วยงานของตนถูกต้องยิ่งขึ้น และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

5. ช่วยให้เกิดการพัฒนาของเครื่องมือสื่อสารเทคโนโลยีสมัยใหม่ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น เครื่องมือสื่อสารที่จะใช้แพร่กระจายข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนนับว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมาก ในอดีตการประชาสัมพันธ์ไม่ก้าวหน้า และมีบทบาทไม่เด่นชัด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะขาดเครื่องมือในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ปัจจุบันเครื่องมือสื่อสารได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีประสิทธิผลมากขึ้นกว่าเดิม สามารถแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ สามารถเข้าถึงประชาชนเป็นจำนวนมากได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ

6. เกิดมาตรฐานใหม่ทางด้านจริยธรรม การดำเนินธุรกิจยุคใหม่มีมาตรฐานทางจริยธรรมที่สูงขึ้น หน่วยงานธุรกิจเลิกดำเนินการแบบลับ ๆ ล่อ ๆ หรือข่มขอน ปิดหูปิดตาประชาชน มาตรฐานด้านจริยธรรมทางธุรกิจ ทำให้ผู้บริหารของหน่วยงานต้องพูดความจริง มีสำนึกจะ ดำเนินธุรกิจด้วยความ

โปร่งใส เปิดเผย และยุติธรรม ตลอดจนปฏิบัติต่อประชาชนด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และมีจริยธรรม ยิ่งขึ้น

7. กระตุ้นให้เกิดการพิทักษ์และคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค การที่หน่วยธุรกิจเพิ่มทวีมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันกัน แต่ละแห่งก็บริการต่อผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของตน เพื่อให้เกิดความประทับใจและความนิยมในบริษัท การแข่งขันกันด้านการเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้าและผู้บริโภคเพิ่มขึ้นดังกล่าวทำให้บริษัทต่าง ๆ เริ่มไฝหาคความนิยมและความสนับสนุนจากลูกค้า มีการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ตลอดจนไม่มีโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินความจริง การเรียกร้องดังกล่าวนี้มีรัฐบาลสนับสนุนอยู่ด้วย เพื่อคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภค ทำให้หน่วยงานของธุรกิจเริ่มระมัดระวังยิ่งขึ้น และเล็งเห็นถึงบทบาทความสำคัญและความจำเป็นของการประชาสัมพันธ์

8. มีวิชาชีพการประชาสัมพันธ์เปิดสอนในระดับอุดมศึกษา เมื่อวิทยาการด้านประชาสัมพันธ์เจริญก้าวหน้าขึ้น การประชาสัมพันธ์ได้รับการจัดระเบียบให้เป็นวิชาชีพที่มีระบบยิ่งขึ้น มีการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ในสถาบันการศึกษาชั้นสูงต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาชั้นอุดมศึกษาหลายแห่ง ทำให้วิชาการประชาสัมพันธ์เป็นระเบียบและมีมาตรฐานยิ่งขึ้น มีผู้สนใจศึกษาเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานของตน ในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้สำรวจในปี ค.ศ.1975 พบว่ามีสถาบันการศึกษาชั้นสูงในสหรัฐอเมริกา จำนวน 320 แห่ง กระจายอยู่ทั่วไปตามคณะวิชาต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา เช่น แทรกอยู่ในภาควิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสถาบันการศึกษาชั้นสูงอีกหลายแห่งที่เปิดสอนวิชานี้ ความเจริญทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมให้การประชาสัมพันธ์รุดหน้ายิ่งขึ้นกลายเป็นวิชาชีพและมีบทบาทเด่นชัดกว่าเดิม

9. ก่อกำเนิดวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ เมื่อวิชาการประชาสัมพันธ์แพร่หลายขึ้น มีการจัดตั้งเป็นสมาคมผู้ใช้วิชาชีพด้านนี้ขึ้นมา เป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบวิชาชีพด้านนี้ โดยก่อตั้งเป็นสมาคมการประชาสัมพันธ์หรือสมาคมนักประชาสัมพันธ์ สมาคมเหล่านี้จะจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมวิชาการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายได้มาตรฐานยิ่งขึ้น เช่น มีการจัดอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ การประชุมสัมมนาทางด้านการประชาสัมพันธ์ การผลิตวารสารและเอกสารด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่แก่ประชาชนรวมทั้งการสอบรับรองมาตรฐานผู้ประกอบวิชาชีพนี้จากสมาคม เช่น สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร เป็นต้น

10. เกิดการยอมรับของหน่วยงานองค์กร สถาบันต่าง ๆ ระยะเวลาแต่เดิมนักประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับจากองค์กรสถาบันต่าง ๆ น้อยมาก เพราะยังมองไม่เห็นความสำคัญและความจำเป็น แต่ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับจากองค์กรสถาบันต่าง ๆ ดีขึ้นโดยลำดับ นัก

ประชาสัมพันธ์มีโอกาสทำงานใกล้ชิดกับผู้บริหารระดับสูง และรวมอยู่ในคณะกรรมการผู้บริหารของบริษัท ทำให้การประชาสัมพันธ์มีสถานภาพดีขึ้นกว่าแต่เดิมและทวีบทบาทความสำเร็จที่เด่นชัดยิ่งขึ้น

Lesly. (1983 : 5) กล่าวถึงบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในองค์การหรือหน่วยงาน ดังนี้

1. ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาให้แก่ฝ่ายจัดการ โดยที่การประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาให้แก่ฝ่ายบริหารและการจัดการขององค์การ และโดยการที่การประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่เป็นคณะทำงาน ฝ่ายประชาสัมพันธ์และที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์จึงมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการแนะนำให้ความเห็นแก่ฝ่ายจัดการเกี่ยวกับการตัดสินใจในนโยบายขององค์การที่เหมาะสม เพื่อที่จะธำรงรักษาสัมพันธภาพและสร้างความศรัทธาที่ประชาชนมีต่อองค์การให้ดำรงต่อไปอย่างมั่นใจ การให้คำแนะนำมีตั้งแต่วิธีการที่ดีและเหมาะสมในการประกาศบอกกล่าวให้ประชาชนได้ทราบการกระทำขององค์การ การให้คำแนะนำและให้ข้อเสนอแนะในการเปลี่ยนแปลงนโยบายของหน่วยงาน หรือข้อเสนอเกี่ยวกับกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ทำหน้าที่วิเคราะห์และตีความหมาย แปลความหมายถึงผลกระทบของพระราชบัญญัติหรือนโยบายของรัฐที่มีต่อองค์การ

2. มีหน้าที่ในการเป็นผู้ประสานงานการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นบทบาทที่มีความสัมพันธ์อย่างมากต่อการประชาสัมพันธ์ การประสานงานติดต่อสื่อสารนี้ รวมถึงการติดต่อสื่อสารภายนอกเกี่ยวกับเรื่องราวขององค์การและกิจกรรมขององค์การไปยังประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความสนใจต่อองค์การ การติดต่อสื่อสารมีเพียงแต่เป็นการออกข่าวปกติธรรมดาเท่านั้น แต่จะต้องมีลักษณะของข่าวที่สะท้อนถึงภาพพจน์ขององค์การในฐานะที่เป็นประชาชนของสังคมที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมที่ตนสังกัดอยู่ ทั้งนี้โดยใช้สื่อที่เหมาะสมซึ่งมีหลายรูปแบบ มีหลายลักษณะ เช่น หนังสือสุนทรพจน์ หรือการใช้โฆษณา

3. ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์และศึกษาวิจัยปัญหาทางสังคม ซึ่งหน้าที่นี้มักจะไม่ค่อยได้เป็นที่รู้จัก ทั้งนี้เพราะการวิจัยเป็นการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาของสังคม เป็นช่องทางของการติดต่อสื่อสารที่ทำให้องค์การได้รู้จักสังคมภายนอกมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์และมีค่าต่อองค์การในการจัดการธุรกิจหรือภาระหน้าที่ของตน และด้วยการที่ได้มีการศึกษาวิจัยวิเคราะห์และติดตามเรื่องราวปัญหาต่าง ๆ ทำให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถทราบและคาดการณ์ล่วงหน้าที่จะมีผลกระทบต่อองค์การได้เป็นอย่างดี

4. ทำหน้าที่ในการกำหนดกิจกรรมและการดำเนินงานในด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่จะต้องกำหนดกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์อันส่งผลดีต่อองค์การ เพื่อให้เกิดการยอมรับจากลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน ผู้ถือหุ้น หน่วยงานของรัฐบาลและสาธารณชน เป็นการกระตุ้นการจำหน่ายทางอ้อม ลดการรบกวนทางธุรกิจและเสริมสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับพนักงานและลูกจ้างตลอดจนกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

สรุป การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์การและหน่วยงานเป็นอย่างมาก เพราะการประชาสัมพันธ์ เป็นการช่วยลดช่องว่างการสื่อสาร มีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างสม่ำเสมอ หรือการให้ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานแก่ประชาชนต้องมีย่างต่อเนื่อง เป็นการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับประชาชน หรือการสื่อสารจากประชาชนไปยังหน่วยงาน เรียกว่าเป็นการสื่อสารสองทาง เป็นการสร้างความเข้าใจกับประชาชนทำให้ประชาชนมีความรู้ มีความเข้าใจในหน่วยงาน องค์การ หรือรู้ถึงการดำเนินงานของหน่วยงานอย่างถูกต้อง เป็นการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การให้ความช่วยเหลือ ดูแลต่อสภาพแวดล้อมทั่วไปของสังคม เช่น จัดกิจกรรมเชิญชวนให้ประชาชนร่วมกันพัฒนาชุมชน ช่วยเหลือท้องถิ่น การให้ทุนการศึกษา การมอบอุปกรณ์กีฬา การสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานของรัฐ การทำให้รัฐบาลเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการบริหารงานของบริษัทห้างร้านหรือองค์การของตน ช่วยให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร หมายถึงการติดต่อสื่อสารกับคนจำนวนมาก และหลากหลายอาชีพ ทำให้มนุษย์เกิดความคิดที่จะประหยัดเวลาในการสื่อสาร จึงหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วย เช่น การใช้วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ การส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม เกิดจริยธรรม คือ การทำงานของมนุษย์ที่มาจากหลายครอบครัว ต่างความคิด ต่างสถานที่จำเป็นต้องมีกฎกติกา เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เช่น การดำเนินธุรกิจต้องมีสัจจะ พูดความจริง มีความยุติธรรม ซื่อสัตย์สุจริต เกิดอาชีพใหม่มารับรับใช้สังคม คืออาชีพนักประชาสัมพันธ์ เมื่อหน่วยงานมีความเจริญก้าวหน้าต้องมีบุคลากรมารับผิดให้

ความสำคัญ

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

- นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ ได้มีมุมมองในการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ดังนี้ Black. (1976 : 18) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ไว้ 3 ประการ คือ
1. เพื่อสร้างความนิยม หน่วยงานจะดำเนินงานได้อย่างราบรื่นหากได้รับความนิยม ความเลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน ดังนั้นหน่วยงานต้องสร้างการยอมรับ สร้างความนับถือจากประชาชน โดยการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเป็นจริงและให้อย่างต่อเนื่อง ให้ความช่วยเหลือประชาชนและสังคมตามสมควร
 2. เพื่อรักษาและปกป้องชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย หรือเป็นการรักษาภาพพจน์ของหน่วยงานหรือภาพพจน์ของบุคคลให้สวยงามดูดีตลอด เพราะชื่อเสียงเกียรติยศเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาในการสั่งสมอย่างมาก หากชื่อเสียงดีประชาชนก็ชื่นชมศรัทธา ชื่อเสียงไม่ดีประชาชนเกิดความรู้สึกรังเกียจ ไม่อยากคบหาสมาคม ย่อมเกิดผลเสียต่อหน่วยงานแน่นอน
 3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน การสร้างความสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสร้าง

ความเข้าใจอันดีของกลุ่มบุคลากรภายในหน่วยงานให้เกิดความรักใคร่ เกิดความสามัคคีในเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งการสร้างขวัญกำลังใจ ความผูกพัน มีความรู้สึกรักภักดี (Royalty) ต่อหน่วยงาน

วีรัช ลภีรัตนกุล. (2547 : 100-101) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ขององค์การและสถาบันต่าง ๆ มีดังนี้ คือ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการได้ทราบถึง ทักษะคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานภาคเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ รวมทั้งมีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย
5. เพื่อทำหน้าที่จัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง เพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

กัญฉนิพัทธ์ วงศ์สุเมธรัตน์. (2547 : 12-13) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการดำเนินประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน องค์การทุกองค์การไม่ว่าจะดำเนินกิจการด้านใด เช่น ด้านการศึกษา ด้านการบริการ ด้านการผลิต ฯลฯ ล้วนแล้วแต่ต้องสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ทั้งอาจโดยตรงหรือโดยทางอ้อม หากองค์การนั้น ๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน ทำให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธา ก็จะส่งผลช่วยให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
2. เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงขององค์การมิให้เสื่อมเสีย ชื่อเสียงขององค์การมีส่วนเกี่ยวพันกับภาพลักษณ์ ฉะนั้น องค์การทุกแห่งจึงต้องปกป้องชื่อเสียงของตนไว้ให้ดี โดยมีการดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ปฏิบัติตนถูกต้องตามกฎหมายต่าง ๆ เป็นสมาชิกที่ดี มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมหนึ่ง การที่จะรักษาชื่อเสียงให้คงอยู่ต่อไปเป็นระยะเวลาอันยาวนานได้นั้น องค์การจะต้องพัฒนาปรับปรุงตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน สภาพแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง นอกจากจะมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกจากองค์กร เพื่อให้ประชาชนเกิดความนิยมเลื่อมใส มีความเข้าใจ ที่ถูกต้องต่อองค์กรหรือสถาบันแล้ว องค์กรเองจะต้องรับฟังข้อมูลข่าวสารจากประชาชน เพื่อให้ทราบความรู้สึกนึกคิด หรือปฏิกิริยาของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลข่าวสาร มาใช้ประกอบการวางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน การสร้างความสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสร้างความ เข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในองค์กร ได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกจ้าง เป็นต้น ให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียวในกลุ่ม รวมทั้งมีความรู้สึกที่ดีและจงรักภักดีต่อ องค์กร การสร้างความสัมพันธ์ภายในองค์กรนั้น นับว่ามีความสำคัญมาก เพราะช่วยเอื้ออำนวยให้ การบริหารและการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ หาก ความสัมพันธ์ภายในเป็นไปด้วยดีต่อกัน ความดีนี้จะส่งผลสะท้อนมายังการดำเนินงานขององค์กรให้ ปรากฏแก่สายตาบุคคลภายนอก คือ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลภายนอกมี ประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

5. เพื่อให้ประชาชนร่วมมือกับองค์กรและมีความเข้าใจที่ถูกต้อง การสร้างความเข้าใจที่ ถูกต้องนั้น ควรกระทำด้วยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริงอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ทั้งนี้เมื่อประชาชนมีความเข้าใจองค์กรที่ถูกต้องก็ย่อมจะให้ความร่วมมือสนับสนุน

6. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะยึดหลักบนพื้นฐานของความ เป็นจริง ซื่อสัตย์ และประพฤติปฏิบัติอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้ประชาชนทั่ว ๆ ไปเกิดความ เชื่อถือ ไว้วางใจและยอมรับ ซึ่งจะเป็ผลดีต่อการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

7. เพื่อช่วยงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งใน ส่วนประสมทาง การตลาด (Marketing Mix) ซึ่งปัจจุบันเป็นพลังสำคัญในการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ที่ นักสื่อสารการตลาดนำมาช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและองค์กร ทำให้ประชาชน ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ เกิดความรู้ ความเข้าใจในนโยบาย และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร จึงอยู่ใน สภาพที่พร้อมจะรับฟังข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวและการโฆษณา ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เกิด ความต้องการและตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าขององค์กรในที่สุด

สรุปแล้ววัตถุประสงค์ของการดำเนินประชาสัมพันธ์ ก็คือ เพื่อสร้างความนิยม สร้างความ เชื่อถือ ความศรัทธาจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เพื่ออธิบายถึง นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงขององค์กรมิให้เสื่อมเสีย และเพื่อรับฟัง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อองค์กร เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการตลาดของหน่วยงาน

ประเภทของการประชาสัมพันธ์

การแบ่งประเภทของการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปนิยมแบ่งตามกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่หน่วยงานได้ทำการสื่อสารด้วย สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคลากรภายในหน่วยงาน ซึ่งบุคลากรภายในหน่วยงาน ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น เจ้าหน้าที่ ลูกจ้าง คนงาน ข่าวสารที่เผยแพร่ เช่น นโยบาย กฎระเบียบ กิจกรรม ความก้าวหน้าของการดำเนินงาน ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของหน่วยงานที่ทุกคนควรจะทราบ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน มีความรักใคร่สามัคคี มีความภาคภูมิใจและมีความจงรักภักดีมีความเชื่อมั่นต่อหน่วยงาน

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงาน บุคคลภายนอกหน่วยงาน ได้แก่ ลูกค้า ผู้มาใช้บริการ ผู้จัดจำหน่าย สื่อมวลชน (Mass Media) ผู้นำความคิด ชุมชนใกล้เคียง ประชาชนทั่วไป ฯลฯ ข่าวสารที่เผยแพร่ เช่น นโยบายการดำเนินงาน กิจกรรม ผลงาน ชื่อเสียงเกียรติคุณ และความเคลื่อนไหวต่างๆที่สังคมควรรู้ ในขณะเดียวกันหน่วยงานควรจะได้รับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้ว่าเรามีทัศนคติอย่างไร คิดอะไร เข้าใจหน่วยงานอย่างไร เพื่อจะหาแนวทางในการสร้างการยอมรับความน่าเชื่อถือและให้การสนับสนุนต่อไป

โอกาสในการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์จะได้ผลเต็มที่เมื่อได้จัดทำขึ้นในโอกาสที่เหมาะสมและในรูปแบบที่แปลกแตกต่างจากผู้อื่น และเป็นไปตามลักษณะโอกาสหรือเทศกาล ดังต่อไปนี้

1. เมื่อเริ่มเปิดกิจการใหม่ ควรจัดงานเลี้ยงฉลองขึ้นที่องค์การ หรือสถานที่ที่จัดขึ้นเป็นพิเศษ เช่น โรงแรมชั้นหนึ่ง ห้องอาหาร ภัตตาคารและมีการทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนออกไป เพื่อแจ้งข่าวหรือแนะนำให้ประชาชนได้รู้จัก

2. เมื่อมีการขยายกิจการ กิจการมีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการเพิ่มทุน เพิ่มผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้น ควรจัดงานเฉลิมฉลองขึ้นอย่างเป็นทางการเพื่อเป็นการบำรุงขวัญพนักงานและประกาศข่าวสารนี้ไปยังลูกค้าและประชาชนทั่วไปด้วย สิ่งที่ต้องกระทำ เช่น

2.1 ควรมีการทำบุญบำเพ็ญกุศลตามประเพณีทางศาสนาเพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่พนักงานและประชาชนในชุมชน

2.2 ควรมีการมอบรางวัลความประพฤติดีเด่นแก่พนักงานที่มีความดีความชอบ อาจตั้งรางวัลสำหรับพนักงานดีเด่นประจำปีขึ้นก็ได้

2.3 ควรมอบเหรียญ โล่ ประกาศนียบัตรเพื่อประกาศเกียรติคุณแก่พนักงานที่ทำงานมานานหรือพนักงานที่เกษียณอายุ

3. เมื่อมีการเปิดขยายสาขาไปตั้งท้องถิ่นอื่นๆ ก็ควรมีการให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่อสื่อมวลชนให้ทราบถึงนโยบาย แผนการดำเนินงานเพื่อสื่อมวลชนจะได้แจ้งข่าวให้ประชาชนทั้งในท้องถิ่นและประชาชนทั่วไปทราบ

4. เมื่อมีสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะแนะนำเข้าสู่ตลาด ควรมีการจัดแถลงข่าวแนะนำสินค้าใหม่ต่อกลุ่มร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกและสื่อมวลชน วิธีการนี้ควรทำควบคู่ไปกับการโฆษณาแนะนำสินค้าใหม่เป็นการช่วยกันส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักและทำให้สินค้าเติบโตเร็วขึ้น

5. เมื่อมีการจัดกิจกรรมร่วมกับสังคม หรือมีการจัดแข่งขันกีฬากับบริษัทห้างร้านอื่นๆ ควรทำข่าวเผยแพร่ออกไปด้วย

6. เมื่อมีพนักงานลาออก ฝ่ายบริหารและฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรศึกษาดูว่า การลาออกของพนักงานนี้จะมีผลถึงความเข้าใจผิด ความเคลือบแคลงสงสัยกับพนักงานคนอื่นหรือไม่ หากมีผลก็ต้องทำการป้องกันแก้ไข อาจจัดให้มีการเลี้ยงอำลาหรือจัดประชุมพนักงานก็ได้

7. เมื่อมีข่าวในทางเสื่อมเสีย เช่น องค์กรถูกโจมตีใส่ร้ายป้ายสี ถูกยุแหยให้แตกความสามัคคี หรือโจมตีสินค้าและบริการให้เสื่อมเสีย จะต้องทำการแก้ข่าวแก้ความเข้าใจผิดอย่างรวดเร็ว อย่าปล่อยให้เวลาเนิ่นนานออกไปจนข่าวลือกระจายไปมาก แล้วจึงมาแก้ข่าวจะทำให้ผู้รับข่าวไม่เชื่อถือเท่าที่ควร

8. เมื่อเกิดปัญหาทางการเมืองและทางกฎหมาย เรื่องความประพฤติที่ขัดกับความรู้สึกนึกคิดของประชาชนหรือขัดกับขนบธรรมเนียมประเพณีในท้องถิ่นนั้น ต้องทำการแก้ไขโดยด่วน และศึกษาลักษณะของขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในท้องถิ่นนั้นเพื่อนำมาปรับปรุงดำเนินงานใหม่

9. เมื่อองค์กรเกิดอุบัติเหตุหรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น เช่น ไฟไหม้ ตึกถล่ม ฟ้าผ่า มีการประท้วง เป็นข่าวที่ประชาชนทั่วไปสนใจ นักประชาสัมพันธ์ต้องออกแถลงการณ์เผยแพร่ข้อมูลความจริงทันทีก่อนที่จะเกิดเป็นข่าวลือไปในทางที่ผิด ๆ

กิจกรรมเหล่านี้ ผู้บริหารและฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องร่วมมือกันดำเนินงานให้ดีที่สุด ตั้งแต่การจัดสถานที่ ลำดับการจัดงาน คำกล่าวปราศรัย เป็นต้น เพื่อให้งานนี้มีความหมายและสร้างความประทับใจในทุกด้าน หากแต่ละฝ่ายดำเนินงานข้างต้นลักษณะขอไปที่หรือทำไปตามหน้าที่เท่านั้นงานจะน่าเบื่อหน่ายมิได้ส่งผลทางการประชาสัมพันธ์ตามความมุ่งหมายแต่อย่างใด

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System) เป็นเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

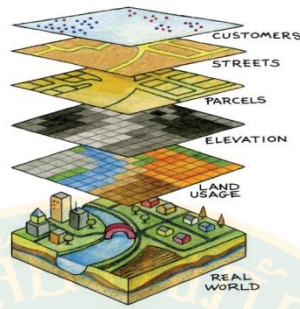
เนื่องจากความสามารถหลายประการของเทคโนโลยีดังกล่าว อาทิ การสืบค้นข้อมูล การสร้างแบบจำลองเชิงพื้นที่ การจัดการฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ การผลิตแผนที่ ฯลฯ อีกทั้งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลระยะไกลและระบบกำหนดตำแหน่งบนพื้นโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รัศมี สุวรรณวีระกำจร (2549) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เป็นเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบเพื่อการนำเข้าข้อมูล การจัดการฐานข้อมูล วิเคราะห์-ประมวลผลและการแสดงผลข้อมูลเชิงพื้นที่ที่การอ้างอิงตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการและการวางแผนที่ซับซ้อนที่สนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจเกี่ยวกับพื้นที่ ขณะที่ วัฒนวงศ์ รัตนวราห และ ธนัช สุขวิมลเสรี (2557) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เป็นระบบฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีการอ้างอิงทางภูมิศาสตร์ (Geo-Referenced) และมีคุณลักษณะที่สามารถกระทำกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์ได้ กล่าวคือ การนำเข้า การจัดเก็บ การปรับปรุง การวิเคราะห์ การสอบถามและการแสดงผล คุณลักษณะสำคัญของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ต้องสามารถทำการเรียงซ้อนข้อมูล (Overlay) และสามารถแสดงผลข้อมูลในลักษณะกราฟิกได้ ส่วน สุรัชย์ รัตนเสริมพงศ์ (2553) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เป็นระบบสารสนเทศข้อมูลเชิงพื้นที่หรือข้อมูลที่มีพิกัดตำแหน่ง ซึ่งเป็นการผสมผสานการทำงานระหว่างกระบวนการวิเคราะห์ร่วมกับระบบฐานข้อมูลที่มีการอ้างอิงเชิงพิกัด ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงหมายถึงรวมถึงทั้งระบบของการให้คำตอบเชิงพื้นที่ ซึ่งใช้เทคโนโลยีเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ เริ่มตั้งแต่การรวบรวมและนำเข้าข้อมูล การจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ การกำหนดเงื่อนไขสำหรับเลือกใช้ข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์หรือสร้างแบบจำลองเชิงพื้นที่และทำการแสดงผลซึ่งเป็นการตอบคำถามเชิงพื้นที่ให้แก่ผู้ใช้

นิยามและความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เป็นเทคโนโลยีที่ถูกออกแบบให้มีความสามารถในการบริหารจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่ มีความสามารถในการนำเข้า จัดเก็บ สืบค้น วิเคราะห์-ประมวลผล สร้างแบบจำลองเชิงพื้นที่ ตลอดจนการแสดงผลข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนสนับสนุนการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่

ความเป็นมาของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

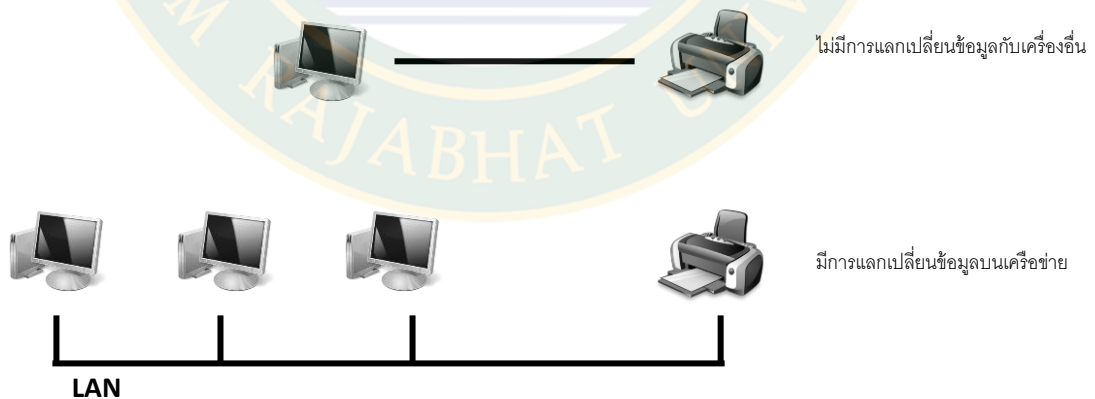
แนวคิดของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ได้รับพัฒนามาจากกระบวนการผลิตแผนที่ในอดีต โดยนำเอาระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดเก็บ วิเคราะห์และผลิตแผนที่ การพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาสารสนเทศภูมิศาสตร์ในช่วงทศวรรษที่ 1960 (สรรคใจ กลิ่นดาว, 2555) โดยเปลี่ยนจากการแยกเก็บข้อมูลแผนที่เป็นส่วนๆ ลงบนแผ่นใสไปเป็นการจัดข้อมูลแต่ละส่วนในรูปแบบของชั้นข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การจัดเก็บข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
ที่มา: (Campbell & Shin, 2014)

จากภาพที่ 2.1 ข้อมูลแผนที่ต่างๆ จะอยู่แยกเก็บเป็นชั้นข้อมูล เมื่อต้องการวิเคราะห์ข้อมูลหรือผลิตแผนที่ ผู้วิเคราะห์สามารถเลือกชั้นข้อมูลที่ต้องการไปใช้วิเคราะห์ร่วมกันหรือเปิดชั้นข้อมูลแต่ละชั้นซ้อนกันเพื่อผลิตแผนที่ นอกจากนี้ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ยังมีความสามารถอีกหลายประการที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ อาทิ การสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบบซ้อนทับเพื่อสร้างแบบจำลองเชิงพื้นที่ การประมาณค่าข้อมูล การสร้างแบบจำลองความสูง ฯลฯ

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ในระยะเริ่มแรกถูกพัฒนาบนเครื่องคอมพิวเตอร์แบบเมนเฟรม (Mainframe) เรียกว่า Mainframe GIS ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ได้ก้าวเข้าสู่ยุค Desktop GIS ซึ่งจำแนกเป็น 2 ระบบ คือ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเครื่องอื่น และระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือทรัพยากรอื่นๆ บนระบบเครือข่าย ดังภาพที่ 2.2

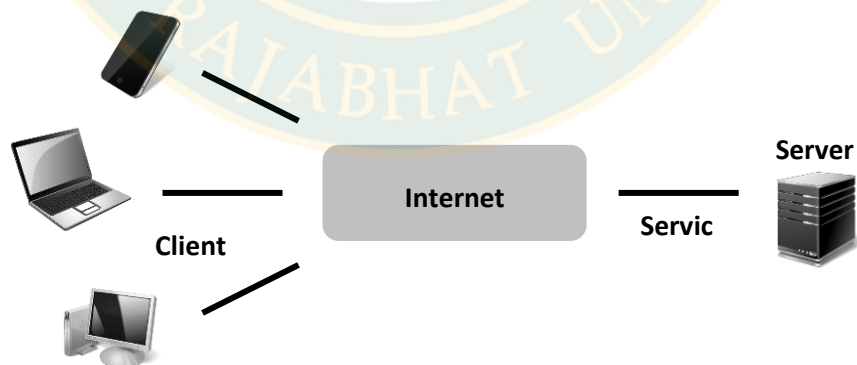


ภาพที่ 2.2 ระบบ Desktop GIS

ที่มา: (ศูนย์ภูมิสารสนเทศเพื่อการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 2557)

จากภาพที่ 2.2 ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์แบบไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเครื่องอื่นจะไม่มี การแบ่งปันข้อมูลกับเครื่องคอมพิวเตอร์อื่นๆ ขณะที่ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์แบบที่มีการ แลกเปลี่ยนข้อมูลบนเครือข่ายจะมีการแบ่งปันข้อมูลไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นได้โดยผ่าน ระบบเครือข่าย

ปัจจุบันระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ยังคงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาระบบ ให้สามารถทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่จำเป็นต้องติดตั้งโปรแกรมประยุกต์ทางระบบ สารสนเทศภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลและประมวลผลต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งแบบที่มีสายและไร้สาย กล่าวคือ ความสามารถของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จะกระจายกันอยู่ ตัวอย่างเช่น ความสามารถในการนำเข้าข้อมูลและความสามารถในการประมวลผลจะแยกกันอยู่ โดย อยู่ในรูปแบบของบริการ (Service) ระบบดังกล่าวเรียกว่า Distributed GIS ดังภาพที่ 2.3



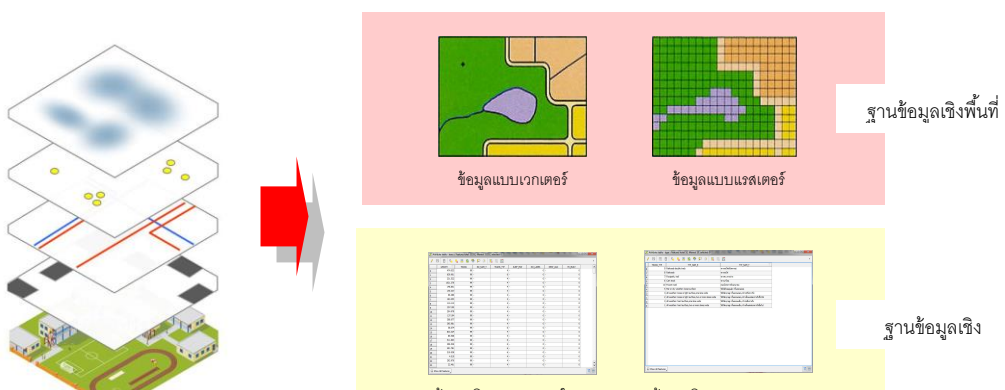
ภาพที่ 2.3 แนวคิดของ Distributed GIS

ที่มา: (ศูนย์ภูมิสารสนเทศเพื่อการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 2557)

จากภาพที่ 2.3 ระบบ Distribute GIS เป็นระบบที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ที่ได้โดยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและไม่จำเป็นต้องติดตั้งโปรแกรมประยุกต์ทางระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ มีความคล้ายคลึงกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet GIS) ที่เป็นระบบให้บริการระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์บนอินเทอร์เน็ต มีความสามารถในการนำเข้า จัดเก็บ จัดการ วิเคราะห์และแสดงผลข้อมูลภูมิศาสตร์ได้ อย่างไรก็ตาม พิพจน์ เรื่องแสง (2557) กล่าวว่าเนื่องจากระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ไม่ได้ถูกออกแบบและพัฒนาโปรแกรมด้านนี้มาตั้งแต่แรก จึงจำเป็นต้องอาศัยโปรแกรมที่พัฒนาจากผู้อื่นแล้วนำไปใช้ร่วมกับโปรแกรมที่ได้พัฒนาขึ้น ดังนั้น การใช้งานฐานข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงขึ้นอยู่กับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทั้งด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ อย่างไรก็ตาม การใช้งานฐานข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์หลายด้าน อาทิ มีความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูลที่ทันสมัย สามารถเรียกใช้งานได้บนระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกันได้ นอกจากนี้ ยังสามารถใช้งานร่วมกับข้อมูลอื่นๆ ได้ และรองรับการเชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นได้ง่ายยิ่งขึ้น

ฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่หรือฐานข้อมูลภาพ (Spatial Database หรือ Graphic Database) และฐานข้อมูลเชิงบรรยายหรือฐานข้อมูลลักษณะสัมพันธ์ (Attribute Database) (รัชมี สุวรรณวีระกำจร, 2549) ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 ฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

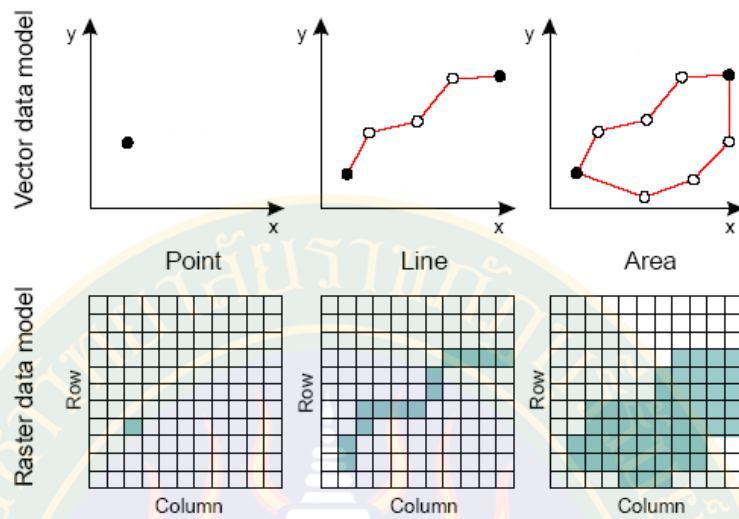
ที่มา: ดัดแปลงจาก (EcoSpatial, 2014)

จากภาพที่ 2.4 ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย สำหรับฐานข้อมูลเชิงพื้นที่จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลแบบเวกเตอร์ (Vector) และข้อมูลแบบแรสเตอร์ (Raster) ส่วนฐานข้อมูลเชิงบรรยายจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลเชิงบรรยายภายในหรือข้อมูลเชิงบรรยายที่สร้างแบบอัตโนมัติโดยระบบ (System Attribute) และข้อมูลเชิงบรรยายภายนอกหรือข้อมูลเชิงบรรยายที่สร้างโดยผู้ใช้ระบบ (User Attribute)

1. ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่

ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่เป็นฐานข้อมูลที่จัดเก็บข้อมูลทางภูมิศาสตร์ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยการกำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้แทนวัตถุบนพื้นโลก สัญลักษณ์ดังกล่าวจำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ ข้อมูลประเภทจุด (Point) ข้อมูลประเภทเส้น (Line) และข้อมูลประเภทพื้นที่รูปปิด (Polygon)

ข้อมูลประเภทจุดใช้แทนข้อมูลที่อยู่ในลักษณะของตำแหน่งที่ตั้ง อาทิ ตำแหน่งโรงเรียน ตำแหน่งโรงพยาบาล ตำแหน่งสถานีตำรวจ ฯลฯ ขณะที่ข้อมูลประเภทเส้นใช้แทนวัตถุที่มีลักษณะเป็นเส้นทาง อาทิ ถนน แม่น้ำลำคลอง ฯลฯ ส่วนข้อมูลประเภทพื้นที่รูปปิดใช้แทนขอบเขตหรืออาณาบริเวณของวัตถุ อาทิ ขอบเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน ขอบเขตพื้นที่ป่าไม้ ฯลฯ ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ทั้งสามประเภทที่กล่าวถึงข้างต้น มีรูปแบบในการจัดเก็บ 2 แบบ คือ แบบเวกเตอร์และแบบแรสเตอร์ ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 ข้อมูลแบบเวกเตอร์และแรสเตอร์

ที่มา: (Ocean Teacher Library, 2012)

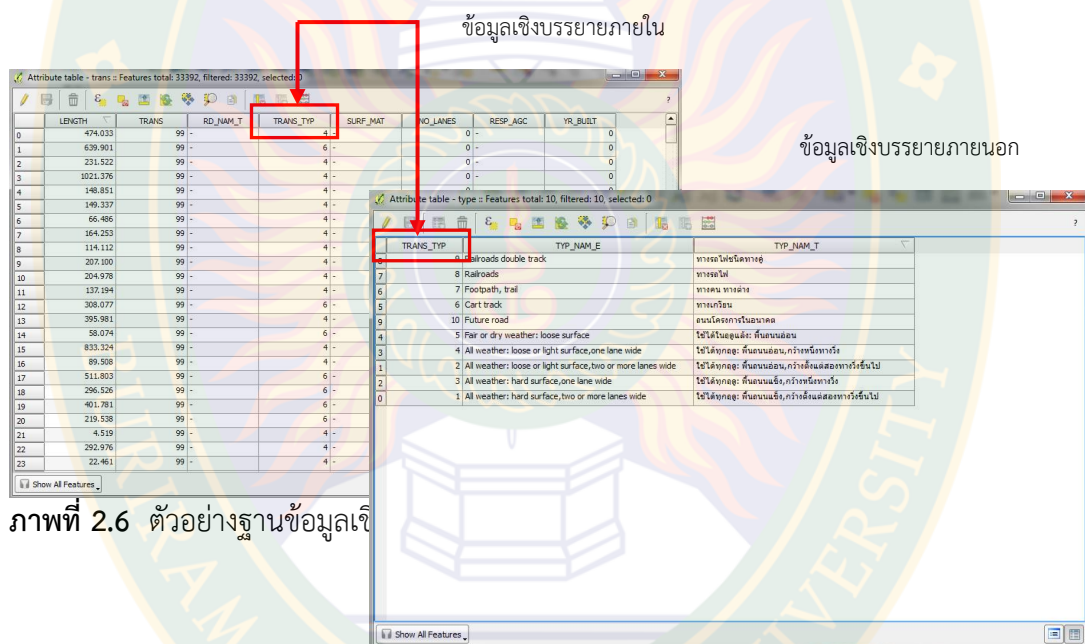
จากภาพที่ 2.5 ข้อมูลแบบเวกเตอร์เป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นโดยหลักการทางคณิตศาสตร์ มีคุณสมบัติอันประกอบไปด้วยจุดเริ่มต้น ขนาดและทิศทาง มีการระบุถึงการอ้างอิงระหว่างข้อมูลเวกเตอร์ด้วยกันหรือบอกตำแหน่งของข้อมูลที่เรียกว่า ทอพอโลยี (Topology) ข้อมูลแบบเวกเตอร์ประเภทจุดใช้แทนวัตถุหรือปรากฏการณ์บนพื้นโลก ณ ตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งที่ไม่มีความต่อเนื่องกับวัตถุหรือปรากฏการณ์อื่น จุดไม่มีมิติ ไม่มีความกว้างและความยาว ถูกจัดเก็บในฐานข้อมูลในลักษณะของค่าพิกัด X, Y ชุดเดียว ส่วนข้อมูลแบบเวกเตอร์ประเภทเส้นใช้แทนวัตถุที่มีลักษณะเป็นเส้นทางหรือเป็นแนว เส้นแทนวัตถุที่มี 1 มิติ คือ มีความยาว มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด โดยมีเส้นตรงเชื่อมระหว่างจุดทั้งสอง ข้อมูลประเภทเส้นจึงมีการเก็บค่าพิกัด X, Y อย่างน้อย 2 ค่า ขณะที่ข้อมูลแบบเวกเตอร์ประเภทพื้นที่รูปปิดใช้แสดงขอบเขตของวัตถุ แทนวัตถุที่มี 2 มิติ คือ ความกว้างและความยาว พื้นที่รูปปิดล้อมรอบไปด้วยเส้นที่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดเป็นจุดเดียวกัน

ส่วนข้อมูลแบบแรสเตอร์มีการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในรูปแบบของช่องสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่เรียกว่า จุดภาพ เรียงต่อเนื่องกันไปตามแถวแนวตั้งและแนวนอน จุดภาพแต่ละจุดจะเก็บค่าข้อมูลเพียงค่าเดียวเท่านั้น ความสมจริงของข้อมูลขึ้นอยู่กับรายละเอียดของจุดภาพหรือความแยกชัด ตัวอย่างเช่น รายละเอียดของจุดภาพขนาด 2 เมตร หมายความว่า จุดภาพ 1 จุดภาพจะแทนข้อมูลที่ที่มีพื้นที่ขนาด 2×2 เมตร หรือ 4 ตารางเมตร ข้อมูลแบบแรสเตอร์มีโครงสร้างการจัดเก็บที่ไม่ซับซ้อนทำให้สะดวกในการประมวลผล เหมาะสำหรับการแสดงข้อมูลลักษณะพื้นผิวที่มีความต่อเนื่อง แต่ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บค่อนข้างมาก ยิ่งข้อมูลมีความแยกชัดสูงยิ่งต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลมากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลแบบแรสเตอร์ประเภทจุดประกอบด้วยจุดภาพเพียง 1 จุดภาพ ไม่มีความต่อเนื่องของจุดภาพ ขณะที่ข้อมูล

ประเภทเส้นประกอบด้วยจุดภาพที่มีค่าจุดภาพเป็นค่าเดียวกันเรียงตัวต่อเนื่องไปในทุกทิศทาง ส่วนข้อมูลประเภทพื้นที่รูปปิดจะมีความต่อเนื่องของจุดภาพติดต่อกัน

2. ฐานข้อมูลเชิงบรรยาย

ฐานข้อมูลเชิงบรรยายเป็นข้อมูลที่ใช้อธิบายว่าวัตถุหรือสัญลักษณ์นั้นๆ หมายถึงสิ่งใด โดยทั่วไปแล้วฐานข้อมูลเชิงบรรยายจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของตาราง (Table) ประกอบด้วยแถว (Row) และสตมภ์ หรือคอลัมภ์ (Column) หรือฟิลด์ (Field) แยกเก็บเนื้อหาของแต่ละเรื่องในแต่ละตาราง โดยมีฟิลด์ที่มีคุณสมบัติเหมือนกันในแต่ละตารางเพื่อใช้ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กัน ฐานข้อมูลเชิงบรรยายประกอบด้วยข้อมูล 2 ประเภท คือ ข้อมูลเชิงบรรยายภายนอกและข้อมูลเชิงบรรยายภายใน ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างฐานข้อมูลเชิง

จากภาพที่ 2.6 เป็นตัวอย่างฐานข้อมูลเชิงบรรยายของชั้นข้อมูลถนน ฐานข้อมูลเชิงบรรยายนี้ประกอบด้วยข้อมูลเชิงบรรยายภายในและข้อมูลเชิงบรรยายภายนอก สำหรับข้อมูลเชิงบรรยายภายในเป็นข้อมูลเชิงบรรยายที่โปรแกรมทางระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สร้างขึ้นและมีบางส่วนที่ผู้วิเคราะห์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นฟิลด์ในการเชื่อมต่อกับข้อมูลเชิงบรรยายภายนอก ในที่นี้ก็คือ ฟิลด์ที่ชื่อว่า TRANS_TYP เป็นฟิลด์ที่ผู้วิเคราะห์สร้างขึ้นเองเพื่อใช้เป็นฟิลด์สำหรับการเชื่อมโยงกับข้อมูลเชิงบรรยายภายนอก

ข้อมูลเชิงบรรยายภายนอกเป็นข้อมูลเชิงบรรยายที่ผู้วิเคราะห์สร้างขึ้น ในตัวอย่างนี้ประกอบด้วย 3 ฟیلด์ คือ TRANS_TYP TYP_NAME_E และ TYP_NAME_T ซึ่งฟیلด์ TRANS_TYP ของข้อมูลเชิงบรรยายภายนอกจะมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับฟیلด์ TRANS_TYP ของข้อมูลเชิงบรรยายภายใน โดยข้อมูลที่จัดเก็บในฟิลด์ดังกล่าวเป็นรหัสประเภทถนน จึงจำเป็นต้องมีการสร้างฟิลด์ขึ้นมาเพื่ออธิบายว่ารหัสดังกล่าวหมายถึงสิ่งใด นั่นก็คือ ฟิลด์ที่ชื่อว่า TYP_NAME_E และ TYP_NAME_T ที่จะเป็นข้อมูลอธิบายความหมายของรหัสประเภทถนนที่ผู้วิเคราะห์กำหนดขึ้น

การแบ่งเก็บข้อมูลเชิงบรรยายเป็นข้อมูลเชิงบรรยายภายในและภายนอกจะช่วยลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ตลอดจนลดขนาดของข้อมูลและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูล ตัวอย่างเช่น การนำเข้าข้อมูลชั้นข้อมูลถนน หากผู้วิเคราะห์ทำการเก็บข้อมูลเฉพาะส่วนข้อมูลเชิงบรรยายภายในแล้ว ผู้วิเคราะห์จะต้องพิมพ์ประเภทของถนนทั้งหมดทุกครั้งที่มีการสร้างข้อมูลขึ้น แต่ถ้าผู้วิเคราะห์แบ่งเก็บข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงบรรยายภายในและภายนอกดังตัวอย่างแล้ว ผู้วิเคราะห์สามารถกำหนดรหัสประเภทถนนง่ายๆ ขึ้นมาเพื่อความสะดวกในการนำเข้าข้อมูล ข้อมูลทั้งสองประเภทสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันได้ ดังภาพที่ 2.7

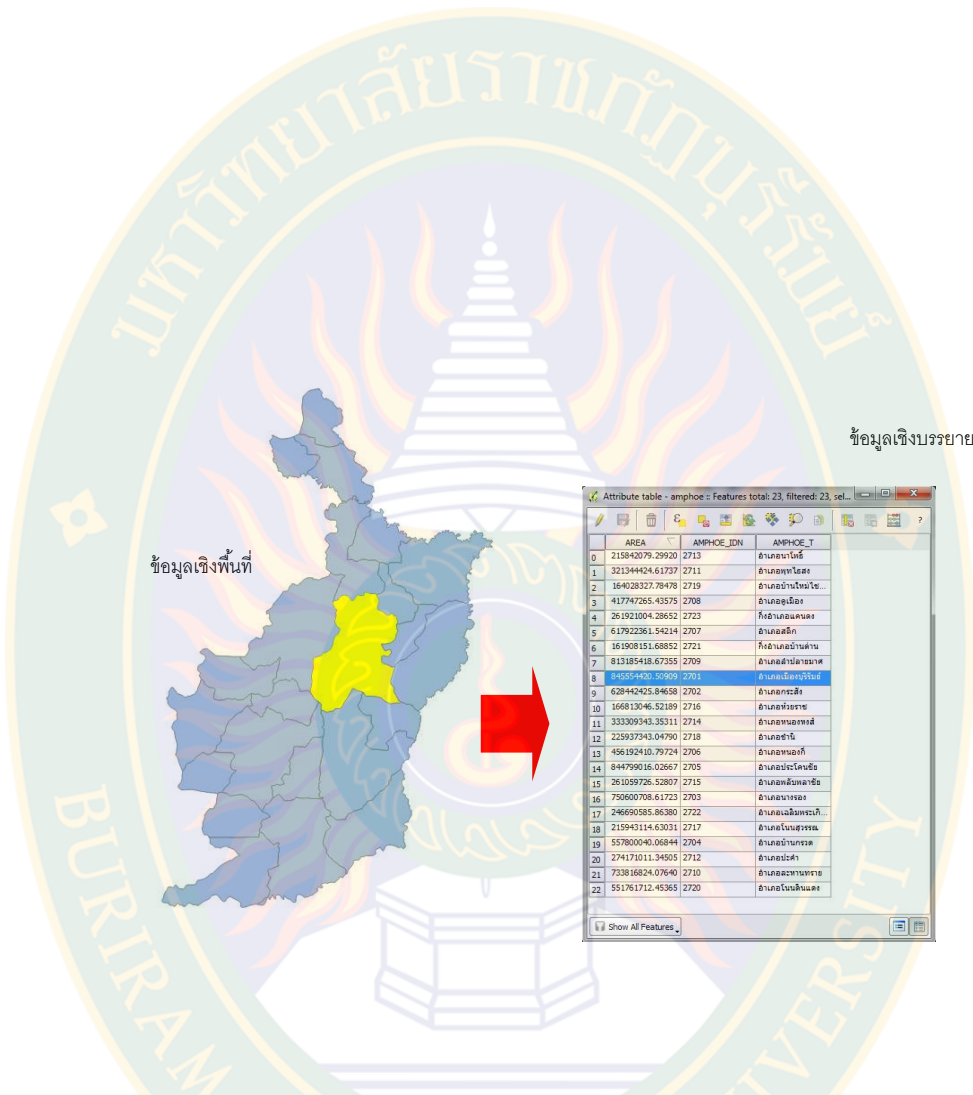
The screenshot shows a table with the following columns: LENGTH, TRANS_TYP, TYP_NAME_E, TYP_NAME_T, SURF_MAT, O_LANE, ESP_AGC, YR_BUILT, and two unlabeled columns. The table contains 23 rows of data. Red boxes highlight the TRANS_TYP, TYP_NAME_E, and TYP_NAME_T columns. A label 'ข้อมูลเชิงบรรยายภายนอก' points to the TYP_NAME columns, and another label 'ฟิลด์ที่ใช้เชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบรรยายภายในและภายนอก' points to the TRANS_TYP column.

	LENGTH	TRANS_TYP	TYP_NAME_E	TYP_NAME_T	SURF_MAT	O_LANE	ESP_AGC	YR_BUILT		
0	474.033	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
1	639.901	99	-	6	0	-	0	-	0	Cart track ทางเควเรียน
2	231.522	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
3	1021.376	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
4	148.851	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
5	149.337	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
6	66.486	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
7	164.253	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
8	114.112	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
9	207.100	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
10	204.978	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
11	137.194	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
12	308.077	99	-	6	0	-	0	-	0	Cart track ทางเควเรียน
13	395.981	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
14	58.074	99	-	6	0	-	0	-	0	Cart track ทางเควเรียน
15	833.324	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
16	89.508	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
17	511.803	99	-	6	0	-	0	-	0	Cart track ทางเควเรียน
18	296.526	99	-	6	0	-	0	-	0	Cart track ทางเควเรียน
19	401.781	99	-	6	0	-	0	-	0	Cart track ทางเควเรียน
20	219.538	99	-	6	0	-	0	-	0	Cart track ทางเควเรียน
21										pose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
22										pose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง
23	22.461	99	-	4	0	-	0	-	0	All weather: loose or light... ใช้ได้ทุกฤดู: พื้นถนนอ่อน, กว้างหนึ่งทางวิ่ง

ภาพที่ 2.7 การเชื่อมโยงข้อมูลเชิงบรรยายภายในและภายนอก

จากภาพที่ 2.7 ข้อมูลเชิงบรรยายภายในและภายนอกถูกนำไปเชื่อมโยงเข้าด้วยกันกลายเป็นตารางเดียว ตารางดังกล่าวจะปรากฏข้อมูลจากทั้งสองตารางร่วมกัน โดยมีฟิลด์ที่เชื่อมโยงตารางทั้งสองเข้าด้วยกันก็คือฟิลด์ที่ชื่อว่า TRANS_TYP

ฐานข้อมูลทั้งสองของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์อันได้แก่ ข้อมูลเชิงพื้นที่และข้อมูลเชิงบรรยาย จะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอยู่ ความเชื่อมโยงดังกล่าวโปรแกรมจะสร้างขึ้นมาเมื่อมีการนำเข้า ข้อมูลสู่ระบบ ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเชิงพื้นที่และข้อมูลเชิงบรรยาย

จากภาพที่ 2.8 ข้อมูลเชิงพื้นที่และข้อมูลเชิงบรรยายจะมีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ต่อกัน จากตัวอย่างผู้วิเคราะห์สามารถเลือกข้อมูลเชิงบรรยายเพื่อสืบค้นหาพื้นที่ที่ต้องการได้ โดยตัวอย่างเป็นการเลือกข้อมูลพื้นที่อำเภอเมืองบุรีรัมย์จากข้อมูลเชิงบรรยาย ในส่วนของข้อมูลเชิงพื้นที่ก็จะแสดงตำแหน่งของพื้นที่ดังกล่าวให้แก่ผู้วิเคราะห์ข้อมูลได้ทราบว่าเป็นพื้นที่ดังกล่าวอยู่ ณ ตำแหน่งใด ในทางตรงกันข้าม ผู้วิเคราะห์สามารถเลือกพื้นที่จากข้อมูลเชิงพื้นที่แล้วรู้ว่าพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่อำเภอใดได้จากข้อมูลเชิงบรรยายเช่นกัน

การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว

การที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะท่องเที่ยวและทำกิจกรรมนันทนาการ ในสภาวะทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวทำการวางแผนเกี่ยวกับการค้นหาและการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงต้องการข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการท่องเที่ยว GIS จึงเป็นเครื่องมือที่ตอบสนองความต้องการนี้ได้ ซึ่ง GIS เป็นฐานข้อมูลกลางที่จะให้ข้อมูลแก่ฝ่ายต่าง ๆ ทั้งนักท่องเที่ยว นักการตลาด ผู้วางแผนการท่องเที่ยวต่างก็สามารถอาศัย GIS ในการทำงานได้ ก่อให้เกิดความรวดเร็ว ปลอดภัย ลดค่าใช้จ่าย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นทำให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย และจากการศึกษาหลักการรวมทั้งกรณีตัวอย่าง สามารถแยกการประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้

1. สามารถระบุตำแหน่งที่อยู่ การใช้ GPS ระบุตำแหน่งได้อย่างแม่นยำ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ตำแหน่งที่นักท่องเที่ยวอยู่ ณ ปัจจุบัน ทำให้สามารถทราบถึงตำแหน่ง และเป็นประโยชน์ในการเดินทาง การค้นหาตัวนักท่องเที่ยวหากมีการสูญหายหรือหลงป่า เป็นต้น

2. ค้นหาเส้นทางไปยังจุดหมายที่ต้องการ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวค้นหาเส้นทางในการเดินทางที่สั้นที่สุดและสะดวกที่สุด ในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางในการเดินทางของตน ช่วยในการเดินทางให้เกิดประโยชน์และประหยัดค่าใช้จ่ายได้

3. ช่วยวางแผนการเดินทางและหาที่พัก เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ โดยจะมีการแนะนำเส้นทางของการเดินทางที่ประหยัดทั้งเงินและเวลา นอกจากนี้ยังสามารถค้นหาที่พักตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น ซึ่งทางระบบ GIS จะทำการแสดงแผนที่การเดินทางจากตำแหน่งที่นักท่องเที่ยวอยู่ ไปยังที่พักตามความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้อาจรวมไปถึงการวางแผนการเดินทางไปยัง ร้านอาหาร จุดท่องเที่ยว น้ำตก สถานที่ราชการ โรงพยาบาล เป็นต้น

3.4 ช่วยเป็นเข็มทิศในการเดินป่า เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบการเดินป่า ในการช่วยนำทางไปตามสถานที่ที่สำคัญหรือมีความสวยงาม หรือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ ภายในป่า เช่น การเดินทางไปยังแหล่งน้ำธรรมชาติ น้ำตก เป็นต้น

3.5 แสดงข้อมูลแบบทันการ เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการเดินทางในการท่องเที่ยว เช่น สภาพเส้นทางการจราจร หรือ การปิดซ่อมบำรุงถนน เป็นต้น ซึ่งในการเดินทางนั้น นักท่องเที่ยวจะสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ เพื่อตัดสินใจในการเดินทางหรือการวางแผนการเดินทาง และหลีกเลี่ยงเส้นทางที่ทำให้การเดินทางเกิดความล่าช้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นการช่วยในการประหยัดเวลาในการเดินทางได้อีกด้วย

3.6 การติดตามตัวก็สามารถบอกพิกัดได้อย่างแม่นยำ ในกรณีของการเดินป่า และเกิดการหลงป่า ซึ่งผู้ที่ติดตามจะสามารถทราบพิกัดของผู้ที่หลงป่าหรือผู้สูญหายได้อย่างแม่นยำและถูกต้อง ทำให้สามารถประหยัดเวลาในการค้นหา รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยได้อย่างรวดเร็ว

3.7 เส้นทาง (Track) เปรียบเสมือนรอยเท้าในการเดินทาง ซึ่ง GIS จะทำการเก็บเส้นทางการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง หรือเป็นการเดินทางข้ามจังหวัด เช่น การเดินทางจากจังหวัดบุรีรัมย์ไปยังจังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น โดยการเดินทางในแต่ละครั้ง จะมีการบันทึกลงในฐานข้อมูลของ GIS ซึ่งข้อมูลการเดินทางนี้ จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการเดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ โดยจะมีการแสดงผลข้อมูลของเส้นทางการเดินทางเดิม เพื่อเป็นแนวทางหรือทางเลือกให้แก่ผู้เดินทาง หรือนักท่องเที่ยวรายอื่น ในการเลือกเส้นทางในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางนั้น ๆ

3.8 การจัดการภาวะฉุกเฉินและภัยพิบัติ ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลในเชิงพื้นที่ได้อย่างทั่วถึงในช่วงเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งในการท่องเที่ยวที่ไม่มีใครทราบล่วงหน้าว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน เช่น ภัยพิบัติ น้ำป่าไหลหลาก ระบบ GIS สามารถการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด เพื่อทำการตัดสินใจให้เร็วที่สุด ซึ่ง GIS สามารถวิเคราะห์ทิศทางวางแผนอพยพผู้คน ในการเคลื่อนย้ายไปยังที่ที่ปลอดภัยได้อย่างรวดเร็ว หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุรถทัวร์ที่บรรทุกนักท่องเที่ยวประสบอุบัติเหตุ มีนักท่องเที่ยวบาดเจ็บและต้องเข้ารับการรักษาโดยเร็วที่สุด GIS สามารถวิเคราะห์เส้นทางในการเคลื่อนย้าย โดยจะมีความผิดพลาดน้อยที่สุด และมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับบาดเจ็บ ได้รับการรักษาโดยเร็วที่สุด

3.9 นำมาจัดการกับทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงการเฝ้าระวัง การบำรุงรักษา สามารถประยุกต์ใช้ทั้งในการวางแผนและบริหารจัดการ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างเป็นแบบจำลองทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น แบบจำลองแสดงการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ป่าไม้ตามเวลาที่เปลี่ยนไปในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีอะไรเปลี่ยนแปลงบ้าง สถานที่ท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรเพื่อรับมือและป้องกัน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อการนำมาวิเคราะห์ในการแก้ไขปัญหาและวางแผนในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อคงไว้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมไปถึงการเฝ้าระวังหรือรับมือกับภัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดการทำลายธรรมชาติ เช่น การเกิดไฟป่า เป็นต้น ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมไปถึงการอนุรักษ์ไว้ซึ่งทรัพยากรทางธรรมชาติภายในประเทศอีกด้วย

3.10 การวิเคราะห์ในการหาทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถนำมาวิเคราะห์ในการค้นหาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่ยากต่อการเข้าถึงหรือที่ยังไม่ถูกค้นพบ เช่น น้ำตก ลำธาร หรือเป็นสวนดอกไม้ในป่าใหญ่ เป็นต้น ซึ่ง GIS สามารถบอกตำแหน่งของสถานที่นั้น ๆ ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถนำข้อมูลในการเดินทางมาวิเคราะห์และวางแผน เพื่อการตัดสินใจในการเดินทางไปยังทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เพิ่งถูกค้นพบหรือยากต่อการเข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เป็นเครื่องมือที่สำคัญ สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการท่องเที่ยว ทำให้การใช้งานระบบการท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเนื่องด้วยคุณสมบัติของระบบ GIS ที่สามารถรวบรวม วิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงพื้นที่ได้ดี อ้างอิงถึงตำแหน่งที่มีอยู่จริงอยู่บนพื้นผิวโลก ได้แม่นยำและรวดเร็ว เห็นได้ว่าระบบ GIS มีความสำคัญที่ทำให้ระบบการท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถประยุกต์ในการท่องเที่ยวได้ดังนี้คือ สามารถระบุตำแหน่งการเดินทาง ค้นหาสถานที่บอกเส้นทางไปยังจุดหมายที่ต้องการได้แม่นยำและรวดเร็ว ช่วยวางแผนการเดินทางและหาที่พัก ช่วยเป็นเข็มทิศในการเดินป่า แสดงข้อมูลแบบทันการณ การติดตามตัวก็สามารถบอกพิกัดได้อย่างแม่นยำ เส้นทางทาง (Track) การจัดการภาวะฉุกเฉินและภัยพิบัติ นำมาจัดการกับทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงการเฝ้าระวัง การบำรุงรักษา การวิเคราะห์ในการหาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมไปถึงการแบ่งปันภาพการเดินทางผ่านด้วย Social Network เป็นต้น เพื่อการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับความเร็วและความสะดวกในการเดินทาง โดยหวังว่าจะเป็นแนวทางที่ดีในการพัฒนาต่อยอดนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์มาประยุกต์ใช้พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไปในอนาคต

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรางค์รัตน์ เชาวโคกสูง และจักรกฤษณ์ เสน่ห์ (2551) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบบริการข้อมูลการท่องเที่ยวและแนะนำกำหนดการท่องเที่ยวด้วยการแสดงผลในลักษณะระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนา ระบบบริการข้อมูลและแนะนำ

กำหนดการท่องเที่ยว (Tourism Package) พร้อมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวและแหล่ง
 วิสาหกิจบริการภายในท้องถิ่น โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในเขตพื้นที่
 ใน 4 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดสุโขทัย
 โดยระบบ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ระบบจัดการและบริหารข้อมูลบริการที่พักรองรับการจัดการ
 ภายในแหล่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small - and Medium Enterprises: SME) ซึ่ง
 สามารถส่งข้อมูลรายละเอียดการบริการแบบออนไลน์ มายังส่วนที่ 2 คือ ระบบที่ให้บริการ
 นักท่องเที่ยวโดยตรง สามารถบริการข้อมูล จัดกำหนดการท่องเที่ยวโดยระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert
 System) คำนวณระยะทาง ประเมินค่าใช้จ่ายหรือค่าน้ำมัน ในการวางแผนเดินทางเบื้องต้น แสดงผล
 ในลักษณะแผนที่ภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) บนเว็บแอปพลิเคชัน
 (Web Application) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สะดวก รวดเร็วและทั่วถึง โดยจากผลการวิจัยจากการ
 ประเมินการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานและประสิทธิภาพการใช้งานในระบบ พบว่า อยู่ใน
 ระหว่างระดับมากถึงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.87 อีกทั้งงาน วิจัยนี้ได้ออกแบบให้สามารถ
 เป็นต้นแบบเพื่อการประยุกต์ใช้ในการขยายผลสู่การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นได้เป็น
 อย่างดี

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต และ จักรกฤษณ์ เสน่ห์ นมะหุต. (2557). ได้ทำการวิจัย
 เรื่อง ระบบบริหารการจัดการข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ความเป็นมาของการท่องเที่ยวใน
 ประเทศไทย ถือว่าเป็นหนึ่งในหัวใจหลักที่สามารถสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนและกระจายรายได้ให้กับ
 ประเทศและทุกภูมิภาคเป็นอย่างดี แต่จะพบว่า ศักยภาพในการบริหารจัดการในการให้บริการ
 ข้อมูลท่องเที่ยวนั้นยังคงต้องมีการแก้ไขปรับเปลี่ยนให้เข้ากับเทคโนโลยีปัจจุบัน เช่น ทำให้สามารถ
 ตอบสนองผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ซึ่งในปัจจุบันนี้ ไม่มีการบริการข้อมูลของ
 แหล่งท่องเที่ยวและวิสาหกิจบริการให้ครบถ้วนทันสมัย ข้อมูลการบริการ เช่นแหล่งท่องเที่ยว ที่
 พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกต่างๆที่เปิดการให้บริการ ขาดการประชาสัมพันธ์เป็น
 จำนวนมาก บางแห่งยังไม่มีจัดการประชาสัมพันธ์ที่ดีเพียงพอ หรือไม่มีประชาสัมพันธ์ใดๆ
 เลย เป็นผลให้นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากขาดข้อมูลสนับสนุนการ
 ท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ อาจจะเสียค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ซึ่ง
 ร้านค้า หรือ องค์กรทางธุรกิจหรือหน่วยงานบางแห่ง ไม่สามารถจัดทำในส่วนนี้ได้เพราะปัญหาด้าน
 งบประมาณ อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเว็บไซต์ไม่มากนัก จึงอาจทำ
 ให้เกิดการเสียโอกาสในการประชาสัมพันธ์ จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบ
 บริหารจัดการ บริการข้อมูลท่องเที่ยว ผ่าน Web Application และจัดทำเพิ่มแพลตฟอร์มของเว็บไซต์
 โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านจัดทำเว็บไซต์มาก ก็สามารถที่จะจัดทำเว็บเพจของ

หน่วยงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว หรือองค์กรทางด้านธุรกิจของตนเองได้ง่ายขึ้น และสะดวกสบายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและฟื้นฟูด้านการท่องเที่ยว จากการช่วยอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลการท่องเที่ยว อีกทั้งได้นำระบบที่พัฒนานี้ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับงานวิจัยของจักรกฤษณ์ เสน่ห์ (สุรางค์รัตน์ เชาวโคกสูง และ จักรกฤษณ์ เสน่ห์, 2552) ในการเชื่อมโยงเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ให้บริการต่างๆ ภายใน เขตภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย จังหวัด พิชณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ และ อุตรดิตถ์ซึ่งทำให้สามารถสามารถทราบแผนการเดินทางและยังสามารถรับบริการข้อมูลการบริการที่פקโดยตรงในรูปแบบ Real-Time ทำให้วางแผนการเดินทางได้หลายทางเลือกตามความต้องการ ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถ เป็นต้นแบบในการขยายผลสู่ภูมิภาคอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

ณรงค์ พลธิรักษ์ (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก : ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน และจัดทำ Web Map Services เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยการประยุกต์ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) และระบบกำหนดตำแหน่งบนโลก (Global Positioning System: GPS) จากการสำรวจพบว่าใน 4 จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนรวมทั้งสิ้น 132 แห่ง จำแนกเป็นจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด เท่ากับ 57, 28, 25 และ 22 แห่ง ตามลำดับ จากการประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของแต่ละจังหวัด มีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งสิ้น 25 แห่ง ที่มีคะแนนน้อยกว่า 18 คะแนน อยู่ในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด เท่ากับ 17, 2, 1 และ 5 แห่ง ตามลำดับ เช่น วัดวังคีรีวนาราม อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี วัดเหมืองแร่ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดระยอง ป้อมไพรีพินาศ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดจันทบุรี และวัดสะพานหิน อำเภอเมืองตราด จังหวัดตราด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีค่าคะแนนสูงสุด ได้แก่ น้ำตกชันตาเถร อำเภอสระใคร จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 32 คะแนน รองลงมา คือ ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติมาบเอื้อง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 31 คะแนน และวัดญาณสังวรารามวชิราร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และวัดเขาแก้ว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี เท่ากับ 30 คะแนน เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนแบ่งออกเป็น 8 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางที่ 1 ทาบุญไหว้พระ-ชมวัฒนธรรม มีระยะทางรวม 13.36 กิโลเมตร เส้นทางที่ 2 ตามรอยนิทานตามหาพระรถเมรี มีระยะทางรวม 23.61 กิโลเมตร เส้นทางที่ 3 เที่ยวเมืองระยอง นอนเมืองจันท มีระยะทางรวม 121.81 กิโลเมตร เส้นทางที่ 4 ย้อนรอยเส้นทางทัพ สัมผัสวัฒนธรรมชายฝั่งทะเล มีระยะทางรวม 219.66 กิโลเมตร เส้นทางที่ 5 เรียนรู้วิถีชีวิต-วัฒนธรรม-ธรรมชาติ มีระยะทางรวม 122.17 กิโลเมตร เส้นทางที่ 6 มหัศจรรย์แห่งธรรมชาติ มีระยะทางรวม 137.43 กิโลเมตร เส้นทางที่ 7 ความหลากหลายชายฝั่งบูรพาวิถี มีระยะทางรวม 321.85 กิโลเมตร และเส้นทางที่ 8 เส้นทาง

ธรรมะ มีระยะทางรวม 108.69 กิโลเมตร การสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยแบ่งออกได้เป็น 4 แนวทาง ได้แก่ กระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน สร้างความประทับใจและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่วนการพัฒนา Web Map Services เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนนั้น URL ของเว็บไซต์ คือ www.gi-cbt.buu.ac.th เว็บไซต์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนการแสดงผลหน้าเว็บ (Web Interface) และส่วนการเก็บข้อมูลหลังเว็บไซต์ (Database Backend) โครงสร้างของเว็บไซต์ประกอบด้วย 5 เมนูหลัก ได้แก่ หน้าแรก แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ค้นหาเส้นทาง ข้อมูล 4 จังหวัด และเกี่ยวกับโครงการวิจัย

เปรมรัตน์ พูลสวัสดิ์. (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบเชิงวัตถุ (Object Oriented Analysis and Design) และพัฒนาในรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web Application) ซึ่งงานวิจัยนี้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนของผู้ดูแลระบบที่สามารถบริหารจัดการข้อมูลรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว โดยนำ Google Map API เข้ามาช่วยในการระบุพิกัดและตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการบันทึกและแสดงผลข้อมูล 2) ส่วนของสมาชิกทั่วไป ที่สามารถเลือกค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีการแสดงผลข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของสถานที่เที่ยวนั้น รวมถึงแสดงพิกัดและตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่นั้นผ่านทาง Google Map API และสามารถแสดงความคิดเห็นต่อสถานที่เที่ยวนั้น ๆ ได้ โดยทางคณะผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานของระบบจากกลุ่มผู้ทดลองใช้งานจำนวน 30 ราย พบว่าผู้ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

มาโนช ชาบรา (2557) ทำการวิจัย เรื่อง รูปแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำโขง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบริบททางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ (2) ความต้องการใช้รูปแบบสารสนเทศในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของจำนวน 110 คน และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดจากแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาในรูปของ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปความเรียง ผลการศึกษา พบว่า อำเภอ เชียงของมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเพื่อเป็นการ รองรับนักท่องเที่ยวได้ ตามแนวคิด ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว (3A's) (1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางสองฝั่ง แม่น้ำโขง คอนผีหลง ผาพระ บ่อน้ำร้อน หาดหินงาม น้ำตกห้วยเม็ง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความสำคัญ เช่น หมู่บ้านไทลื้อ งานจุลกฐินไทลื้อ วัดพระแก้ว วัดหลวง พิธีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึก ประเพณี กินข้าวใหม่มัง สำหรับ ความต้องรูปแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เหมาะสมนั้น คือ “แผนที่” แสดงถึงรายละเอียดการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ และ “ศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ” เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ครบถ้วนสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และงบประมาณได้ตามต้องการ ตามลำดับ

อาศิรา ราชเวียง และวีรวัดน์ เฟิงช่วย (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียน จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาทำให้สามารถทราบการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คุณภาพและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านเศรษฐกิจ สังคมของประชาชนในท้องถิ่น ที่สำคัญสามารถทำให้นักท่องเที่ยวทราบถึงสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนโดยระบุตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ลงในแผนที่ จังหวัดเพชรบุรี โดยการนำค่าข้อมูลพิกัดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวลงในโปรแกรม ArcGIS ทำให้สามารถดูที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น โดยจังหวัดเพชรบุรี มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 32 สถานที่ท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งได้ ดังนี้ 1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติทั้งหมดมี 22 สถานที่ท่องเที่ยว 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ทั้งหมดมี 8 สถานที่ท่องเที่ยว และ 3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ทั้งหมดมี 2 สถานที่ท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรม แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์เชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยนำมาออกแบบและพัฒนาเป็นฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์ และแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้ผู้สนใจมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ได้มีข้อมูลเพื่อตัดสินใจ จะส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลที่ตามมาจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น มีการใช้จ่ายเงินระหว่างการเดินทางและตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว เศรษฐกิจของประเทศก็จะดีขึ้น ในบทที่ 3 เป็นการกำหนดแนวทางการทำงานเพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ มีความชัดเจนในประเด็นที่กำลังศึกษา คณะผู้วิจัยจะกล่าวถึงวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งประกอบด้วย วิธีการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีขั้นตอนการศึกษาในแต่ละประเด็น ดังนี้

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย ประกอบด้วย วิธีการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 วิธีการศึกษา คณะผู้วิจัยใช้การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

3.1.1.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ศึกษาจากตำรา เอกสารเชิงวิชาการ เอกสารข้อมูลจากเว็บไซต์ จากงานวิจัย จากการเข้าอบรมสัมมนาที่ผู้สนับสนุนทุนจัดให้ และจากการสนทนากับผู้รู้ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากนั้นนำข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า / สถานที่ซื้อของฝาก สถานบันเทิง สถานพยาบาล สถานีตำรวจ และ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว เป็นต้น

3.1.1.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ หลังจากศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพแล้ว นำข้อมูลมาสังเคราะห์และสร้างเครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามหลัก 1 ชุด คณะผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามนั้นมาใส่ประเด็นเนื้อหาต่าง ๆ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า / สถานที่

ข้อปั้ง สถานบันเทิง สถานพยาบาล สถานีตำรวจ และ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว

3.1.2 ประชากร ประชากรในการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอต่าง ๆ ของ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,573,438 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 2 กันยายน 2556)

3.1.3 กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มประชากร โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละอำเภอ ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปโดยใช้ตารางของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95.5% และความคลาดเคลื่อน $\pm .5\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แล้วทำการสุ่มไปอำเภอต่าง ๆ ตาม สัดส่วน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Radom Sampling) (ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์, ดิเรก ศรีสุข. 2537. : 106)

อำเภอ	จำนวนคน	สัดส่วน	คน
1. อำเภอเมือง	167,117	10.79	43
2. คูเมือง	57,597	3.72	15
3. แคนดง	26,752	1.72	7
4. พุทไธสง	41,565	2.68	11
5. นาโพธิ์	28,937	1.86	7
6. บ้านใหม่ไชยพจน์	22,433	1.44	6
7. ลำปลายมาศ	113,219	7.31	29
8.หนองหงส์	34,891	2.25	9
9. โนนสุวรรณ	21,098	1.36	5
10. ชำนิ	34,195	2.21	9
11. เฉลิมพระเกียรติ	11,956	0.77	3
12. นางรอง	89,318	5.77	23
13. หนองกี่	55,221	3.56	14
14. บ้านด่าน	18,982	1.23	5
15. กระสัง	99,327	6.41	26
16. สตึก	98,455	6.35	25
17. ห้วยราช	31,301	2.02	8

18. พลัปลาชัย	26,638	1.72	7
19. ประโคนชัย	123,173	7.95	32
20. บ้านกรวด	39,720	2.56	10
21. ปะคำ	37,607	2.42	10
22. ละหานทราย	19,049	1.23	5
อำเภอ	จำนวนคน	สัดส่วน	คน
23. โนนดินแดง	17,798	1.15	5
รวม	1,549,482	43.55	400

ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2557).

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถามตรวจสอบความคิดเห็น และแบบสัมภาษณ์

3.2.1 แบบสำรวจความคิดเห็น ผู้วิจัยจะสร้างแบบสอบถามโดยใช้ฐานข้อมูลความต้องการจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร โดยกำหนดแบบสอบถามเป็น 3 ตอน จำนวน 13 – 15 ข้อ ลักษณะของคำถามใช้การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นคำถามนำ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า / สถานที่ช้อปปิ้ง สถานบันเทิง สถานพยาบาล สถานีตำรวจ และ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ดังนี้

ตอนที่ 1 ภูมิหลังเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบตอบสั้น (Shot answer test)

ตอนที่ 2 แบบสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวแต่ละอำเภอ จำนวน 10 ข้อ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Closed form) ลักษณะแบบสอบถามแบบเลือกตอบ มีตัวเลือกให้ตอบ 2 ตัวเลือก คือ มี หรือ ไม่มี

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเจาะลึกลักษณะปลายปิด (Closed form) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 2 ข้อ

แบบสอบถามดังกล่าว จะตอบคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ ได้แก่

คำถามการวิจัยข้อ 1 จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวที่ใดบ้าง มีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ และศักยภาพการท่องเที่ยวแต่ละประเภทเป็นอย่างไร ใช้ข้อคำถามตอนที่ 2 จำนวน 10 ข้อ

คำถามการวิจัยข้อ 2 การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงานอย่างไร จะนำข้อคำถามตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 แห่ง จำนวน 10 ข้อ มาวิเคราะห์ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์หาค่าความแปรปรวน ระหว่าง ตอนที่ 2 เปรียบเทียบกับ ตอนที่ 1 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ 0.05 ซึ่งจะใช้สถิติในการวิเคราะห์คือ T-test และ One way ANOVA และนำผลไปบันทึกในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์

คำถามการวิจัยข้อ 3 การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ทำได้อย่างไร จะนำข้อคำถามตอนที่ 1-2 มาสังเคราะห์และนำข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งหมดบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ระบบสารสนเทศและแสดงข้อมูลต่อสาธารณะ

คำถามตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ มีข้อคำถามจำนวน 2 ข้อ คือ 1 ในอำเภอของท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มเติมที่ใดบ้าง 2. ข้อเสนอแนะทั่วไป การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ในรูปแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

3.2.2 แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ((In-depth interview)) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแน่นอน (Structured interview) จำนวน 2 ข้อ เป็นการซักถามข้อมูลเฉพาะเจาะจงเรื่องการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการ คือ 1. สิ่งที่น่าสนใจในอำเภอของท่าน 2. ขอดีในอำเภอของท่าน

3.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

พิจารณาถึงความน่าเชื่อถือ (Reliability) ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญคือนักวิชาการ และมีคณาจารย์ ดังนี้

3.4.4.1 อาจารย์รุ่งรัตน์ หัตถกรรม อาจารย์ระดับ 7 สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3.4.4.2 อาจารย์วันดี เขียวสวัสดิ์กิจ คณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3.4.4.3 อาจารย์สนธิ แสนรัมย์ ประธานชมรมคณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

วัดค่าความเที่ยงตรง (Validity) ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ค่าความแปรปรวน 98 % หลังจากแก้ไขเครื่องมือตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเครื่องมือไปดำเนินการตรวจสอบคุณภาพกับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพ ด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรของสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .868

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยจัดทีมงาน นักวิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยที่เป็นอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์มีภูมิลำเนาในแต่ละอำเภอ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บข้อมูลจริงทั้งหมดแล้ว คณะผู้วิจัยจะดำเนินการ ดังนี้

3.6.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับรายการการท่องเที่ยวทั่วไป นำมาแจกแจงความถี่และนำมาเสนอเป็นค่าร้อยละ และอภิปรายผล

3.6.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยนำผลมาแจกแจงความถี่แล้วนำเสนอเป็นค่าร้อยละ Mean และ standard deviation และวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวน และอภิปรายผลการศึกษา

3.6.3 รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ นำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และอภิปรายผลการศึกษา

3.5 การนำเสนอข้อมูล นำเสนอในรูปของตาราง และวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อคิดเห็น

บทที่ 4

ผลการวิจัย

โครงการวิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการได้แก่ 1) เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 3) เพื่อแสดงข้อมูลการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ คณะผู้วิจัยได้เรียงลำดับการศึกษา ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการศึกษา

4.1.1 ผลการศึกษาเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม

4.1.2 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์

โดยมีผลการศึกษาตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ผลการศึกษา

คณะผู้วิจัย ได้ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เมื่อนำข้อมูลมาสังเคราะห์จนได้เครื่องมือในการวิจัย และได้นำเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายในจังหวัดบุรีรัมย์ 23 อำเภอ เพื่อให้ได้คำตอบการวิจัยทั้ง 3 ข้อ **ข้อที่ 1** จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวที่ใดบ้าง **ข้อที่ 2** การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงานอย่างไร และ**ข้อที่ 3** การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ทำได้อย่างไร ผลการศึกษาตอบคำถามเป็นรายข้อ ดังนี้

4.1.1 ผลการศึกษาเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม

คำถามการวิจัยข้อ 1 จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวที่ใดบ้าง ผลการศึกษาเชิงปริมาณจากแบบสอบถามประชาชนในแต่ละอำเภอ คำถามตอนที่ 1 ประกอบด้วยหัวข้อ เพศ อาชีพ ตอนที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอ มีรายละเอียดคำตอบแยกเป็นรายอำเภอดังนี้

1.อำเภอเมือง

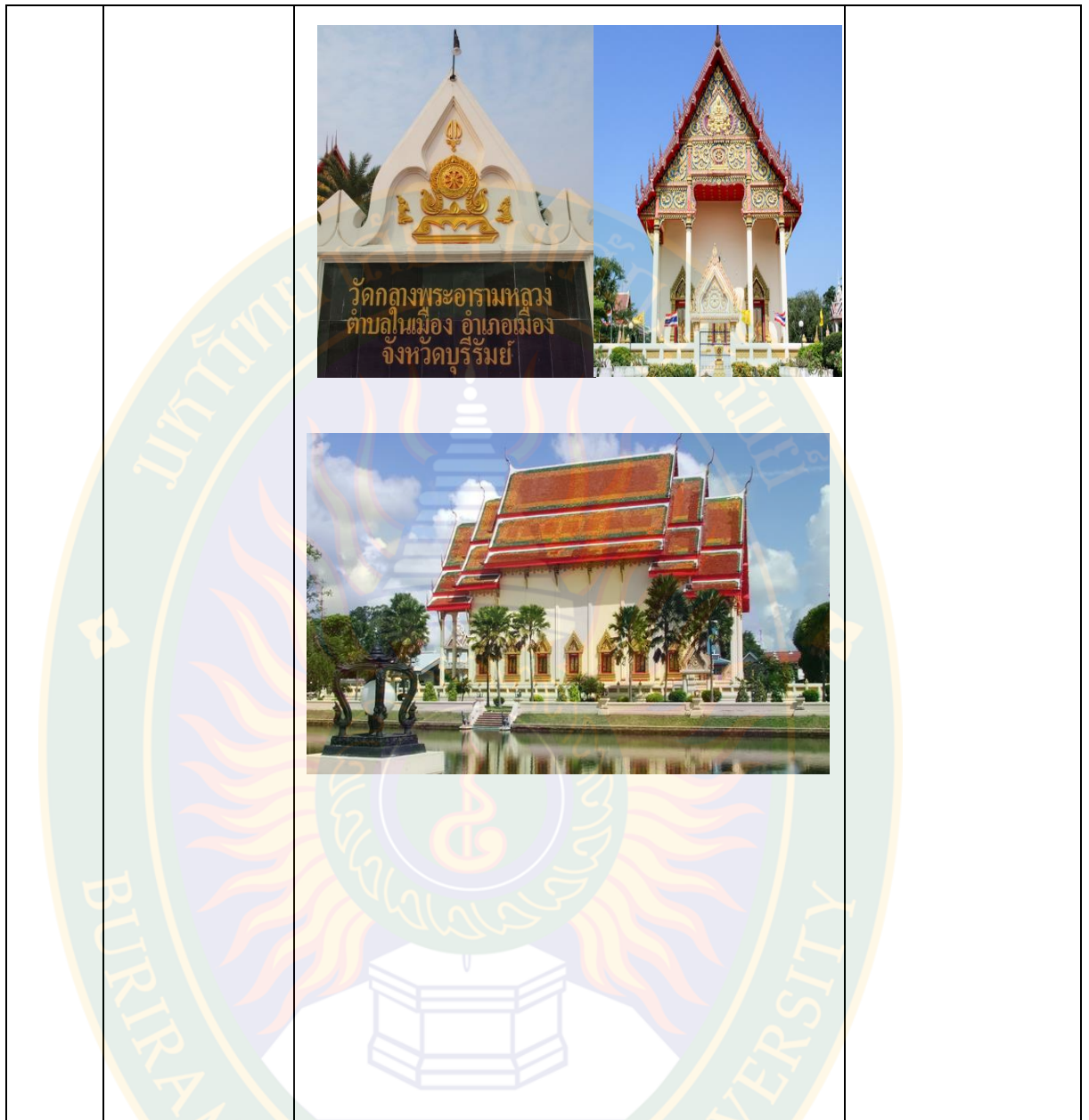
กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 43 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.7 อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 58.13 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอเมืองบุรีรัมย์

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	ศาลหลักเมือง	<p>"ศาลหลักเมืองจังหวัดบุรีรัมย์" ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง ซึ่งชาวบุรีรัมย์นับถือศรัทธาและมีประชาชนมากราบไหว้ในโอกาสต่างๆ ตลอดปี เดิมเป็นศาลขนาดเล็ก จึงได้รื้อและก่อสร้างขึ้นใหม่ เมื่อปี 2548 -2550 ให้เป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เลียนแบบมาจากปราสาทหินพนมรุ้ง คงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นบุรีรัมย์อย่างชัดเจน</p> <p>http://board.postjung.com/782997.html</p> 	ถนนจรัส อำเภอเมือง




			
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
2	วนอุทยาน เขาระโดง	<p>พระสุภัทรบพิตร เป็นพระพุทธรูปคู่เมือง ภายในเศียรบรรจุพระธาตุ ประดิษฐานอยู่บนเขาระโดง เป็นพระพุทธรูปก่ออิฐฉาบปูนขนาดใหญ่ หน้าตักกว้าง 12 เมตร ฐานยาว 14 เมตร หันหน้าไปทางทิศเหนือ สร้างขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2512 เพื่อให้เป็นที่สักการบูชาของพุทธศาสนิกชนทั่วไป จากจุดที่ตั้งขององค์พระ สามารถมองเห็นทัศนียภาพของตัวเมืองบุรีรัมย์ได้</p> <p>https://sites.google.com/site/buriramfotouristattraction/home/wnxuthyan-khea-kradong</p>	บ้านน้ำซับ ต.เสม็ด อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ ห่างจากตัวเมืองประมาณ 6 กิโลเมตร
			



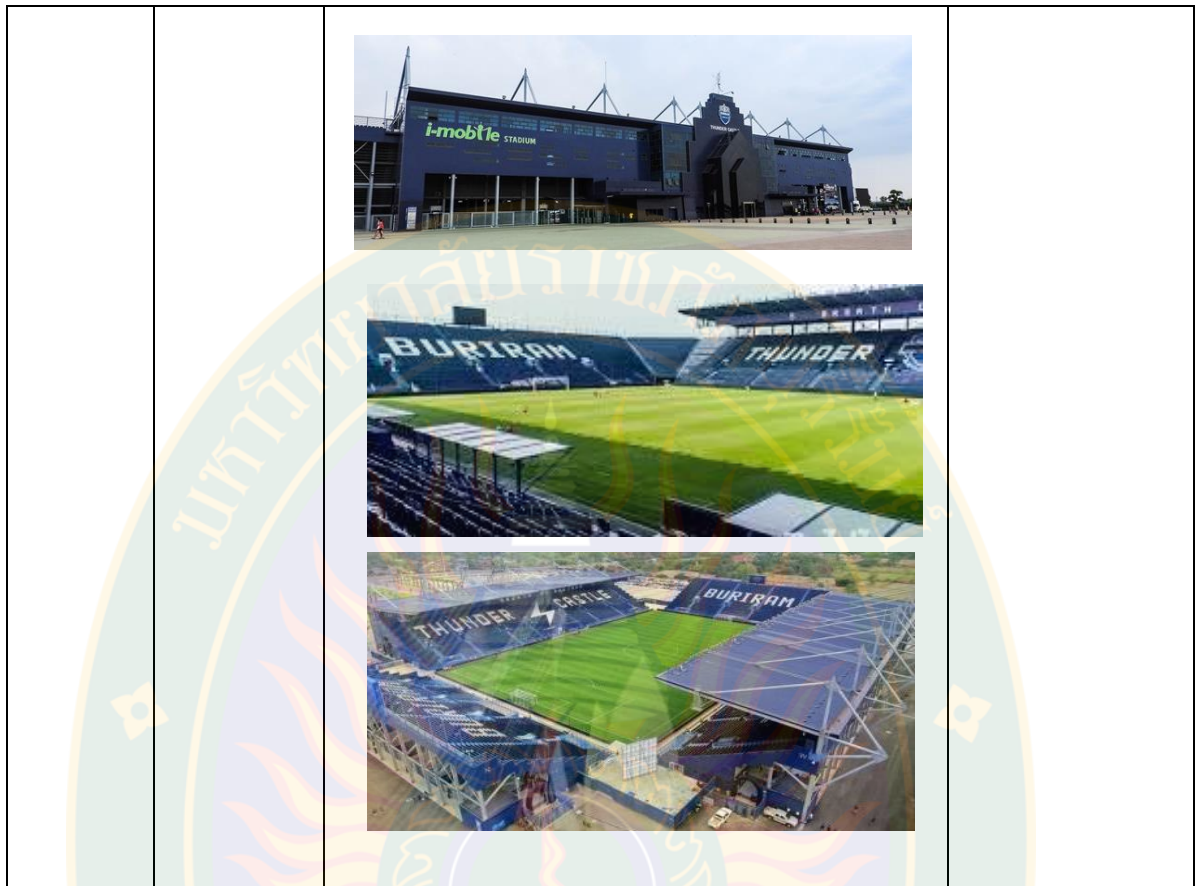
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
3	วัดกลาง พระอารามหลวง	วัดกลางพระอารามหลวง เป็นวัดเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองบุรีรัมย์ มีประวัติเล่าว่าสมัยกรุงธนบุรี เจ้าพระยามหากษัตริย์ศึกนำทัพไปปราบเจ้าเมืองนางรอง ซึ่งเป็นกบฏ และได้หยุดพักทัพที่บริเวณนี้ ได้มีประกาศยกวัดกลางบุรีรัมย์เป็นพระอารามหลวงแห่งแรกของบุรีรัมย์ เมื่อปี พ.ศ. 2533 http://board.postjung.com/782997.html	ถนนจิระ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง






ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------


4	ศูนย์วัฒนธรรม อีสานใต้	<p>ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ เป็นสถานที่รวบรวมจัดแสดง โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุอันมีค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้แก่ผู้สนใจและเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการค้นคว้าวิจัย www.buriramguru.com</p>   	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ถนนจิระ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
---	------------------------	---	--

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สื่อที่จะใช้
5	สนามไอ-โมบาย	<p>สนามไอ-โมบาย หรือ ธันเดอร์คาสเซิลสเตเดียม (Thunder Castle Stadium) เป็นสนามกีฬาที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสนามเหย้าของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด สนามแห่งนี้มีความจุ 24,000 ที่นั่ง (ในปี พ.ศ. 2557 ได้ต่อเติมเป็น 32,600 ที่นั่ง) จัดเป็นสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่ไม่มีลู่วิ่งคั่นสนามและผ่านมาตรฐานสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ, สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย และสหพันธ์ฟุตบอลอาเซียน ผ่านมาตรฐานสนามกีฬาระดับเอจากสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย ผ่านมาตรฐานระดับโลกจากสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ ได้บันทึกลงกินเนสบุ๊กว่าเป็นสนามฟุตบอลในระดับฟีฟ่าแห่งเดียวในโลกที่ใช้เวลาก่อสร้างน้อยที่สุดในโลกคือ 256 วัน</p> <p>https://th.wikipedia.org/wiki/</p>	ตั้งอยู่ที่ตำบลอิสาน ถนนบุรีรัมย์-ประโคนชัย ต.ในเมือง อำเภอเมือง



ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
6	บุรีรัมย์ คาสเซิล	บุรีรัมย์ คาสเซิล ตั้งอยู่ระหว่าง i-mobile stadium และสนามแข่งรถช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ลักษณะการออกแบบอิงจากรูปแบบของหมู่บ้านชุมชนรอบปราสาทหินในอดีต โดยมี “ปราสาทสายฟ้า” ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงเป็นศูนย์กลางของแหล่งอารยธรรมโดยปราสาทสายฟ้าได้มีการก่อสร้างขึ้นตามรูปแบบปราสาทขอมในอดีต โดยใช้ช่างฝีมือแกะสลักหินทุกก้อนด้วยความประณีต ละเอียดลออ และจัดเรียงหินทุกก้อนตามหลักการสร้างปราสาทโบราณ โดยมีไฮไลท์อยู่ที่ประตูของปราสาทสายฟ้าแห่งนี้ผ่านการคำนวณให้พระอาทิตย์สามารถส่องผ่านประตูได้เหมือนกับที่ปราสาทหินพนมรุ้ง โดยภายใน	ถนนบุรีรัมย์-ประโคนชัย

		<p>ปราสาทเป็นหอเกียรติยศสำหรับเก็บถ้วยรางวัลที่ ชาวบุรีรัมย์ภูมิใจ</p> <p>http://home.sanook.com/8633/</p>   	
ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง

7	วัดป่าเขาน้อย	<p>วัดป่าเขาน้อย ตัดเขตวนอุทยานภูเขาดงไฟกระโดง เป็นป่าธรรมชาติร่มรื่น เป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมที่พุทธศาสนิกชนที่สงบเงียบ ภายในวัดป่าเขาน้อย มี “พระบรมธาตุเจดีย์ศรีสุวคณานุสรณ์” สร้างขึ้นจากแรงเคารพศรัทธาของศิษยานุศิษย์ของหลวงปู่สุวัจน์ สุวโจ เพื่อเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกฐาตุ และเป็นเครื่องระลึกถึงพระคุณแห่งหลวงปู่สุวัจน์ สุวโจ พระสายธรรมยุติและเป็นลูกศิษย์หลวงปู่มั่น ซึ่ง</p>  <p>มรณภาพเมื่อวันที่ 5 เมษายน 2545</p> 	ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง
---	---------------	---	-------------------------

ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------

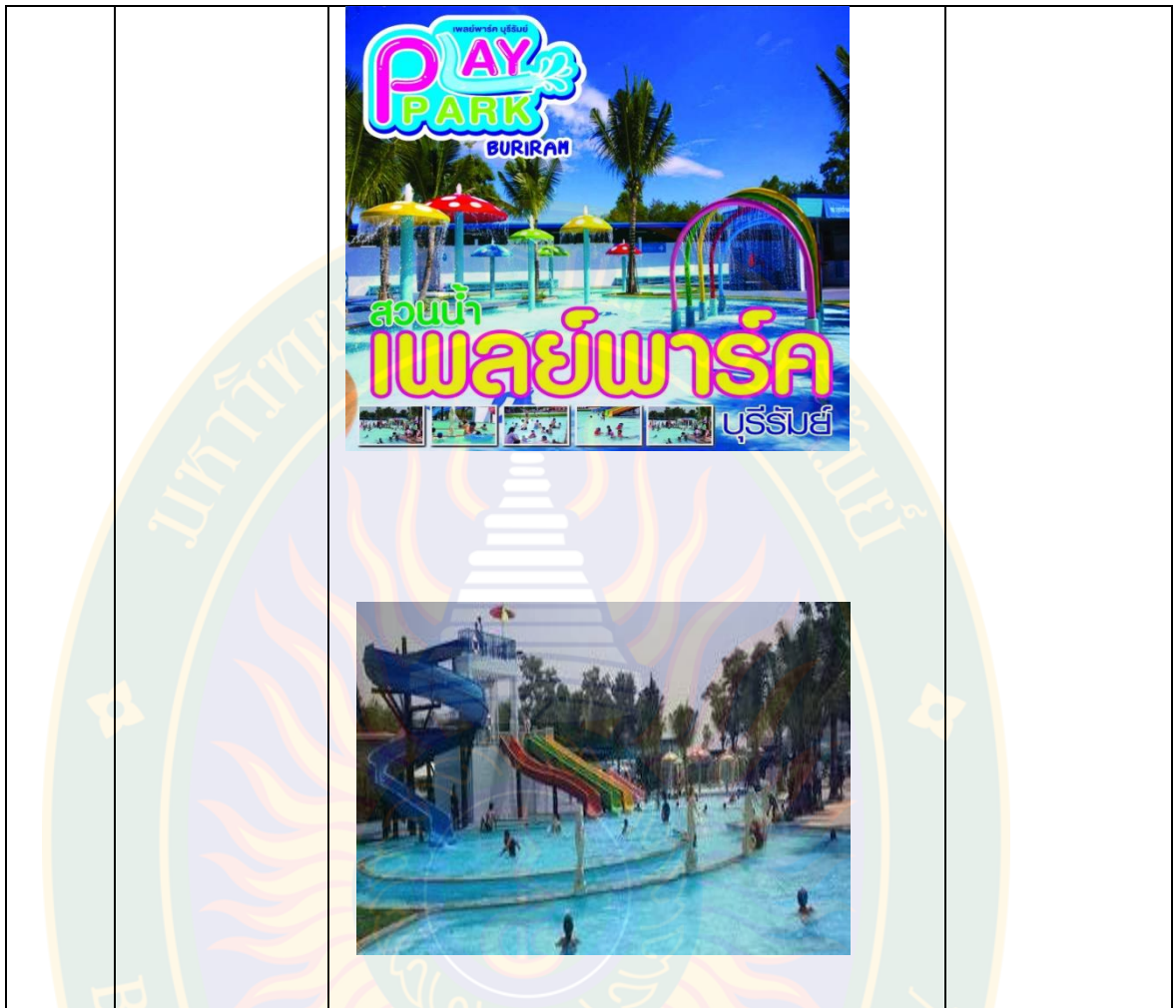


8	อ่างเก็บน้ำห้วย ตลาดและ สวนนก	<p>บนเนื้อที่ 37 ไร่ จากพื้นที่ห้วยตลาดทั้งหมดกว่า 4,000 ไร่ กำหนดเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเมื่อปี 2535 โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้งตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-เมษายน จะมีฝูงนกมาอาศัยอยู่มากเป็นพิเศษ บางชนิดใกล้สูญพันธุ์และหาดูได้ยาก เช่น นกอีโก้ นกคู้ท นกกาน้ำเล็ก นกนางแอ่น กระสานวล และ นกอื่น ๆ อีกหลากหลายชนิดที่อพยพเข้ามาอาศัยหากินในพื้นที่ชุ่มน้ำดังกล่าว พร้อมทั้งศึกษาเส้นทางธรรมชาติ และเป็นจุดพักรถแห่งใหม่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในจังหวัด</p> <p>http://www.painaidii.com</p>   	ถนนสาย บุรีรัมย์- ประโคนชัย ห่างจากตัวเมือง ประมาณ 14 กิโลเมตร ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง
---	-------------------------------------	---	--

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
9	ถนนคนเดิน	<p>ถนนคนเดิน "เซราะกราว วอล์คกิ้ง สตรีท" เป็นตลาดสินค้าหลากหลายประเภท ทั้งเสื้อผ้า ไอ้ท้อป อาหารคาวหวาน ผักผลไม้จากกลุ่มตลาดนัดสีเขียว สินค้าหัตถกรรมจากชุมชนต่าง ๆ จากหลายอำเภอ ผ้าไหมผืนงาม ภาพถ่ายเมืองบุรีรัมย์ทั้งเก่าและใหม่ ฯลฯ ตอบสนองต่อความต้องการของคนทุกกลุ่มทุกวัย นอกจากนั้นยังมีการละเล่น การแสดงดนตรี ศิลปวัฒนธรรม ผลัดเปลี่ยนกันมาขับกล่อมเพลง เพราะๆให้คนที่มาเดินซื้อของได้ฟังกัน</p> <p>http://www.painaidii.com</p> 	เทศบาลเมืองบุรีรัมย์ อำเภอเมือง



ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
10	สวนน้ำ Play Park Buriram	สวนน้ำ Play Park Buriram สวนน้ำที่ใหญ่ที่สุดในบุรีรัมย์ สัมผัสธรรมชาติสวย ๆ บรรยากาศสบาย ๆ แถมยังใช้เป็นสวนน้ำระบบเกลือทำให้มีความสะอาดของน้ำสูง โดย Play Park Buriram แบ่งเป็น 3 โซน ได้แก่ Funny Zone โซนเด็กเล่น สระว่ายน้ำตั้งแต่ 10-60 เซนติเมตร เด็ก ๆ สามารถคลานเล่นได้ มีเครื่องเล่นสำหรับเด็ก ม่านน้ำ น้ำพุ, Happy Zone เหมาะสำหรับเด็กโต มีสไลเดอร์ 2 ราง ให้เล่นกันสนุกสนาน และ Healthy Zone โซนสปาที่เหมาะสมสำหรับคนที่ชอบออกกำลังกาย รักการผ่อนคลาย www.buriramguru.com	ตำบลบ้านยาง อำเภอเมือง



2 อำเภอพลับพลาชัย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.7 อาชีพ ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 57.14 พบว่าในอำเภอพลับพลาชัยไม่มีแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนจะนิยมไปเที่ยวที่อำเภอประโคนชัย

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	---------------------	-----------------------	-------------


1	วัดโคกขมื่น	<p>วัดโคกขมื่น เสาหินโบราณ ถูกขุดค้นพบโดยชาวบ้านโคกขมื่น และได้นำมาเก็บรักษาไว้ที่วัดโคกขมื่น องค์การบริหารส่วนตำบลโคกขมื่นดูแลโดยเก็บไว้ที่วัดโคกขมื่น ให้ประชาชนได้กราบไหว้ บูชา ถือเป็นวัตถุโบราณที่เก่าแก่ และเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง และเก็บรักษาไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้</p> 	บ้านโคกขมื่น ต.โคกขมื่น อ.พลับพลาชัย
---	-------------	---	--

3 อำเภอประโคนชัย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 32 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.5 อาชีพประกอบธุรกิจค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 56.25 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอประโคนชัย มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	ปราสาทหิน-เมืองต่ำ	<p>ปราสาทหินเมืองต่ำ อยู่ห่างจากตัวจังหวัดไปทาง ทิศใต้เป็นระยะทางประมาณ 64 กิโลเมตร กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา พ.ศ. 2478 และได้เข้ามาทำการบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2531 แล้วเสร็จใน พ.ศ. 2539 ทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540 โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จเป็นองค์ประธาน และปัจจุบันอยู่ในความดูแลของสำนักอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง</p> <p>http://travel.mthai.com/blog/59383.html</p> 	บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
2	ปราสาทบ้านนุ	<p>ข้อมูล : ปราสาทบ้านนุ ลักษณะของตัวปราสาท มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้างที่เชื่อกันว่าเป็นที่พักสำหรับคนเดินทาง (นักแสวงบุญ) ตามที่กล่าวถึงในจารึกประวัติศาสตร์พระขรรค์ ประเทศกัมพูชา ลักษณะเป็นอาคารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 5.10 เมตร ยาว 11.50 เมตร ก่อด้วยศิลาแลง กรอบประตูหน้าต่างทำด้วย ศิลาทราย หันหน้าไปทางทิศตะวันออก มีประตูเข้า-ออกเชื่อมติดกับองค์ปราสาททางด้านหน้า ภายในมีแท่นวางรูปเคารพอยู่ 1 แท่น พบชิ้นส่วนทับหลัง สลักภาพพระพุทธรูปปางสมาธิในซุ้ม เรือนแก้ว 2 ชั้น ซึ่งเป็นหลัก ฐานยืนยันอายุการสร้างและลัทธิทางศาสนาในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7</p> <p>วันเวลาเปิด - ปิด : เปิดให้เข้าชมทุกวัน</p> <p>การเดินทาง : ใช้ถนนทางหลวงหมายเลข 2221 ห่างจากทางแยกเข้าปราสาทเมืองต่ำไปทางประโคนชัย 1.5 กม. http://www.painaidii.com</p> 	บ้านนุวิทยาสรรค์ ตำบลจระเข้มาก อำเภอประโคนชัย

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
3	พระพุทธประโคนชัยมหามิ่งมงคล	<p>พระพุทธรูปศิลาทรายขนาดปรก(ใหญ่ที่สุดในโลก) “พระพุทธประโคนชัย มหามิ่งมงคล” สร้างเป็นพุทธบูชาเฉลิมฉลองเนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนม์มายุครบ 84 พรรษา พ.ศ. 2555 ซึ่งได้ดำเนินการมาตั้งแต่ก่อสร้างมาตั้งแต่ต้นปี 2553 เป็นต้นมา ประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2553</p> 	หมู่ที่ 11 ตำบลบ้านไทร อำเภอประโคนชัย

เครื่องมือในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

นักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ชั้นปีที่

แนวทางการสัมภาษณ์

1. นักศึกษามีความพร้อมด้านใดบ้าง
2. นักศึกษาต้องการเพื่อนร่วมงานจำนวนกี่คน
3. นักศึกษามีกระบวนการทำงานอย่างไร
4. นักศึกษาต้องการให้สาขาวิชาสนับสนุนสิ่งใดบ้าง
5. นักศึกษามีความสามารถด้านใด ดังต่อไปนี้
 - ด้านการต้อนรับบรรณ / นำส่งถึงที่พัก
 - ด้านการพุดนำชมสถานที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย
 - ด้านการพุดนำชมสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
 - งานพิธีกรงานเลี้ยงต้อนรับ
 - งานพิธีกรลงนามความร่วมมือ
 - ด้านการนำกิจกรรม
 - ด้านการบันทึกภาพนิ่ง
 - ด้านการบันทึกภาพวิดีโอ
 - ด้านงานพยาบาล

- ด้านการนำกิจกรรมบนเวที
- ด้านนันทนาการทั่วไป
- ด้านการบริการอาหารกลางวัน / อาหารว่าง / อาหารค่ำ
- ด้านการบริการเครื่องดื่ม
- ด้านการเตรียมของที่ระลึก
- ด้านการบริการนักดนตรี
- ด้านการจราจร
- ด้านการบริการรถบัส
- ฯลฯ

6. ตำแหน่งที่นักศึกษาเลือก มีขั้นตอนการทำงานอย่างไร

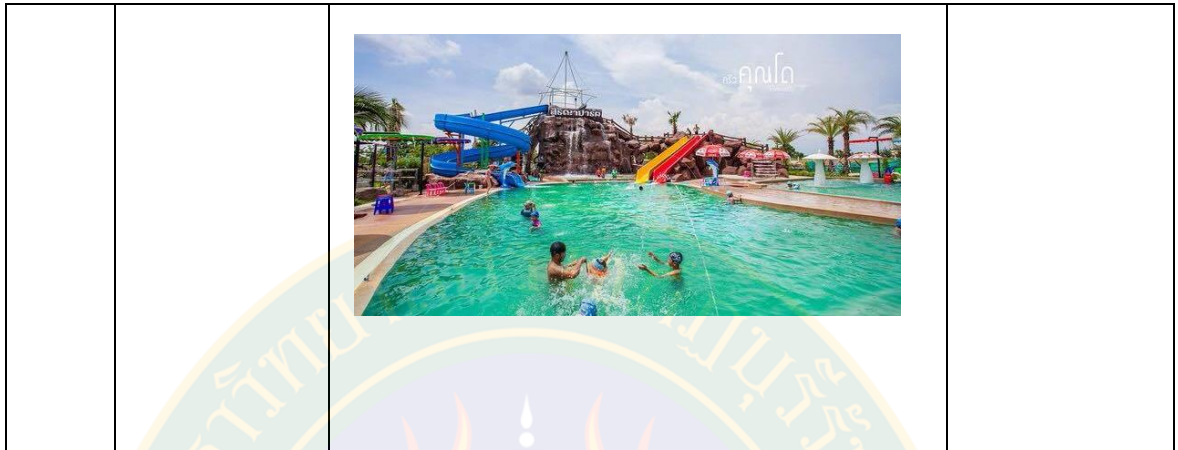
7. นักศึกษาจะใช้งบประมาณใช้จ่ายเรื่องใดบ้าง จำนวนเท่าใด

8. หากมีปัญหาและอุปสรรค นักศึกษาจะมีแนวทางแก้ไขอย่างไร

6. นักศึกษาจะมีแนวทางการทำงานร่วมกับเพื่อนอย่างไร

6. นักศึกษาจะสร้างความประทับใจกับเพื่อนต่างสถาบันอย่างไร

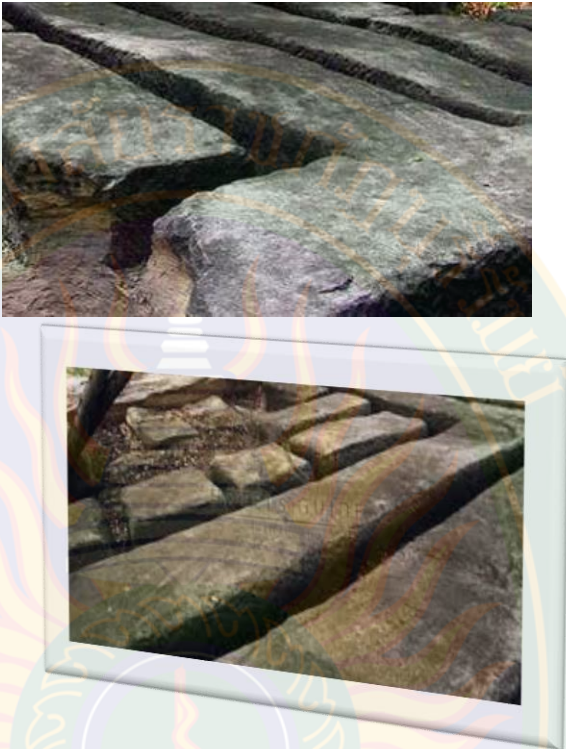
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
4	สิริญา ปาร์ค	<p>“สิริญา ปาร์ค” เป็นสวนน้ำที่ไว้สำหรับพาเพื่อน ๆ พาครอบครัวมาเล่นน้ำหรือทำกิจกรรมร่วมกัน ย้ำนะครับว่ามีไว้สำหรับ "เล่นน้ำ" ไม่ใช่ "ว่ายน้ำ" เพราะจากการที่ได้ไปลองสัมผัสมาก็พบว่า สำหรับผู้ใหญ่อย่างเรา ๆ คงได้แค่เล่นน้ำจริง ๆ เพราะเป็นสวนน้ำขนาดเล็กที่เน้นเครื่องเล่นมากกว่าการว่ายน้ำเพื่อออกกำลังกาย แต่สำหรับเด็ก ๆ แล้วก็คงจะสนุกสุดเหวี่ยงกันเลยทีเดียว เพราะมีทั้งน้ำตก ทั้งสไลเดอร์ เฮ้อ...น่าอิจฉาเด็กสมัยนี้ นอกจากเครื่องเล่นและสระว่ายน้ำแล้ว ทางสวนน้ำก็มีอาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึง โต๊ะพูล และบอลโต๊ะ เตรียมไว้ไว้สำหรับผู้ปกครองที่มานั่งรอบุตรหลาน ทั้งยังมีชุดว่ายน้ำและอุปกรณ์เล่นน้ำให้เช่าเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการ เรียกได้ว่ามาแต่ตัวกับเงินก็พอครับ เรามีบริการหมดทุกอย่างจริง ๆ</p> <p>www.buriramguru.com</p>	อำเภอประโคนชัย



4. อำเภอบ้านกรวด

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.0
 อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 60.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอบ้านกรวด มีดังนี้



ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	แหล่งหินตัด	แหล่งหินตัด เป็นแหล่งหินทรายที่คนสมัยขอม ตัดหินเอาไปสร้างปราสาทต่างๆ ในเขตอีสานใต้ อยู่บริเวณเขาเกลอย และเขากระเจียว มีเนื้อที่กว่า 3,000 ไร่ที่น่าสนใจคือ หินบางก้อนปรากฏรอยตอกเนื้อหินให้เป็นรูเรียงกันเป็นแนวยาว หินบางก้อนถูกเซาะสกัดเป็นร่องขาดจากกัน และยังมีหินที่ถูกตัดและงัดขึ้นมาเป็นแท่งสี่เหลี่ยมอยู่ทั่วไป	หมู่บ้านสายตรี 3 และ 4 ตำบลบึงเจริญ อำเภอบ้านกรวด

		<p>วันเวลาเปิด - ปิด : เปิดให้เข้าชมทุกวัน</p> <p>http://www.painaidii.com</p> 	
--	--	---	--

ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------

2	แหล่งเตาเผาโบราณ	<p>เป็นเตาเผาโบราณอายุประมาณ 1,000 ปี มี 2 เตา ซื่อเตาเผานายเจียน และเตาเผาสวาย และได้พบเครื่องเคลือบโบราณจำนวนมาก คนโบราณใช้เผาเครื่องปั้นดินเผา หม้อ ไห ต่างๆ นักโบราณคดีได้สำรวจพบเตาเผา และเครื่องปั้นดินเผา โบราณจำนวนมาก พบว่ามีอายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 14-19 โดยเตาเผาเหล่านี้ ได้ผลิตเครื่องถ้วยเขมร เพื่อเป็นสินค้าป้อนให้กับเมืองต่างๆ ในกัมพูชา และในภูมิภาคต่างๆ โดยมีการทำอุตสาหกรรมขนาดใหญ่โต และขยายขอบเขตการผลิตไปยังพื้นที่ใกล้เคียงอีกด้วย กรมศิลปากรได้ทำการขุดแต่งเตาโบราณ 2 แห่งคือ เตาสวายและเตานายเจียน</p> <p>www.buriramguru.com</p> 	โรงเรียนบ้านกรวดวิทยาคาร ระหว่างหลัก กม.ที่ 21-22 ทางหลวง หมายเลข 2075 ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ 66 กิโลเมตร
---	------------------	---	--

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
3	ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอ-บ้านกรวด	<p>เดิมเป็นที่รวบรวมโบราณวัตถุ ที่ขุดพบในเขตอำเภอบ้านกรวด อันได้แก่ เครื่องเคลือบดินเผาโบราณ อายุประมาณพันปีซึ่งพบเตาเครื่องเคลือบเหล่านี้จำนวนมาก นับเป็นแหล่งผลิตสำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในอดีต ปัจจุบันกรมศิลปากรได้ขุดเปิดเตาเผาโบราณในเขตอำเภอบ้านกรวดแล้ว 2 แห่ง คือ เตานายเจียน และเตาสวาย อยู่ห่างจากตัวอำเภอ 5 และ 12 กิโลเมตร</p>  <p>ตามลำดับ</p> 	โรงเรียนบ้านกรวด วิทยาคาร อำเภอบ้านกรวด

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
4	เขื่อนห้วยเมฆา	<p>เขื่อนห้วยเมฆา เป็นเขื่อนที่รัฐบาลญี่ปุ่นให้ทุนสร้างเพื่อแผ่นดินอีสานตอนใต้ เป็นอ่างน้ำในหุบเขา ซึ่งสามารถชมความงามของประตูเปิดปิดน้ำ ปล่อยน้ำลงลำน้ำรองรับส่งต่อสู่แผ่นดินเพื่อการเกษตรกรรม บริเวณนี้จะพบหินทรายก้อนใหญ่ สันนิษฐานว่าจะถูกนำไปสร้างปราสาทในเขตอีสานใต้ ในบริเวณนี้ยังมีสวนป่าห้วยเมฆาและสวนป่ายุคาลิปต์อีกด้วย</p>  	บ้านสายตรีพัฒนา ตำบลบึงเจริญ อำเภอบ้านกรวด

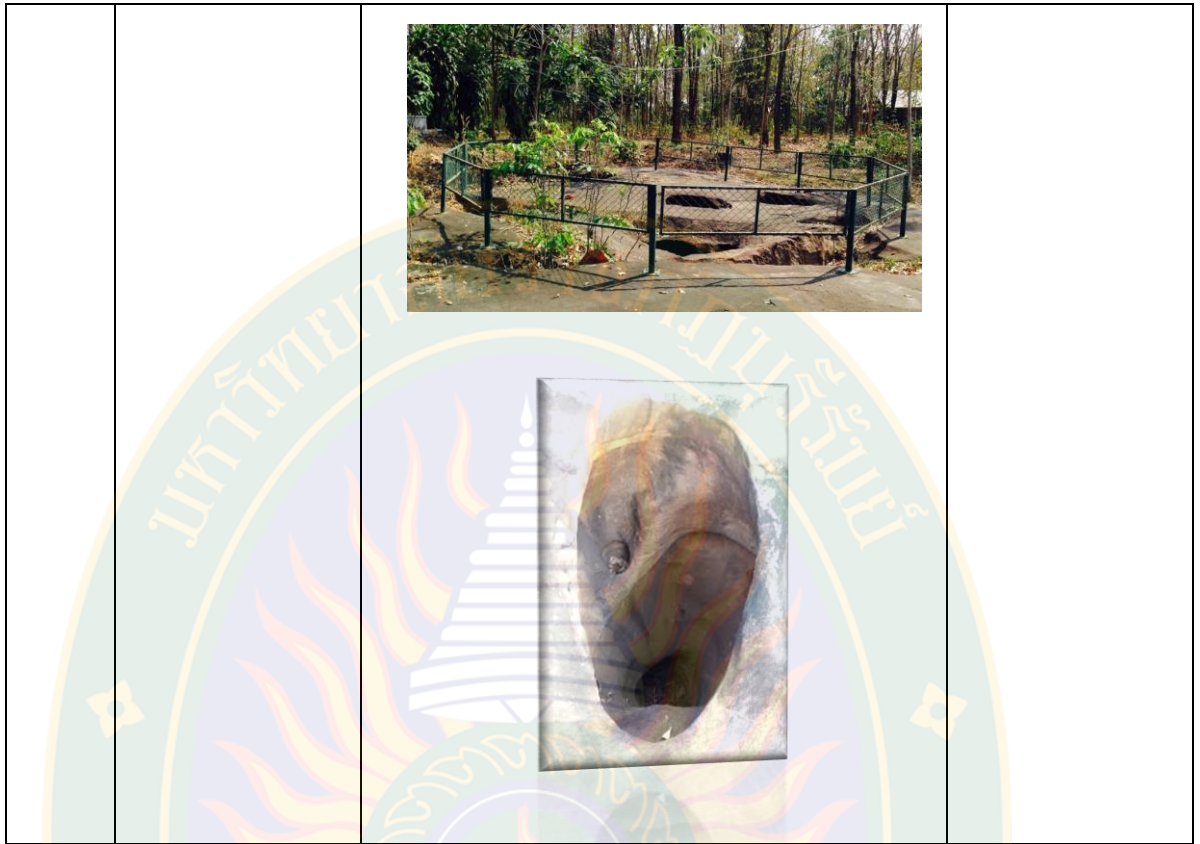
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
5	ช่องโอบก	<p>ช่องโอบก เป็นช่องทางการเดินทางขึ้นมายังประเทศไทย ของชาวไทยกับชาวกัมพูชาในอดีตกาล คำว่า โอบ หมายถึง ห้วย บก หรือ เบาะ หมายถึง กวาด ช่องโอบก หมายถึง ช่องเขาที่น้ำห้วยกวาดน้ำลงไปไปยังเขตกัมพูชา</p> 	ตำบลปราสาท อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

5. อำเภอละหานทราย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 26 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.9 อาชีพรับค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 84.61 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอละหานทราย มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	วัดป่าละหานทราย	วัดป่าละหานทรายก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2532 มีอดีตพระครูปริยัติยากร (พิพัฒน์ อินทวิโร ป.ธ.3) เป็นเจ้าอาวาสและรองเจ้าคณะอำเภอละหานทราย วัดป่าละหานทราย ได้รับประกาศตั้งวัดในพระพุทธศาสนา เมื่อวันที่ 26 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2552 พ.ศ. 2544 พระมหาเรืองฤทธิ์ สุธีโร ได้เป็นประธานสงฆ์สืบต่อมา เมื่อวัดได้รับอนุญาตตั้งเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงได้รับการแต่งตั้งเป็นเจ้าอาวาส เมื่อวันที่ 26 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553 ปูชนียวัตถุที่สำคัญในวัด 1.วิหารพุทธ-รมโพธิ์ อนุสรณ์ชั้น 1 หลัง เพื่อเป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุจากประเทศศรีลังกา และประเทศอินเดีย 2,	อำเภอละหานทราย

		<p>พระพุทธรูปหยกเขียว ขนาดหน้าตัก 60 นิ้ว เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ในปีพ.ศ. 2550 3.มหาวิหาร ขนาดกว้าง 12 เมตร ยาว 30 เมตร เป็นไม้ทั้งหลัง เป็นงานไม้แบบโบราณที่ใช้การเจาะและสลัก หลังคามุงด้วยแป้นเกล็ด ไม้สักทั้งหลัง เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเจริญพระชนมายุ 82 พรรษา</p> 	
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
2	แหล่งหินหลุม	<p>แหล่งหินหลุม "กุมภลักษณ์" เป็นลานหินทราย ในอดีตชาวบ้านถือว่าเป็นบริเวณที่ศักดิ์สิทธิ์มีพระอัฐงมาจำพรรษาชาวบ้านจึงมาทำบุญและเข้าใจว่าบริเวณด้านล่างมีทองฝังอยู่กับหลุม จึงพากันขุดเอาดินขึ้นมาจากหลุมประมาณ 10 หลุมแต่ก็ไม่พบทองคำ ต่อมาในปี 2544 สำนักงานศึกษาธิการอำเภอละหานทราย ร่วมกับนักวิชาการศึกษาและสภาวัฒนธรรมอำเภอละหานทรายได้ร่วมกันสำรวจแหล่งโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอ เห็นว่าสถานที่นี้ สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้</p>	<p>ตั้งอยู่บริเวณบ้านสันติสุข เขตป่าสงวนแห่งชาติดงใหญ่ มีพื้นที่ 17 ไร่ 2 งาน</p>



6. อำเภอนอนดินแดง

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.0
 อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 100.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอนอนดินแดง มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	อนุสาวรีย์เราสู้	ชาวบุรีรัมย์ร่วมสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2522 เพื่อรำลึกถึงวีรกรรมของประชาชน ตำรวจ และทหาร ที่เสียชีวิตจากการต่อสู้กับผู้ก่อ การร้ายคอมมิวนิสต์ ซึ่งขัดขวาง	ตำบลนอนดินแดง อำเภอนอนดินแดง

		<p>การก่อสร้าง ถนนสายละหานทราย - ตาพระยา “อนุสาวรีย์เราสู้” แห่งนี้ใช้เวลาก่อสร้างนาน 1 ปี เพื่อเป็นอนุสรณ์รำลึกถึงเกียรติประวัติ และสตุติวีรกรรมประชาชน เจ้าหน้าที่ทั้งฝ่ายพลเรือน ตำรวจ ทหาร ที่ได้ผนึกกำลังเข้าร่วมต่อสู้กับผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ (ผกค.) ที่ตักขุมใจมติขัดขวางการก่อสร้างถนนสาย ละหานทราย-ตาพระยา และด้วยความกล้าหาญ ความรักสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เส้นทางสาย ยุทธศาสตร์เส้นนี้จึงสำเร็จลงได้</p> <p>https://sites.google.com/site/buriramfotourist_attraction/home/xnusawriy-rea-su-canghwad-buriramy</p>	
--	--	---	--



ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
2	เขื่อนลำนางรอง	เขื่อนลำนางรอง เป็นพื้นที่โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงตามพระราชดำริ เขื่อนลำนางรองเป็นเขื่อนดิน มีถนนลาดยางบนสันเขื่อนสำหรับชมทัศนียภาพ	ตำบลโนนดินแดง อำเภอโนนดินแดง

		<p>ที่สันเขื่อนมีหินลอย (หินภูเขาไฟอีกชนิดหนึ่ง) เป็นก้อนและแผ่น สีสันแบ่งกันเป็นชั้นๆสวยงาม ซึ่งได้นำออกไปกองไว้กั้นน้ำเขาสันเขื่อน และใกล้กับเขื่อนลำนางรอนนี้มีเขื่อนคลองมะนาวซึ่งมีขนาดเล็กกว่า แต่ก็สวยงามสงบเงียบ ซึ่งเป็นสถานที่พักผ่อนของชาวบุรีรัมย์อีกแห่งหนึ่ง</p> <p>http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/001678/lang/th/</p>  	
--	--	---	--

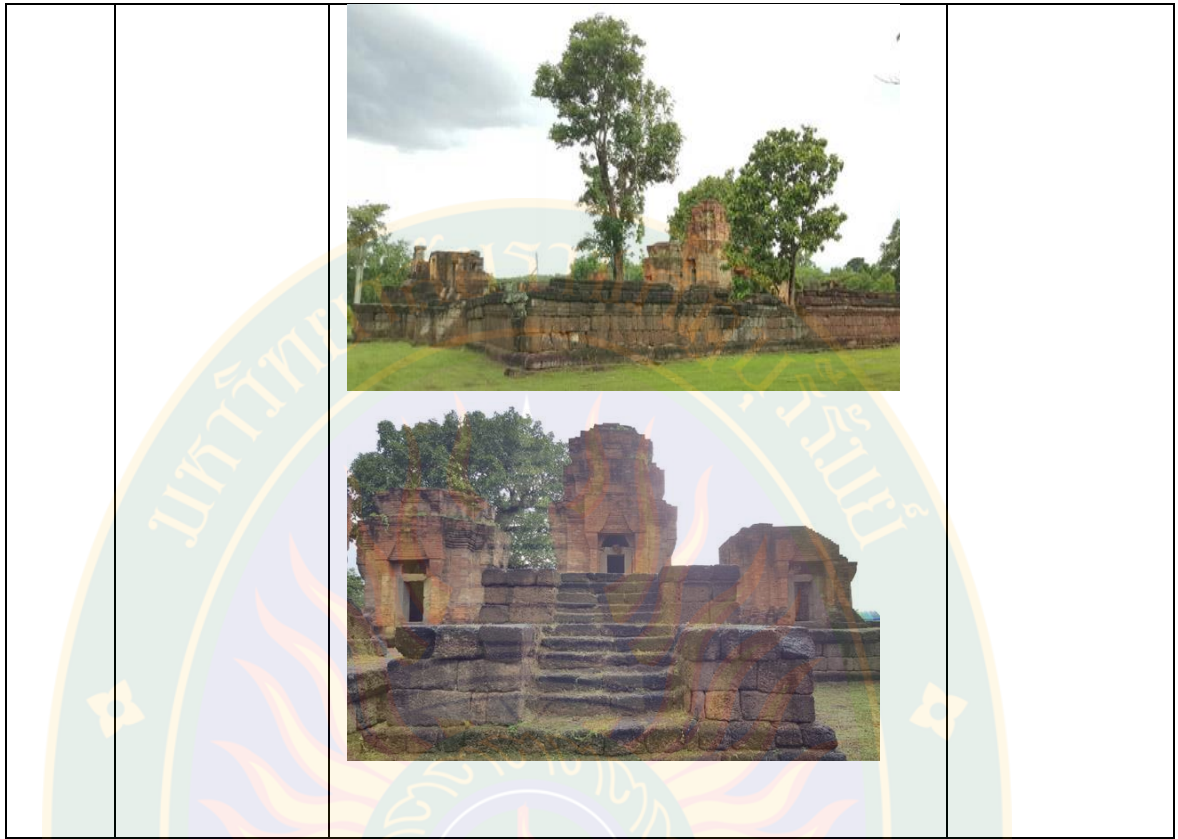
ลำดับ	ชื่อแหล่ง	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-----------	-----------------------	-------------

	ท่องเที่ยว		
3	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ ระเลิงร้อยรู	<p>เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าดงใหญ่ ป่าที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดท้ายของจังหวัดบุรีรัมย์ และเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญ ได้แก่ ห้วยลำนางรอง ห้วยลำปลายมาศ ด้วยเนื้อที่ประมาณ 340 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมท้องที่ตำบลนางรอง ตำบลโนนดินแดง กิ่งอำเภอโนนดินแดง ตำบลโคกมะม่วง ตำบลหูก่านบ อำเภอปะคำ บุรีรัมย์ เป็นที่อยู่อาศัยหลบภัยขยายพันธุ์ และประกอบกิจกรรมของสัตว์ป่าโดยปลอดภัย ช่วยรักษาพันธุ์ไม้ชนิดต่างๆ ไว้ และยังช่วยรักษาแหล่งดินน้ำลำธารของบุรีรัมย์ให้คงอยู่ตลอดไป เป็นผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดท้ายของจังหวัดบุรีรัมย์ และยังเป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของจังหวัดบุรีรัมย์ คือลำนางรองและลำปลายมาศ</p> <p>พื้นที่ป่าส่วนใหญ่เป็นป่าดิบแล้งมีป่าเต็งรังและทุ่งหญ้าเล็กน้อย มีไม้ที่มีค่าทางเศรษฐกิจอยู่จำนวนมาก เช่น มะค่าโมง ประดู่ ตะเคียนหิน พยุง และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ ป่าละเลิงร้อยรู เป็นสถานที่ที่มีพื้นที่เว้าแอ่งขนาดใหญ่ มีรูของตาน้ำผุดขึ้นจากดินเป็นร้อยๆ รู ไหลหล่อเลี้ยงพื้นที่ป่าให้ชุ่มชื้น ก่อให้เกิดสภาพความหลากหลายทั้งทางพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์มากมาย ทั้งยังเป็นแหล่งหากินของสัตว์ป่านานาชนิด และนกชนิดต่างๆ สามารถเดินป่าศึกษาธรรมชาติแบบง่ายๆ ระหว่างทางมีต้นไม้ยืนต้นใหญ่และเล็ก พืช</p>	อำเภอโนนดิน- แดง



สมุนไพรรวม ดอกไม้ป่า และลำธารน้ำ ทำให้เกิดความ


		<p>ผลิตเพลินระหว่างการศึกษาเส้นทางธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีสถานที่กางเต็นท์ และหอส่งสัตว์สำหรับผู้รักธรรมชาติ</p>	
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
4	ปราสาทหนองหงส์	<p>ปราสาทหนองหงส์ เป็นโบราณสถานขนาดเล็ก ประกอบด้วยปราสาท 3 องค์ ก่อด้วยอิฐ ตั้งบนฐานก่อด้วยศิลาแลงต่อเนื่องเป็นฐานเดียวกัน หันหน้าไปทางทิศตะวันออกมีประตูเข้า-ออกทางด้านหน้าอีก 3 ด้าน เป็นประตูหลอก ปราสาททั้งสามมีผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมไม้สิบสอง องค์กลางขนาดใหญ่กว่าสององค์ที่ขนาบข้าง แต่เดิมเคยมีทับหลังประดับจำหลักลายอย่างสวยงาม การกำหนดอายุ สมัยของปราสาทนั้น กำหนดจากลักษณะการก่อสร้าง และศิลปกรรมที่พบซึ่งตรงกับ ศิลปะเขมรแบบบาปวน ซึ่งมีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 16</p> <p>https://sites.google.com/site/buriramfotouristattraction/home/prasath</p>	<p>อยู่ทางด้านซ้ายของแนวสันเขื่อนลำนางรอง ห่างจากตัวเขื่อนประมาณ 500 เมตร อำเภอโนนดินแดง</p>



7. อำเภอปะคำ


กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.0
อาชีพรับเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอปะคำ มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	---------------------	-----------------------	-------------

1	ปราสาทวัดโคก- งิ้ว	<p>ปราสาทวัดโคกงิ้ว อำเภอปะคำ จ.บุรีรัมย์ เป็น โบราณสถานสมัยขอม ด้านหลังวัดโคกงิ้วเป็น อโรคยา ศาลหรือโรงพยาบาลที่สร้างขึ้นตามพระราชดำริของ พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 18 ตาม คติในพุทธศาสนาลัทธิมหายาน ด้านหลังวัดโคกงิ้ว เป็นศาสนสถานในศาสนาพุทธลัทธิมหายาน ก่อด้วย ศิลาแลง และหินทราย แผ่นผนังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ประกอบด้วยปราสาท ประธาน วิหาร กำแพงแก้ว ซุ้มประตู สระน้ำ โบราณสถานแห่งนี้สันนิษฐานว่า เป็นอโรคยาศาลหรือ โรงพยาบาลในจำนวน 102 แห่งที่สร้างขึ้นตาม พระราชดำริของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในช่วงพุทธ ศตวรรษที่ 18</p> <p>https://sites.google.com/site/buriramfotourist/attraction/home/prasath-wad-khok-ngiw</p> 	<p>บนทางสาย นางรอง-ปะคำ (ทางหลวง หมายเลข 348) ก่อนถึงอำเภอ ปะคำ 3 กิโลเมตร</p>
---	-----------------------	--	--

8. อำเภอนางรอง

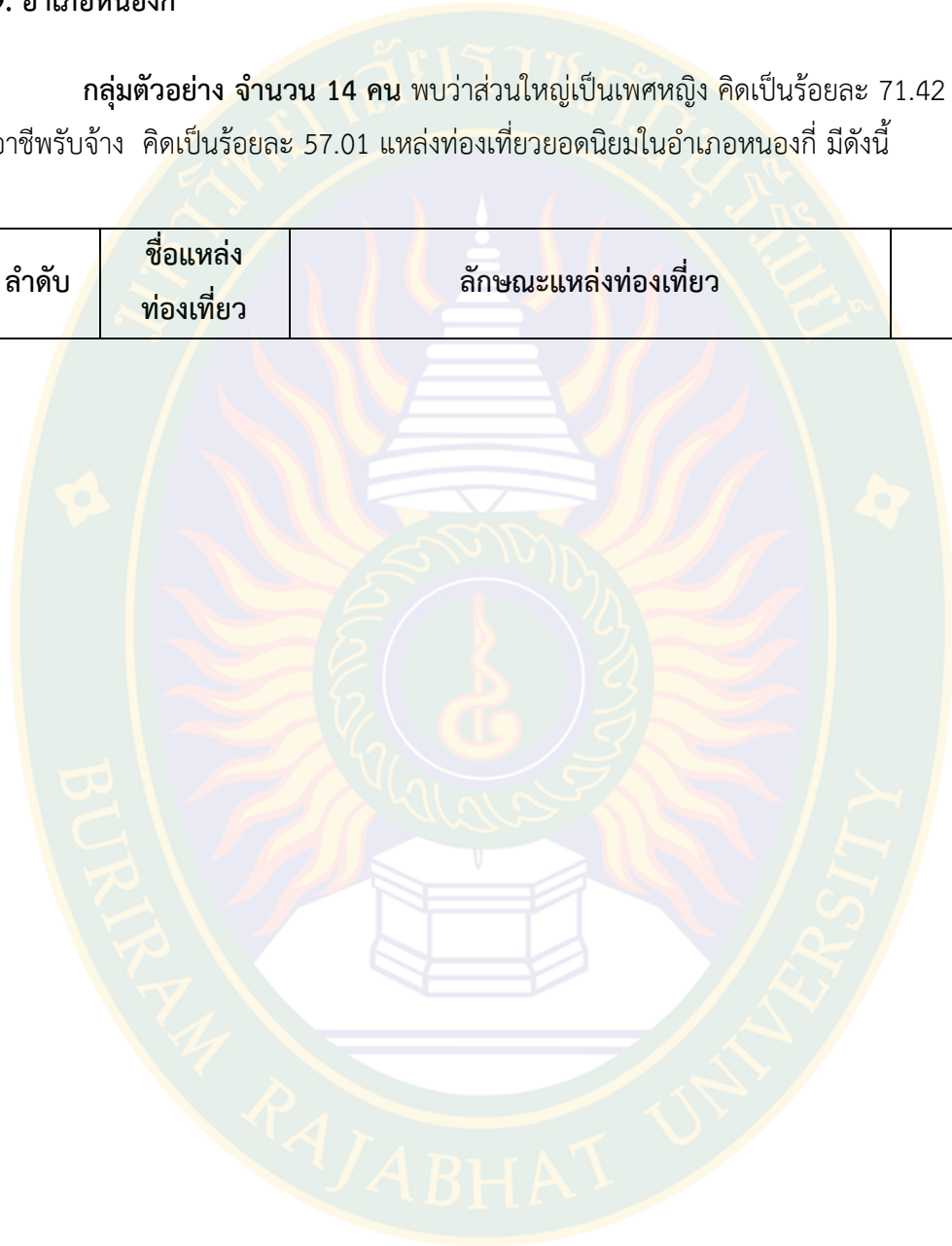
กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 23 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.26
 อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 60.86 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอนางรอง มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	อ่างเก็บน้ำ-ทุ่งแหลม	<p>อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็ก สมัยก่อนถูกจัดสร้างเพื่อเป็นที่เก็บกักปริมาณน้ำฝน สำหรับใช้ในการเกษตรใน หน้าแล้ง และป้องกันการ น้ำท่วมในหน้าฝน เป็นแหล่งของปลานานาชาติ มี ชาวประมงนั่งเรือหาปลาหรือนั่งตกปลาตามสัน เขื่อนจำนวนมาก ปัจจุบันถูกดัดแปลงให้กลายมาเป็น สถานที่ท่องเที่ยว http://www.painaidii.com</p> 	ตำบลถนนหัก อำเภอนางรอง

9. อำเภอหนองกี่

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 14 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.42
 อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 57.01 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอหนองกี่ มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------



1	หาดปราสาท- ทอง	<p>หาดปราสาททอง : อ่างเก็บน้ำทุ่งกระเต็น ตั้งอยู่หน้าองค์การบริหารส่วนตำบลเข้ยปราสาท ระยะห่างระหว่างขอบสระถึงเกาะกลาง 250 เมตร เนื้อที่ 2450 ไร่ หาด ปราสาททอง ยังเหมาะแก่การปั่นจักรยานรอบ ๆ อ่างเก็บน้ำ โดยรวมของระยะทางทั้งหมด เกือบ 10 กิโลเมตร ที่พิเศษกว่านั้น ยังเป็นสถานที่ฝึกซ้อมกีฬาทางน้ำ เช่นเจ็ทสกี ระยะทางฝึกซ้อมและการแข่งขัน 9.3 กิโลเมตร</p> <p>http://www.painaidii.com</p>  	21/1 ถนน สุขาภิบาล ตำบลทุ่งกระตาด- พัฒนา อำเภอหนองกี่
---	-------------------	---	---

10. อำเภอชำนิ

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 88.88
อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 77.77 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอชำนิ มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	สำนักสงฆ์พุทธศิลาภูม่านฟ้า	<p>สำนักสงฆ์พุทธศิลาภูม่านฟ้า มีเกจิอาจารย์ดัง คือ หลวงพ่อแดง หรือ พระอาจารย์แดงที่คนในหมู่บ้านใน อ.ขำนิ, อ.ลำปลายมาศ อ.นางรอง รวมถึงอำเภอใกล้เคียงในจังหวัดบุรีรัมย์และผู้คนจากที่อื่นรู้จักและเคารพท่านเป็นอย่างยิ่ง มีพื้นที่ทั้งหมด 200 ไร่ บรรยากาศร่มรื่น เต็มไปด้วยก้อนหินที่นำมาแกะเป็นรูปลักษณะอักษรทางพระพุทธศาสนา โดยมีพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดภูม่านฟ้า คือ หลวงปู่หิน มีศาลาที่รวบรวมของโบราณที่น่าสนใจลักษณะเด่น คือ รูปแบบงานศิลปะเป็นการแกะสลักซึ่งต้องใช้ความอดทน ความประณีต การสร้างและการจำลองกุศโลบายต่าง ๆ ของทางพระพุทธศาสนาด้วยบริเวณที่กว้าง บรรยากาศร่มรื่น</p>  	อำเภอขำนิ

--	--	--	--



11. อำเภอเฉลิมพระเกียรติ


กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100.0

อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 100.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------



1	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	<p>อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง หรือ ปราสาทหิน-พนมรุ้ง เป็นหนึ่งในปราสาทหินในกลุ่มราชมรรคา ประกอบไปด้วยโบราณสถานสำคัญ ซึ่งตั้งอยู่บนยอดภูเขาไฟที่ดับสนิทแล้ว สูงประมาณ 200 เมตรจากพื้นราบ ปราสาทหินพนมรุ้งเป็นหนึ่งในปราสาทหินขอมของไทยที่มีชื่อเสียงมากที่สุด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดบุรีรัมย์ และถือเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงแรกปราสาทหินพนมรุ้ง สร้างขึ้นจากหินทรายสีชมพู ตั้งอยู่บนยอดเขาพนมรุ้งสูง 1,320 ฟุตจากระดับน้ำทะเล ชื่อพนมรุ้งแปลว่าภูเขาใหญ่ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 15-18</p> <p>https://sites.google.com/site/buriramfotouristattraction/home/xuthyan-prawatisastr-phn-mru</p>  	ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 2 (บ้านดอนหนองแห่น) ตำบลตาเป็ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ลงมาทางทิศใต้ประมาณ 77 กิโลเมตร
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
2	วัดเขาพระ	วัดเขาพระอังคารเป็นวัดที่สร้างขึ้นใหม่ ตั้งอยู่บนยอด	บ้านเจริญสุข ต.เจริญสุข

<p>อังคาร</p>	<p>เขาพระอังคารซึ่งสูงประมาณ 320 เมตรจากระดับน้ำทะเล มีโบสถ์ที่ประยุกต์จากสถาปัตยกรรมหลายสมัย ดูสวยงามแปลกตา เป็นวัดที่สวยงามใหญ่โตแห่งหนึ่งของบุรีรัมย์ มีโบสถ์ ศาลา และอาคารต่างๆ สร้างเลียนแบบสถาปัตยกรรมสมัยต่างๆ หลายรูปแบบงดงาม แปลกตาและน่าสนใจ บริเวณวัดเป็นปากปล่องภูเขาไฟคาดว่าเคยเป็นที่ตั้งของโบราณสถานสมัยทวารวดีเพราะเสมาหินแกะสลักสมัยดังกล่าวหลงเหลืออยู่เป็นจำนวนมากเขาอังคารเป็นภูเขาไฟที่ดับแล้วอีกลูกหนึ่งในบุรีรัมย์ อยู่ในเขตอำเภอเฉลิมพระเกียรติ</p> <p>https://sites.google.com/site/buriramfotourist/attraction/home/wad-khea-phraxangkar</p> 	<p>อ.เฉลิมพระเกียรติ</p>
---------------	---	--------------------------

12. อำเภอโนนสุวรรณ

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100.0
อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 100.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอโนนสุวรรณ มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	วัดป่าสิริสมบูรณ	<p>สำนักปฏิบัติธรรมจุดศสถานป่าสิริสมบูรณ ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2542 ตั้งอยู่บริเวณด้านทิศเหนือของหมู่บ้านไร้สมบูรณ และหมู่บ้านน้อยอุบล สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย ที่ดินตั้งวัดมีเนื้อที่ 150 ไร่ ทางวัดมุ่งในการปฏิบัติธรรมเจริญกรรมฐาน เป็นวัดป่าสายปฏิบัติ ซึ่งพระใบฎีกาวิศวาธาร ปภสฺสโร ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นสถานที่สำหรับประพฤติปฏิบัติ ฝึกฝน อบรมพระภิกษุ-สามเณร ผู้มุ่งสู่ความพ้นทุกข์ให้เป็นผู้มีกน้อย สันโดษ เสียสละ พากเพียรเพื่อมรรคผลนิพพาน และนำพาไปสู่การเป็นสมณะที่งดงาม ด้วยการรักษาวัตรปฏิบัติตามธรรมวินัย อันจะเป็นเหตุให้เกิดความเลื่อมใสแก่ผู้พบเห็น ร่วมประคองค้ำชูพระศาสนาให้มีอายุยืนยาว เจริญรุ่งเรือง เพื่อหวังให้ต่อไปจะได้เป็นศูนย์กลางการอบรมสั่งสอนตามหลักแห่งพระพุทธศาสนา ให้กับนักปฏิบัติธรรมทั้งพระภิกษุสามเณร อุบาสก อุบาสิกา ที่สนใจทุกคนต่อไป</p> <p>เป็นสาขาที่ 41 ของวัดหนองป่าพง ต.โนนผึ้ง อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี</p>	หมู่บ้านไร้สมบูรณ



13. อำเภอหนองหงส์

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.0
 อาชีพรับเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอหนองหงส์ มีดังนี้

ลำดับ/ อำเภอ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	พิพิธภัณฑ เมืองฝ้าย	ก่อตั้งขึ้นปีพ.ศ.2556 ผู้ริเริ่มคือ นายทวี พยัคฆา นายกองค้การบริหารส่วนตำบลเมืองฝ้าย ด้วยความเห็นดีเห็นงามของคนในชุมชน จุดเด่นๆที่ได้แสดงไว้ในแผนผัง ได้แก่ ปราสาทคูะน้อย บริเวณคูเมืองเก่า ปล่องสะดือพญานาค ปราสาทกลางบ้าน ปราสาทตาบั้ง และวัดบ้านฝ้าย พิพิธภัณฑแห่งนี้โดดเด่นที่การออกแบบสถาปัตยกรรม ให้ตัวอาคารเป็นแบบปราสาทหิน ด้านนอกจัดสวนดอกไม้สวยงาม ด้านในจัดแสดงพระพุทธรูปและโบราณวัตถุที่มีการค้นพบตามไร่นาของตำบลเมืองฝ้าย พระพุทธรูป หลวงพ่อประทานพรองค์จำลองตั้งสถิตไว้เด่น	หมู่ 9 ตำบลเมืองฝ้าย อำเภอหนองหงส์



14. อำเภอลำปลายมาศ

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83.33
 อาชีพรับค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 56.66 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอลำปลายมาศ มีดังนี้


ลำดับ/ อำเภอ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	พิพิธภัณฑสถาน พื้นบ้านหนอง- บัวโคก	พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านหนองบัวโคก อาจารย์ทำนุ วรธงไชย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เป็นผู้ก่อตั้งขึ้น จากแรงบันดาลใจในความรักในวิถีชีวิตชุมชนอีสาน ความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณี แหล่งผลิตงาน ดินเผาหลากหลายรูปแบบ ภายในพิพิธภัณฑสถานจะรวม รวมสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆของชาวอีสาน เช่น เกวียน อุปกรณ์การทำนาสมัยโบราณ กระดุกสัตว์ ภาพวาด ต่างๆ หม้อ ไห อุปกรณ์จักรสานประเภทต่างๆ ได้จัด ไว้ให้เราได้ดูได้เรียนรู้ได้ศึกษา บรรยากาศร่มรื่น	ทางหลวงหมายเลข 226 บุรีรัมย์- ลำปลายมาศ บ้านหนองตลาดควาย ตำบลหนองบัวโคก อำเภอลำปลายมาศ

		<p>สวยงามเต็มไปด้วยพรรณไม้นานาชนิด ส่วนโซนด้านหน้ายังทำเป็นร้านอาหารและร้านกาแฟโบราณ</p> <p>http://www.painaidii.com</p> 	
--	--	---	--

15. อำเภอคูเมือง

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.33
 อาชีพรับเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 40.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอคูเมือง มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	---------------------	-----------------------	-------------

1	เฟลาเฟลิน บุติค รีสอร์ทแอนด์ เอ็ดเวนเจอร์ แคมป์	<p>โครงการเฟลาเฟลิน บุติครีสอร์ทแอนด์ เอ็ดเวนเจอร์ แคมป์ ซึ่งเป็นโครงการแรกเป็นแหล่งเรียนรู้นอกสถานที่ให้กับเด็ก ๆ บุคคลทั่วไป เพื่อพัฒนาและต่อยอดความรู้ทางด้านพันธุ์พืช ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์โลกให้กับเด็กๆและบุคคลทั่วไป ภายในมีทั้ง บุติค รีสอร์ท สถานที่จัดสัมมนา จัดทัศนศึกษาแบบพักแรมและแบบเข้าไปเย็นกลับสำหรับเยาวชน</p> <p>www.buriramguru.com</p> 	252 หมู่ 7 ต.หนองขมาร อำเภอคูเมือง
---	--	--	--

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100.0
อาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 71.42 พบว่าไม่มีแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอแคนดง

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	วัดสว่างแคนทะเล	<p>ตั้งเมื่อพ.ศ. 2483 โดยฝ่ายฆราวาส คือ นายคำยุ่นรัมย์ พร้อมด้วยทายาทภิกขาและชาวบ้าน ร่วมกับพระอำ สุภทโท เพื่อให้ชาวบ้านได้มีสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย มีเนื้อที่ 8 ไร่ 43 ตารางวา ซึ่งปัจจุบันทางวัดได้จัดซื้อที่ดินเพิ่มจำนวน 8 ไร่ เพื่อใช้เป็นสถานที่ก่อสร้างพระธาตุเมืองแคน มีอาคารเสนาสนะ ซึ่งประกอบด้วย ศาลาการเปรียญ ศาลาอเนกประสงค์ กุฏิเจ้าอาวาส กุฏิพระสงฆ์ 5 ห้อง ศาลาบำเพ็ญกุศล เมรุ โรงครัว ห้องน้ำ ห้องสุขา และอุโบสถ เป็นที่สำนักขอพระครูโสภณธรรมประสิทธิ์ เจ้าคณะอำเภอ ทางวัดได้ปรับปรุงภูมิทัศน์ของวัดให้มีความร่มรื่น เหมาะแก่การปฏิบัติธรรมของพุทธศาสนิกชน และเป็นสถานที่ดำเนินการโครงการลานบุญลานปัญญา โครงการปฏิบัติธรรมวันอาทิตย์ ซึ่งมีนักเรียน เยาวชน เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก และได้รับเลือกเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมแห่งที่ 71 ของจังหวัดบุรีรัมย์</p> 	หมู่ 6 ตำบลสระบัว

--	--	--	--

17. อำเภอนาโพธิ์

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.7 อาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 57.14 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอนาโพธิ์ มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	ศูนย์หัตถกรรม ทอผ้าไหม นาโพธิ์	ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ เป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่มีชื่อเสียงของอำเภอนาโพธิ์ เป็นสถานที่ศึกษาดูงานและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม อาทิ เช่น ผ้าไหมคุณภาพเยี่ยม เสื้อไหม กระเป๋าสตางค์ไหม เนคไทด์ไหม ผ้าพันคอ มีนางประคอง ภาสะฐิติ เป็นประธานศูนย์	9 หมู่ 13 บ้านนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์



18. อำเภอฟุทไธสง

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 11 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.72
อาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 54.54 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอฟุทไธสง มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------

1	พระเจ้าใหญ่- วัดหงส์	<p>พระเจ้าใหญ่วัดหงส์เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่ปางสมาธิ ขนาดหน้าตัก 1.6 เมตร สูง 2 เมตร สร้างด้วยศิลาแลง มีลักษณะของศิลปะพื้นเมืองปรากฏอยู่มาก ปัจจุบันประดิษฐานอยู่ที่วัดหงส์ หรือวัดศรีชะแรด ในอำเภอพุทไธสง ทุกปีในวันขึ้น 14 ค่ำ หรือวันแรม 1 ค่ำเดือน 3 จะจัดงานเฉลิมฉลองทุกปี มีชาวอำเภอพุทไธสง และจังหวัดต่างๆ ไปนมัสการกราบไหว้เป็นจำนวนมาก คำว่า "พระเจ้า" ในภาษาไทยอีสาน หมายถึง "พระพุทธรูป" ที่เรียกพระเจ้าใหญ่ หมายถึง ความยิ่งใหญ่ ความศักดิ์สิทธิ์ เพราะเป็นที่เคารพสักการะของชาวนบุรีรัมย์และประชาชนจากจังหวัดต่างๆ อย่างมาก โดยเฉพาะการสาบานและการอธิษฐาน เคยปรากฏว่าผู้ที่ผิดคำสาบานได้รับภัยพิบัติต่าง ๆ จึงได้มีผู้ไปสาบานงดเว้นอบายมุข เลิกดื่มสุรา สักการะกราบไหว้ขอให้คุ้มครองรักษาอยู่มิได้ขาด นอกจากนี้ยังได้พบพระพิมพ์รูปใบขนุน และพระพุทธรูปแกะสลักจากนอแรดที่ใต้ฐานพระเจ้าใหญ่ด้วย</p>	อำเภอพุทไธสง
---	-------------------------	--	--------------



ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------

2	บ้านท่องเที่ยว ใหม่	<p>เป็นหมู่บ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหมดีเด่น ระดับประเทศ ปี 2557 และเป็นฐาน ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปลูกหม่อนเลี้ยงไหมสู้อีทอป</p>  <p>(OTOP)</p> 	บ้านหัวสะพาน หมู่ที่ 3 ตำบลบ้านยาง อำเภอพุทไธสง
---	------------------------	--	--

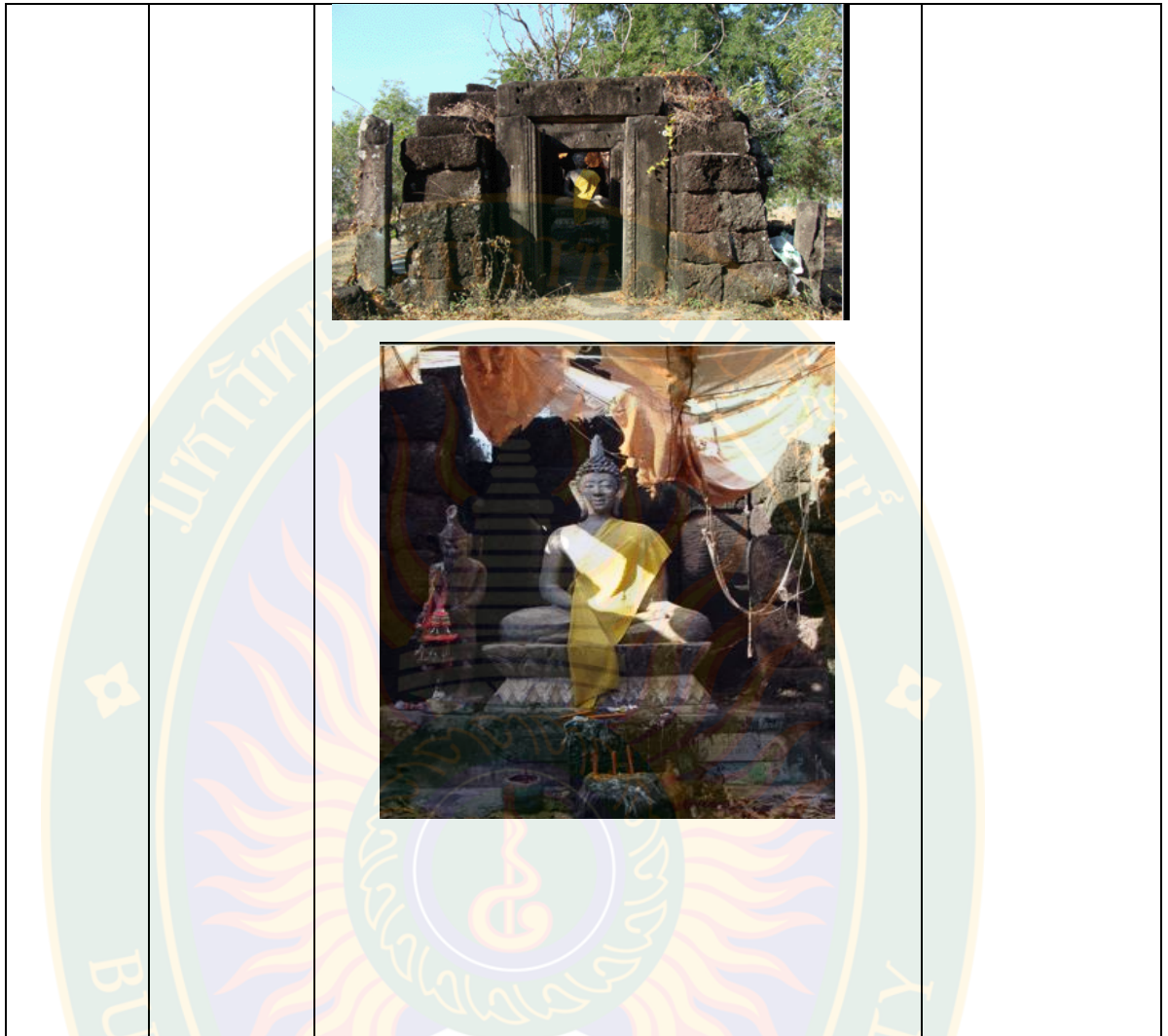
19. อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.5
 อาชีพรับค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	ปราสาทกุ-สวนแตง	ปราสาทกุสวนแตงเป็นเทวาลัยในศาสนาฮินดู สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 โดยได้รับอิทธิพลจากศิลปกรรมสมัยนครวัดเป็นโบราณสถานอีกแห่งที่ถูกวางระเบิดจนองค์ปราสาทพังทลายลงมาเพื่อโครงการรื้อฟื้นส่วนปราสาทไปขาย ภายหลังกรมศิลปากรได้บูรณะใหม่จนมีความสมบูรณ์ และประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2547 https://sites.google.com/site/buriramfotourist/attraction/home/prangkhku-swn-taeng	บ้านดอนหวาย ต.หนองแวง อ.บ้านใหม่ไชยพจน์ ริมทางหลวง หมายเลข 2061 ห่างจากตัวเมือง บุรีรัมย์ ประมาณ 74 กิโลเมตร



ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
2	คู่อาศี	เป็นศิลาแลงซึ่งวางเรียงซ้อนกัน ลักษณะวงเป็นกำแพงล้อมตัวกู๋ ภายในมีพระพุทธรูปองค์ใหญ่ และรูปปั้นอาศี ประดิษฐานอยู่ ภายในบริเวณบริเวณศิลาแลงด้านในมีต้นจำปีปลุกล้อมรอบ 7 ต้น บริเวณรอบนอกศิลาแลงด้านทิศเหนือ มีสระน้ำอยู่ขนาดเล็ก ด้านข้าง โดยเมื่อก่อนมีพระภิกษุมานำวัดที่นี่ แต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว โดยสถานที่แห่งนี้เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่นับถือของชาวบ้านในบริเวณนั้น	อ.บ้านใหม่ไชยพจน์ ห่างจากตัวเมือง บุรีรัมย์ ประมาณ 74 กิโลเมตร



20. อำเภอบ้านดำน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100.0
 อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 80.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอบ้านดำน มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------

1	วัดระหาน (วัดเกาะแก้ว ุดงคสถาน)	<p>ภายในวัดประดิษฐานพระมหาธาตุรัตนเจดีย์ เพื่อเป็นปูชนียสถานระลึกถึงองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ลักษณะขององค์พระมหาเจดีย์ เป็นศิลปะประยุกต์ร่วมสมัย ความสูง 60 เมตร มี 4 ชั้น ซึ่งสมเด็จพระสังฆนายกฝ่ายสยามวงศ์ และพระอัครมหาบัณฑิต วิมลรัตน์ะ เจ้าอาวาสวัดศรีเวฬุวนาราม ประเทศศรีลังกา ได้ประทานพระบรมสารีริกธาตุและหน่อพระศรีมหาโพธิ์ แก่พระครูเขมคุณโสภณ (หลวงปู่จันทร์แรม เขมสิริ) เมื่อปี ๒๕๔๗ ส่วนต้นพระศรีมหาโพธิ์ได้ปลูกไว้ด้านหลังพระมหาธาตุรัตนเจดีย์ ภายในวัดเกาะแก้ว ุดงคสถาน เป็นสถานที่สงบร่มรื่น และมีนกยูงอาศัยอยู่จำนวนมาก</p> <div style="text-align: center;">   </div>	หมู่ที่ 18 บ้านระหาน ตำบลบ้านด่าน อำเภอบ้านด่าน
ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง

2	วัดกระดังทอง	<p>พระราชปัญญาวิสารัท หรือหลวงปู่เหลื่อง ฉนทาคโม เจ้าอาวาสวัดกระดังทอง อดีตเจ้าคณะจังหวัดบุรีรัมย์ (ธรรมยุต) ซึ่งพุทธศาสนิกชนรู้จักกันในนามหลวงปู่เหลื่อง วัดกระดังทอง เป็นศิษย์อาวุโสรูปหนึ่งของ หลวงปู่ดุลย์ อตุโล วัดบูรพาราม จ.สุรินทร์ หลวงปู่ฝั้น อาจาโร วัดถ้ำขาม จ.สกลนคร และพระอริยเวที (เขียน ฐิตสีโล) วัดรังสีปาลิวัน จ.กาฬสินธุ์ และหลวงพ่от่านลี ธรรมธโร วัดอโศการาม จ.สมุทรปราการ มีจริยาวัตรแบบพระผู้ติดตาม อยู่อย่างสมถะเรียบง่าย แม้ท่านจะมีตำแหน่งสูงทางโลกแต่ไม่เคยถือยศถือตำแหน่งมาอวดใครๆ</p>	<p>ตำบลบ้านด่าน อำเภอบ้านด่าน</p>
---	--------------	--	---------------------------------------



--	--	--	--

21. อำเภอกระสัง

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 26 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.9
 อาชีพรับค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 84.61 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอกระสัง มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	วัดพระพุทธชัยมงคลเฉลิมพระเกียรติ	พระพุทธชัยมงคลองค์ใหญ่และมีพระปรางค์ต่าง ๆ มากกว่า 108 ปรางค์ ให้เราได้เคารพบูชา เพิ่มความสวยงามและศรัทธาที่ยิ่งใหญ่ อีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวของคนบุรีรัมย์	ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง



22. อำเภอยะรัง

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.5
อาชีพรับค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอยะรัง มีดังนี้

ลำดับ/ อำเภอ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-----------------	-------------------------	-----------------------	-------------



1	พุทธมณฑล วัดบ้านตาเสา	<p>ความสูงขององค์พระสูงประมาณ 14 เมตร 29 เซ็นติเมตร ได้นามว่า สมเด็จพระพุทธ สมณโคดมบรมมศาสดา จะสังเกตว่าองค์จำลองจะเล็กกว่าพระที่พุทธมณฑลที่นครปฐมประมาณ 1 เมตร โดยขณะนี้ในส่วนขององค์พระเสร็จเรียบร้อยแล้ว สำหรับบริเวณรอบๆ ด้านล่าง ทางวัดได้จัดเตรียมสถานที่เพื่อเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นอีกด้วย เป้าหมายในการจัดสร้างองค์พระแห่งนี้ เพื่อให้ประชาชนชาวอีสานที่ไม่สามารถเดินทางไปกราบไว้องค์จริงได้ที่พุทธมณฑลสามารถกราบไหว้ที่นี้แทน และที่สำคัญเป็นแห่งเดียวแห่งแรกในภาคอีสาน ที่ได้จัดสร้างพระพุทธรูปขนาดใหญ่เพื่อให้ชาวพุทธผู้มีจิตศรัทธา ได้ กราบไหว้ของพร เพื่อเป็นสิริมงคล</p> <p>www.buriramguru.com</p>  	ตำบลตาเสา อำเภอห้วยราช
---	--------------------------	--	---------------------------


ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------

2	บ้านสวนนอก	<p>หมู่บ้านวัฒนธรรมสวนนอก โดยรอบของหมู่บ้านจะเป็นเทือกสวน ไร่นา และ ลักษณะของชุมชนยังคงวิถีชีวิตแบบอิงธรรมชาติ บ้านส่วนใหญ่สร้างจากไม้ และ บางส่วนยังคงคนเป็นบ้านแบบใต้ถุนสูง พร้อมกับเลี้ยงวัวควาย ไร่ใต้ถุนบ้าน และเมื่อไม่นานมานี้ยังได้เปิดตัวรถกระสวยอวกาศที่มีเพียงแห่งเดียวในโลก สร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวสามารถที่ได้ขึ้นเที่ยวบินพิเศษนี้ ไปชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน รถหน้าต่างสุดแปลกที่มีด้านหน้าเหมือนเครื่องบิน แต่ส่วนท้ายเหมือนยานอวกาศที่เห็นนี้ คือรถกระสวยอวกาศของชุมชนสวนนอก</p>	<p>หมู่ 2 ตำบลสวน อำเภอห้วยราช</p>
---	------------	---	--



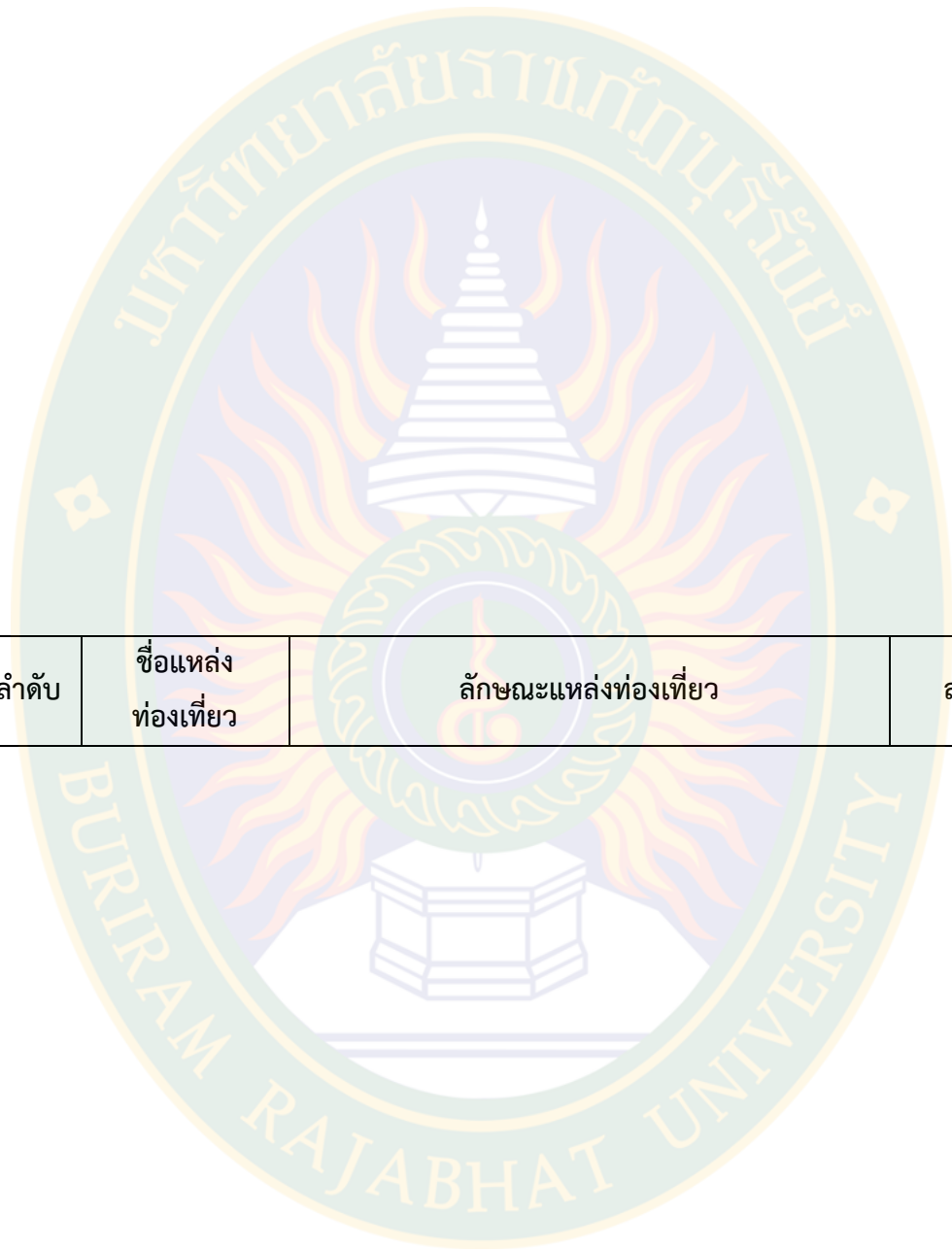
23. อำเภอสตึก

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.5
 อาชีพรับค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอสตึก มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
1	คัมภีร์บ้านดิน ฟาร์ม	<p>เริ่มจาก สร้างบ้านด้วยวัสดุที่มีในท้องถิ่น เช่นดิน ไม้ ใผ่ หรือผสมผสาน ผลิตอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ปลอดภัย สะอาด สร้างงานในสวนเพื่อก่อให้เกิดรายได้ เปิดให้บริการอาหาร ที่พัก เที่ยบสงบ พร้อมกิจกรรมปั่นจักรยาน ถ่ายรูป ดูนก วาดภาพ ปั่นบ้านดิน ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ สำหรับท่านที่อยากสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน ขอเชิญมาท่องเที่ยวที่ คัมภีร์บ้านดิน ฟาร์ม</p>  <p>www.buriramguru.com</p>	ถนน บ้านสนามชัย- บ้านแสงใจ ตำบลสนามชัย

--	--	--	--

ลำดับ	ชื่อแหล่ง ท่องเที่ยว	ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง
-------	-------------------------	-----------------------	-------------



2	ประเพณีแข่ง- เรือยาว	<p>การแข่งขันเรือยาวประเพณีซึ่งถ้ายพระราชทานฯ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นประเพณีดั้งเดิมของชาวบ้านในแถบบริเวณแม่น้ำมูล อำเภอสตึก ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2480 ด้วยเดิมชาวอำเภอสตึก อาศัยอยู่ริม 2 ฝั่งแม่น้ำมูลซึ่งมีเรือเป็นพาหนะสัญจรและเป็นการคมนาคมที่สำคัญที่สุดในด้านการทำการเกษตรกรรม ธุรกิจการค้า รวมถึงการดำเนินชีวิตประจำวัน จึงมีความผูกพันกับสายน้ำแห่งนี้หลังฤดูการทำนาชาวบ้านจะนำเรือมาแข่งขันกันเพื่อสร้างความรัก ความสามัคคีเรือยาวมาจนปัจจุบัน ในงานจะมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย</p>	ลำน้ำมูล บริเวณ หน้าที่ว่าการ อำเภอสตึก
---	-------------------------	---	---



คำถามการวิจัยข้อที่ 2 การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงานอย่างไร คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำกับข้อมูลทั้งสองส่วน สำหรับฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวนิยมออกแบบและจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลประเภทจุด โดยข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนฐานข้อมูลเชิงบรรยายจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลตาราง ซึ่งสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ อาทิ ค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ สถานที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) ประวัติความเป็นมา รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ฯลฯ

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ทำได้อย่างไร คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

การแสดงผลข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สามารถกระทำได้ 2 วิธี คือ การนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ (Hardcopy) และการนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Softcopy) สำหรับการนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นรูปแบบการนำเสนอแผนที่ที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีต แผนที่ที่นำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการแสดงผลแบบถาวรและสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเสนอแผนที่ผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์สามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้ สามารถปรับแก้เนื้อหาได้สะดวก โดยเฉพาะแผนที่บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าถึงแผนที่และใช้ประโยชน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแผนที่ผ่านอินเทอร์เน็ตก็ยังมีข้อจำกัดอีกหลายประการ อีกทั้งข้อจำกัดในการนำไปใช้ในภาคสนาม แม้ปัจจุบันจะมีการพัฒนาคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทให้มีขนาดเล็กและสามารถพาได้สะดวกก็ตาม (รัศมี สุวรรณวีระกำธร, 2549)

วิธีการดำเนินการ

ขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และการแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำทั้ง สองส่วน

1.1 สำรวจพื้นที่เพื่อบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ตลอดจนทำการบันทึกค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวด้วยเครื่อง GPS รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่

ท้องที่ของแต่ละแห่งจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลเชิงบรรยาย ขณะที่ค่าพิกัดตำแหน่งที่บันทึกด้วยเครื่อง GPS จะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่

1.2 กรณีฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ ค่าพิกัดตำแหน่งที่ถูกบันทึกด้วยเครื่อง GPS จะถูกนำเข้าสู่ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อนำไปใช้ในการสร้างฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ โดยข้อมูลค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ท้องที่แต่ละแห่งจะถูกสร้างเป็นชั้นข้อมูลประเภทจุด ข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท้องที่แต่ละแห่ง จากนั้นชั้นข้อมูลสถานที่ท้องที่แต่ละแห่งจะถูกนำไปซ้อนทับกับแผนที่ฐาน (Base Map) อาทิ ชั้นข้อมูลขอบเขตตำบล ขอบเขตอำเภอและขอบเขตจังหวัด ฯลฯ โดยข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาแผนที่บนเว็บไซต์ต่อไป

1.3 กรณีฐานข้อมูลเชิงบรรยาย เมื่อได้ชั้นข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท้องที่แต่ละแห่งที่นำเข้าจากข้อมูลที่บันทึกด้วยเครื่อง GPS แล้ว ชั้นข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลเชิงบรรยาย ซึ่งมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบของข้อมูลตาราง โดยข้อมูลตารางจะใช้ในการจัดเก็บรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของสถานที่ท้องที่ ค่าพิกัดตำแหน่ง ที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท้องที่

2. การแสดงผลข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ การแสดงผลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์จะอาศัยการแสดงผลในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การแสดงผลข้อมูลผ่านแผนที่ออนไลน์และการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อแสดงผลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์

2.2 การแสดงผลข้อมูลผ่านแผนที่ออนไลน์ ชั้นข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท้องที่แต่ละแห่งที่ได้จากการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จะถูกแปลงให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์นามสกุล *.kml และจะถูกนำเข้าสู่ Google Map ซึ่งเป็นบริการแผนที่ออนไลน์ที่สามารถแสดงผลข้อมูลแผนที่ฐานและชั้นข้อมูลจากระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ได้ นอกจากนี้ ข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท้องที่แต่ละแห่งที่ถูกนำเข้าสู่แผนที่ออนไลน์ สามารถทำการปรับแก้และเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท้องที่แต่ละแห่งได้

2.2 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ เมื่อได้แผนที่ออนไลน์แล้ว แผนที่ดังกล่าวจะถูกนำไปแสดงผลผ่านเว็บไซต์ โดยการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์จะอาศัยบริการเว็บสำเร็จรูป WordPress ซึ่งเป็นบริการเว็บสำเร็จรูปแห่งหนึ่งที่มีความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ตลอดจนสามารถทำการปรับแต่งรายละเอียดได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ เว็บไซต์ดังกล่าวสามารถทำการสืบค้นผ่าน Search Engine อาทิ Google ได้สะดวกและสามารถเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท้องที่ได้อย่างดี สำหรับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบสำเร็จรูปนั้น

สามารถทำการออกแบบและเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Template) ที่มีความเหมาะสมต่อการแสดงผลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

4.1.2 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์

จากคำถามปลายเปิด ชุมชนของท่านควรปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามตอบไปในทิศทางเดียวกันว่า

1. ต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ไม่ใช่มาเฉพาะฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้น เพราะหากนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจะทำให้ชุมชนมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และไม่ต้องออกไปหางานทำนอกชุมชน
2. ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวทันสมัย
3. ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้สะอาด มีความปลอดภัย
4. มีป้อมเจ้าหน้าที่ตำรวจรักษาความปลอดภัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง โครงการวิจัยและพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ คณะผู้วิจัยขอแนะนำเสนอผลการดำเนินงาน สรุปผลการวิจัย ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 5.1 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย
- 5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา
- 5.3 เครื่องมือในการวิจัย
- 5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 5.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 5.6 การนำเสนอข้อมูล
- 5.7 สรุปผลการศึกษา
- 5.8 อภิปรายผล
- 5.9 ข้อเสนอแนะ

5.1 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 5.1.1 เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์
- 5.1.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
- 5.1.3 เพื่อแสดงข้อมูลการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,573,438 คน (กรมการปกครอง : 2556) กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 1,384,398 คน โดยใช้ตารางของ ทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แล้วทำการสุ่มไปตามอำเภอต่าง ๆ ตามสัดส่วน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ดังนี้

อำเภอ	จำนวนประชากร อายุ 15 ปีขึ้นไป	สัดส่วน
1. เมือง	148,802	43
2. พลับพลาชัย	23,304	7
3. ประโคนชัย	108,523	32
4. บ้านกรวด	35,412	10
5. ละหานทราย	16,729	5
6. โนนดินแดง	15,917	5
7. ปะคำ	33,814	10
8. นางรอง	80,653	23
9. หนองกี่	49,787	14
10. ชำนิ	30,789	9
11. เฉลิมพระเกียรติ	10,663	3
12. โนนสุวรรณ	18,392	5
13. หนองหงส์	31,295	9
14. ลำปลายมาศ	103,080	30
15. คูเมือง	52,115	15
16. แคนดง	23,496	7
17. นาโพธิ์	26,312	7
18. พุทไธสง	38,157	11
19. บ้านใหม่ไชยพจน์	20,185	6
20. บ้านด่าน	16,547	5
21. กระสัง	88,208	26
22. ห้วยราช	28,099	8
23. สตึก	86,847	25

	รวม	400
--	-----	-----

ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2556).

5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม

เชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และใช้การสนทนากลุ่มย่อย

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน

ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้จัดทำ ดังนี้

1. คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในชุมชนด้วยตนเอง โดยส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ รับคืน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
2. นำแบบสอบถามทุกฉบับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ คัดแยกเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่สมบูรณ์และส่วนที่ไม่สมบูรณ์ นำส่วนที่สมบูรณ์มาประมวลผล

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บข้อมูลจริงทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัย จะดำเนินการ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำมาแจกแจงความถี่และนำมาเสนอเป็นค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอ โดยนำผลมาแจกแจงความถี่แล้วนำเสนอเป็นค่าร้อยละ
3. รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา

(Content Analysis)

5.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha-Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด. 2545)

2. ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยในการอธิบายข้อมูล
3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จะนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลแวดล้อมอื่น ๆ ในลักษณะการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

5.7 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการบรรยายสรุป

5.8 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล

ผลการศึกษา อภิปรายผล จากคำถามข้อที่ 1 จังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวที่โด่งดังจากคำถามข้อที่ 1 สรุปเป็นรายอำเภอได้ดังนี้

อำเภอเมือง มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. ศาลหลักเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ 2. สวนอุทยานเขากระโดง 3. วัดกลางพระอารามหลวง 4. ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ 5. สนามไอโมบาย 6. บุรีรัมย์คาสเซิล 7. วัดป่าเขาน้อย 8. อ่างเก็บน้ำห้วยตลาดและสวนนก 9. ถนนคนเดิน 10. สวนน้ำ Play Park Buriram

อำเภอลำปลายมาศ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. ปราสาทหินเมืองต่ำ 2. ปราสาทบ้านบุ 3. พระพุทธประโคนชัยมหาพิมพ์มณฑล 4. สิริญา ปาร์ค

อำเภอบ้านกรวด มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. แหล่งหินตัด 2. แหล่งเตาเผาโบราณ 3. ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอบ้านกรวด 4. เขื่อนห้วยเมฆา 5. ช่องโอบก

อำเภอละหานทราย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. วัดป่าละหานทราย 2. แหล่งหินหลุม

อำเภอโนนดินแดง มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. อนุสาวรีย์เราสู้ 2. เขื่อนลำนางรอน 3. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าละเมาะ 4. ปราสาทหนองหงส์

อำเภอปะคำ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ ปราสาทวัดโคกจิว

อำเภอนางรอง มีแหล่งท่องเที่ยว คือ อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม

อำเภอหนองกี่ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ หาดปราสาททอง

อำเภอขามเฒ่า มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สำนักสงฆ์พุทธศิวาลัย

อำเภอเฉลิมพระเกียรติ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง 2. วัดเขาพระอังคาร

อำเภอโนนสุวรรณ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดป่าสิริสมบูรณ์

อำเภอหนองหงส์ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเมืองฝ้าย

อำเภอลำปลายมาศ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านหนองบัวโคก

อำเภอคูเมือง มีแหล่งท่องเที่ยว คือ เพลาเพลินบุตติศรี สอร์ทแอนด์เอดเวนเจอร์แคมป์

อำเภอแคนดง มีแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดสว่างแคนทะเล

อำเภอนาโพธิ์ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ ศูนย์หัตถกรรมทอผ้าไหมนาโพธิ์

อำเภอพุทไธสง มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. พระเจ้าใหญ่วัดหงส์ 2. บ้านท่องเที่ยวไหม

อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. ปรางค์ภูสวนแตง 2. ภูถ้ำ

อำเภอบ้านด่าน มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. วัดระหาน (เกาะแก้วจุดคงศสถาน) 2. วัดกระดังงา

อำเภอกระสัง มีแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดพระพุทธชัยมงคลเฉลิมพระเกียรติ

อำเภอห้วยราช มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. พุทธมณฑลวัดบ้านตาเสา 2. หมู่บ้าน

วัฒนธรรมสวนนอก และอำเภอสตึก มีแหล่งท่องเที่ยว คือ 1. คัมภีร์บ้านดินฟาร์ม 2. ประเพณีแข่งเรือยาว

ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกับแนวความคิดของ นิคม จารุมณี. (2544 : 58-67) ที่กล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้มนุษย์ตัดสินใจที่จะเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกได้ 3 ประการ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Attractions) เกิดจากสภาพแวดล้อมตามท้องถิ่นนั้นได้แก่ ภูเขา น้ำตก ทะเล ปะการังและธรรมชาติใต้ทะเล ทะเลสาบ เกาะ แก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน ห้วย หนอง คลอง บึง อุทยานแห่งชาติ สวนรุกขชาติ สวนสัตว์เปิด เป็นต้น สภาพทั่วไปประกอบด้วยสภาพภูมิอากาศ (Climate) เช่นสายลมพัดเย็นสบาย แสงแดดอ่อน ๆ ริมคลองในชนบท ชมท้องฟ้าเปิดกว้างริมชายทะเล อากาศเย็นสบายในภาคเหนือช่วงฤดูหนาว ทิวทัศน์ที่สวยงาม (Scenery) บรรยากาศในชนบท เช่น ชมทุ่งดอกบัวตอง ไร่สตอเบอร์รี่ ชมไร่ชา ไร่ส้ม และชมสัตว์ป่า (Wildlife) การชมวิถีชีวิตสัตว์ป่าเป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน น่าตื่นเต้นเร้าใจ เช่น การตกปลา ส่องสัตว์ ดูนก นับว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติในจังหวัดบุรีรัมย์ อาทิ วนอุทยานเขากระโดง วัดป่าเขาน้อย อ่างเก็บน้ำห้วยตลาดและสวนนก เขื่อนห้วยเมฆา เขื่อนลำนางรอง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าละเมาะร้อยรู อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม หาดปราสาททอง เป็นต้น

2. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions) เป็นสิ่งที่มนุษย์คิดสร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพราะว่าในเมืองท่องเที่ยวต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าตื่นเต้นน่าสนใจเข้าไปเยี่ยมชม ซึ่งสถานที่เช่นนี้จะมีกิจกรรมมีความเคลื่อนไหวตลอดทั้งปี มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง มีสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่ มีสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน สถานที่ที่รัฐบาลก่อสร้างขึ้นเป็นพระราชวัง พิพิธภัณฑสถาน อาคารเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าติดตาม ศูนย์การค้า สวนสาธารณะ โรงละคร ชมการแข่งขันกีฬา ชมกิจกรรมบันเทิง เช่น การแสดงมหรหรรคมดนตรี บ่อนการพนันที่ถูกต้องตามกฎหมายหรือได้รับอนุญาตให้ดำเนินการได้ตามกฎหมายของบ้านเมือง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในจังหวัดบุรีรัมย์ อาทิ สนามไอโมบายบุรีรัมย์คาสเซิล ถนนคนเดิน สวนน้ำ Play Park สิริญา ปาร์ค เขื่อนห้วยเมฆา เขื่อนลำนางรอง อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม หาดปราสาททอง สำนักสงฆ์พุทธศิวลาภุมานฟ้า เพลาเพลินบุติศรีรีสอร์ทแอนด์เอด์เวนเจอร์ แคมป์ ศูนย์หัตถกรรมผ้าไหมนาโพธิ์ บ้านท่องเที่ยวไหม หมู่บ้านวัฒนธรรมสวนนอก คัมภีร์บ้านดินฟาร์ม ประเพณีแข่งเรือยาวอำเภอสตึก เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและวิถีชีวิต (Cultural Attractions) เป็นการสนใจศึกษาถึงความเจริญรุ่งเรืองแห่งอารยธรรมในอดีต พิธีกรรม ความเชื่อ ศิลปะการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ดนตรี การรำ รำ การละเล่นเพลงพื้นบ้าน งานประเพณี งานหัตถกรรม สินค้าพื้นเมืองและ

แหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง กำแพงเมือง ชุมชนโบราณ เป็นต้น แหล่งแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและวิถีชีวิตในจังหวัดบุรีรัมย์ เช่น เขาระโดง วัดกลางพระอารามหลวง ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ ถนนคนเดิน วัดป่าเขาน้อย วัดโคกขมิ้น ปราสาทหินเมืองต่ำปราสาทบ้านบุ พระพุทธประโคนชัยมหามิ่งมงคล แหล่งหินตัดบ้านกรวด แหล่งเตาเผาโบราณ ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอบ้านกรวด ซ่องโอบก แหล่งหินหลุม วัดป่าละหานทราย ปราสาทหนองหงส์ ปราสาทวัดโคกจิว สำนักสงฆ์พุทธศิวาลัย วัดเขาพระอังคาร อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง วัดป่าสิริสมบูรณ พิพิธภัณฑสถานเมืองฝ้าย วัดสว่างแคนทะเล พิพิธภัณฑสถานหนองบัวโคก ศูนย์หัตถกรรมผ้าไหมนาโพธิ์ พระเจ้าใหญ่วัดหงส์ บ้านท่องเที่ยวไหม ปรangkู่สวนแตง กู่ถาชี วัดระหาน (วัดเกาะแก้วจุดคงคสถาน) วัดกระดังทอง วัดพระพุทธชัยมงคล เฉลิมพระเกียรติ พุทธมณฑลบ้านตาเสา หมู่บ้านวัฒนธรรมสวนนอก ประเพณีแข่งเรือยาวอำเภอสตึก เป็นต้น

คำถามข้อที่ 2 การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงานอย่างไร

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำกับข้อมูลทั้งสองส่วน สำหรับฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวนิยมออกแบบและจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลประเภทจุด โดยข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนฐานข้อมูลเชิงบรรยายจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลตาราง ซึ่งสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ อาทิ ค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ สถานที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) ประวัติความเป็นมา รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ฯลฯ ข้อมูลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมรัตน์ พูลสวัสดิ์. (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ และมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบเชิงวัตถุ (Object Oriented Analysis and Design) และพัฒนาในรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web Application) ซึ่งงานวิจัยนี้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) ส่วนของผู้ดูแลระบบที่สามารถบริหารจัดการข้อมูลรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว โดยนำ Google Map API เข้ามาช่วยในการระบุพิกัดและตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการบันทึกและแสดงผลข้อมูล
- 2) ส่วนของสมาชิกทั่วไป ที่สามารถเลือกค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีการแสดงผลข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของสถานที่เที่ยวนั้น รวมถึงแสดงพิกัดและตำแหน่งที่ตั้ง

ของสถานที่นั้นผ่านทาง Google Map API และสามารถแสดงความคิดเห็นต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้

คำถามข้อที่ 3 การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ทำได้อย่างไร

การแสดงผลข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สามารถกระทำได้ 2 วิธี คือ การนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ (Hardcopy) และการนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Softcopy) สำหรับการนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นรูปแบบการนำเสนอแผนที่ที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีต แผนที่ที่นำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการแสดงผลแบบถาวรและสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเสนอแผนที่ผ่านหน้าจอกอมพิวเตอร์ สามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้ สามารถปรับแก้เนื้อหาได้สะดวก โดยเฉพาะแผนที่บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าถึงแผนที่และใช้ประโยชน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแผนที่ผ่านอินเทอร์เน็ตก็ยังมีข้อจำกัดอีกหลายประการ อีกทั้งข้อจำกัดในการนำไปใช้ในภาคสนาม แม้ปัจจุบันจะมีการพัฒนาคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทให้มีขนาดเล็กและสามารถพาได้สะดวกก็ตาม (รัชมี สุวรรณวีระกำจร, 2549) วิธีการดำเนินการ ขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และการแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1.การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงต้องกระทำทั้งสองส่วน 1.1 สำรวจพื้นที่เพื่อบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ตลอดจนทำการบันทึกค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวด้วยเครื่อง GPS รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลเชิงบรรยาย ขณะที่ค่าพิกัดตำแหน่งที่บันทึกด้วยเครื่อง GPS จะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ 1.2 กรณีฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ ค่าพิกัดตำแหน่งที่ถูกบันทึกด้วยเครื่อง GPS จะถูกนำเข้าสู่ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อนำไปใช้ในการสร้างฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ โดยข้อมูลค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะถูกสร้างเป็นชั้นข้อมูลประเภทจุด ข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จากนั้นชั้นข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะถูกนำไปซ้อนทับกับแผนที่ฐาน (Base Map) อาทิ ชั้นข้อมูลขอบเขตตำบล ขอบเขตอำเภอและขอบเขตจังหวัด ฯลฯ โดยข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาแผนที่บนเว็บไซต์ต่อไป 1.3 กรณีฐานข้อมูลเชิงบรรยาย เมื่อได้ชั้นข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่นำเข้ามาจากข้อมูลที่บันทึกด้วยเครื่อง GPS แล้ว ชั้นข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนา

ฐานข้อมูลเชิงบรรยาย ซึ่งมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบของข้อมูลตาราง โดยข้อมูลตารางจะใช้ในการจัดเก็บรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ค่าพิกัดตำแหน่ง ที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ จังหวัด) รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว 2. การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์ผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ การแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์จะอาศัยการแสดงผลในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การแสดงผลข้อมูลผ่านแผนที่ออนไลน์และการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ 2.1 การแสดงผลข้อมูลผ่านแผนที่ออนไลน์ ชั้นข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ได้จากการออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จะถูกแปลงให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์นามสกุล *.kml และจะถูกนำเข้าสู่ Google Map ซึ่งเป็นบริการแผนที่ออนไลน์ที่สามารถแสดงผลข้อมูลแผนที่ฐานและชั้นข้อมูลจากระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ได้ นอกจากนี้ ข้อมูลตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ถูกนำเข้าสู่แผนที่ออนไลน์ สามารถทำการปรับแก้และเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งได้ 2.2 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ เมื่อได้แผนที่ออนไลน์แล้ว แผนที่ดังกล่าวจะถูกนำไปแสดงผลผ่านเว็บไซต์ โดยการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์จะอาศัยบริการเว็บสำเร็จรูป WordPress ซึ่งเป็นบริการเว็บสำเร็จรูปแห่งหนึ่งที่มีความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ตลอดจนสามารถทำการปรับแต่งรายละเอียดได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ เว็บไซต์ดังกล่าวสามารถทำการสืบค้นผ่าน Search Engine อาทิ Google ได้สะดวกและสามารถเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สำหรับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบสำเร็จรูปนั้นสามารถทำการออกแบบและเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Template) ที่มีความเหมาะสมต่อการแสดงผลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต และ จักรกฤษณ์ เสน่ห์ นมะหุต. (2557). ได้ทำการวิจัย เรื่อง ระบบบริหารการจัดการข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเว็บ แอปพลิเคชัน พบว่า ศักยภาพในการบริหารการจัดการในการให้บริการข้อมูลท่องเที่ยว นั้นยังคงต้องมีการแก้ไขปรับเปลี่ยนให้เข้ากับเทคโนโลยีปัจจุบัน เช่น ทำให้สามารถตอบสนองผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ซึ่งในปัจจุบันนี้ ไม่มีการบริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและวิสาหกิจ การบริการให้ครบถ้วนทันสมัย ข้อมูลการบริการ เช่นแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกต่างๆที่เปิดการให้บริการ ขาดการประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมาก บางแห่งยังไม่มี การจัดทำประชาสัมพันธ์ที่ดีเพียงพอ หรือไม่มีการประชาสัมพันธ์ใดๆ เลย เป็นผลให้นักท่องเที่ยว อาจจะไม่ไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากขาดข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดทำ การประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ อาจจะไม่คุ้มค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ซึ่งร้านค้า หรือ องค์กรทางธุรกิจ หรือหน่วยงานบางแห่ง ไม่สามารถจัดทำในส่วนนี้ได้เพราะปัญหาด้านงบประมาณ อีกทั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเว็บไซต์ไม่มากนัก จึงอาจทำให้เกิดการเสีย

โอกาสในการประชาสัมพันธ์ จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบบริหารการจัดการบริการข้อมูลท่องเที่ยว ผ่าน Web Application และจัดทำเพิ่มเพลตของเว็บไซต์ โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางการจัดทำเว็บไซต์มาก ก็สามารถที่จะจัดทำเว็บเพจของหน่วยงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว หรือองค์กรทางด้านธุรกิจของตนเองได้ง่ายขึ้น และ สะดวกสบายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและฟื้นฟูด้านการท่องเที่ยว จากการช่วยอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลการท่องเที่ยว อีกทั้งได้นำระบบที่พัฒนานี้ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับงานวิจัยของ จักรกฤษณ์ เสน่ห์ (สุรางค์รัตน์ เขาวีโคกสูง และ จักรกฤษณ์ เสน่ห์, 2552) ในการเชื่อมโยงเส้นทางการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ให้บริการต่างๆ ภายใน เขตภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย จังหวัด พิชณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ และ อุตรดิตถ์ซึ่งทำให้สามารถสามารถทราบแผนการเดินทาง และยังสามารถรับบริการข้อมูลการบริการที่ปักโดยตรงในรูปแบบ Real-Time ทำให้วางแผนการเดินทางได้หลายทางเลือกตามความต้องการ ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถ เป็นต้นแบบในการขยายผลสู่ภูมิภาคอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

5.9 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยและพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศ ภูมิศาสตร์ จากข้อมูลที่ค้นพบ ชุมชนมีความสนใจเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ต้องการได้รับความรู้และสามารถใช้งานได้ ต้องการได้รับบริการฟรีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ต้องการให้มีศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่มีข้อมูลจำนวนมาก และมีความหลากหลาย

บรรณานุกรม

- ชูสิทธิ์ ชูชาติ . (2542). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่ : โปรแกรมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- นิคม จารุมณี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- นิพนธ์ เชื้อเมืองพาน. (2542). **แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา : วนอุทยานภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีการบริการสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณรงค์ พลธิ์รักษ์. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก: ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด**. ชลบุรี : คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นำชัย ทนผล. (2540). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : แนวคิดและวิธีการ**. เชียงใหม่ : คณะธุรกิจเกษตรมหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). **การจัดการธุรกิจนำเที่ยว**. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- . (2543). **การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- . (2544). **การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เปรมรัตน์ พูลสวัสดิ์. (2557). **การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- พิพัทธ์ เรืองแสง. (2557). **ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ผ่านอินเทอร์เน็ต**. ขอนแก่น : ศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รัศมี สุวรรณวีระกำจร. (2549). **ภูมิสารสนเทศขั้นแนะนำ**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ลักขณา สตะเวทิน. (2547). **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้าพรินต์.
- ลัดดาวลัย วัฒนเสถียร. (2544). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรม ส่งเสริม**

- อุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิทยานิพนธ์
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
วัฒน์วงศ์ รัตนวราท, และ ธนัช สุขวิลาเสรี. (2557). **วิศวกรรมสำรวจ**. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. (2549). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วัลย์พร สาคริก. (2545). **การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน**. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตร มหาบัณฑิต บัณฑิต วิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ภูมิสารสนเทศเพื่อการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2557). **เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศขั้นต้น รุ่นที่ 4**. ขอนแก่น: ศูนย์ภูมิภาค
เทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สรรค์ใจ กลิ่นดาว. (2555). **แนวคิดและวิธีการจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
โอเดียนสโตร์.
- สุพิชชา โชคกิจรุ่งเรือง.(2546). **ภาพลักษณ์ที่พึงจังหวดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยว**
นครปฐม : สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สุรางค์รัตน์ เชาวโคกสูง และจักรกฤษณ์ เสน่ห์. (2554). **การพัฒนาระบบบริการข้อมูลการ**
ท่องเที่ยวและแนะนำกำหนด การท่องเที่ยวด้วยการแสดงผลในลักษณะระบบสารสนเทศ
ภูมิศาสตร์. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 2 (1), 31-45.
- สุรัชย์ รัตนเสริมพงศ์. (2553). **ความก้าวหน้าเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ**. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม
2557, จาก [http://kmcenter.rid.go.th/kmc14/gis_km14/gis_km14\(43\).pdf](http://kmcenter.rid.go.th/kmc14/gis_km14/gis_km14(43).pdf).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). **ลุ่มลึกการตลาด**. กรุงเทพฯ: Good Communication.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์., ดิเรก ศรีสุโข. (2537). **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสม**
สำหรับการวิจัย . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาศิรา ราชเวียง และวีรวัฒน์ เฟื่องช่วย (2557) **การพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อส่งเสริม**
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ประชาคม อาเซียน จังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคล.

- อำนาจ วีรวรรณ. (2540). การแก้วิกฤติการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร. ใน พรทิพย์ พิมลสินธ์. (บก.). **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์ภาพพจน์**. กรุงเทพฯ: คณะวารสาร ศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Berlo, David K.(1960). **The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice**. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Bryson, Lyman. (1964). **The Communication of Ideas, A Series of Addresses**. New York: Cooper Square.
- Balmer, John M.T. & Greyser, Stephen A. (2004). **Revealing the corporation**. NY: Routledge.
- Barnes, James G. (2000). **Secrets of customer relationship management**. NY: McGraw- Hill.
- Belch, George E. & Michael, A. Belch. (2004). **Advertising and promotion**. NY: McGraw-Hill.
- Bernays, Edward L. (1961). **Your future in public relations**. NY: Richard Rosen.
- Burkart, A.J. (1975) **The Management of Tourism**. London: Heinemann.
- Campbell, J., & Shin, M. (2014). **Geographic Information Systems for Today and Beyond**. Retrieved December 10, 2014, from http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/3798?e=campbell_1.0-ch01_s03#.
- EcoSpatial. (2014). **Introduction to GIS**. Retrieved April 10, 2014, from <http://ecospatial.info/gis-training-courses/>.
- Lasswell, Harold D. “**The structure and Function of Communication in Society.**” **The Communication of Ideas**. Lyman Bryson ed. New York : Harper & Brothers, 1984. อ้างใน ประมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : จำรัสการพิมพ์.
- Jenkins, Frank. (1982). **Public relations made simple**. London : Heinemann.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management**. NJ: Prentice-Hall.
- Ocean Teacher Library. (2012). **Comparison of Raster and Vector Methods**. Retrieved March 10, 2012, from <http://library.oceanteacher.org/OTMediawiki/>

[index.php/Geographic_Information_System_Data_Models](#).

Schultz, Don E, Tannenbaum, S. I, & Lauterborn, R.F. (1993). **Integrated marketing communications**. Lincolnwood; IL: NTC Business Books.

Van Riel, C.B.M. (1995). **Principle of corporate communication**. Boston, UK: Prentice Hall.



ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล นางสาวสายใจ ทันการ (Miss Saijai Tangarn)
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 36799 00101 83 8
3. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e – mail)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
โทรศัพท์ 044-611-221 ต่อ 173 โทรสาร 044-621-204
โทรศัพท์มือถือ 084-5159561
E – mail : saijai@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์)
ปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์)
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
การท่องเที่ยว การบริหารจัดการ
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย
 - 7.1 การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอีสานใต้ พ.ศ. 2550 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
 - 7.2 การศึกษาวิจัยและพัฒนาระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของชุมชนในเขตลุ่มน้ำห้วยจรเข้มาก จังหวัดบุรีรัมย์ พ.ศ.2557 แหล่งทุน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
 - 7.3 ศึกษาความต้องการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ที่มี ต่อการมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาการศึกษาและให้ความรู้แก่ประชาชนผ่านโทรทัศน์ดาวเทียมช่องบุรีรัมย์ทีวี พ.ศ.2557 แหล่งทุน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
 - 7.4 การเตรียมความพร้อมของสาขาวิชาการสื่อสารมวลชนในการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเครือข่ายนิเทศศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พ.ศ.2558 แหล่งทุน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



ภาคผนวก