

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องอย่างไม่หยุดยั้ง โดยเฉพาะหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ช่วงคริสต์ศักราช 1945 เป็นต้นมา จนกระทั่งปัจจุบันจะเห็นได้อย่างเด่นชัดว่าหลายประเทศได้จัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบโดยมุ่งใช้การท่องเที่ยวเป็นเสมือนเครื่องมือหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการลงทุนในภาคธุรกิจต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่น ธุรกิจคมนาคม ที่พักแรม ภัตตาคาร-ร้านอาหาร ของที่ระลึก และธุรกิจบริการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอื่นๆ อันเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศที่สามารถช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ และยังสามารถก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับประชากรในประเทศ และสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล จนทำให้เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าการท่องเที่ยวนั้นสามารถนำไปพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนั้นๆ ให้เจริญก้าวหน้าได้อย่างแท้จริง และจากการที่แต่ละประเทศต่างมุ่งใช้การท่องเที่ยวเป็นเสมือนเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคม จึงทำให้การท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวและเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว จนเป็นระบบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยิ่งใหญ่และมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของนานาประเทศทั่วโลกไปแล้ว นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเกิดการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง และจะทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในทศวรรษต่อไป และจากการศึกษาภาพรวมของสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกโดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization:WTO) โดยได้สรุปไว้ว่า การท่องเที่ยวของโลกได้เติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอและมีความต่อเนื่องโดยเฉลี่ยจากการเดินทางท่องเที่ยวของประชากรโลกในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมา มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวประมาณ 11 ล้านคนต่อปี และคาดการณ์ไว้ว่าในคริสต์ศักราช 2010 นักท่องเที่ยวทั่วโลกจะเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,000 ล้านคน และจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 60 ล้านล้านบาท และได้คาดการณ์ต่อไปอีกว่าในปีคริสต์ศักราช 2020 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอีกมากกว่า 1,561 ล้านคน และจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100 ล้านล้านบาท (World Tourism Organization, 1993 อ้างอิงใน ปรีชา แดงโรจน์, 2549, หน้า 12)

หากการคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นจริง ก็ย่อมหมายถึงพันธะกิจอันยิ่งใหญ่ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศในระดับนโยบาย ระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการที่จะต้องมิกซ์และวิธีการ ในการประสานสอดคล้องอย่างมีบูรณาการและทำงานร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ ทั้งนี้เพื่อที่จะนำพาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมระดับสากล อันจะเป็นการ เสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและสร้างคุณประโยชน์ให้กับประเทศชาติได้อย่างเอนกอนันต์ ทั้งนี้ด้วยอาศัยและพึ่งพาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของประเทศอย่างหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล น้ำตก ถ้ำ เกาะ แก่ง อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า พืชดอกไม้ ฯลฯ หรือจะเป็นประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง พระ ตำหนัก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อาคารสถาปัตยกรรม ฯลฯ และ ยังมีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม ได้แก่ การละเล่นพื้นบ้าน ดนตรีพื้นเมือง ศูนย์วัฒนธรรม สงกรานต์ ลอยกระทง ไร่ สวน ตลอดจนการศึกษาเส้นทาง ธรรมชาติ ดูนก ล่องแพ ดำน้ำ ชี้อาศัย ตั้งแคมป์ ถ่ายรูป ปีนเขา การแข่งขันกีฬา การนันทนาการ กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น นอกจากนี้การมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลายประเทศไทยยังมี เอกลักษณ์อันโดดเด่น คือ ความมีน้ำใจโอบอ้อมอารี รอยยิ้มที่เป็นมิตร และไมตรีจิตที่ดึงดูดที่ บ่งบอกถึงความเป็นไทยได้อย่างงดงามและมีคุณค่าที่ยากจะหาได้จากนานาประเทศ นอกจากนี้ สิ่งดังกล่าวยังสามารถนำมาสร้างเป็นจุดขายที่แตกต่างทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการที่จะเลือกประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายปลายทาง ทางการท่องเที่ยวและเดินทางมาเยี่ยมเยือนกันมากขึ้น ยิ่งในสถานะที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกกำลัง เผชิญกับวิกฤติทางเศรษฐกิจและการเมืองครั้งยิ่งใหญ่ที่ได้ส่งผลกระทบต่อระบบ เศรษฐกิจของประเทศไทยด้วย นอกจากนี้ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองของคนในประเทศที่ เกิดขึ้นหลายครั้งหลายหนในระยะที่ผ่านมาจนทำให้เกิดการชุมนุมประท้วงยืดเยื้อยาวนาน อีกทั้ง ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือจะเป็นปัญหาภัยพิบัติจากธรรมชาติที่ ไม่สามารถควบคุมได้ และปัญหาอื่น ๆ อีกมากมายอันเกิดจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ประเทศล้วนส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า รัฐบาลได้มีการผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้ป็นดั่งพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจอันสำคัญ ที่สามารถจะให้ความหวังได้ว่าจะนำมาใช้เพื่อเป็นหนทางและแนวทางในการฟื้นฟูและกระตุ้น เศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ดีขึ้นได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้การที่จะบรรลุผลสำเร็จสูงสุดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการให้ความร่วมมือของบุคลากรทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางนโยบาย แผนงาน และจัดระบบเครือข่ายการทำงานร่วมกัน อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้สามารถเคลื่อนตัวต่อไปข้างหน้าได้ อย่างไม่หยุดยั้ง อันจะเป็นอีกหนทางหนึ่งในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ให้แข็งแกร่ง มีความมั่นคง มั่งคั่ง และนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่มีผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2550 หน้า 46-50)

จากบทบาทความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังกล่าวจึงทำให้หลายฝ่ายต่างเป็นที่ประจักษ์ตรงกันว่า การท่องเที่ยวนั้นสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้อย่างแท้จริง ดังนั้นรัฐบาลของประเทศไทยจึงได้มีนโยบายเร่งด่วนเพื่อประกาศให้ปี พุทธศักราช “2551-2552 ปีแห่งการท่องเที่ยวไทยและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว” ด้วยหวังว่าพลังแห่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสามารถสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เพื่อนำมากอบกู้ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังตกต่ำอย่างรุนแรงและมีแนวโน้มที่จะทรุดตัวลงเรื่อยๆ โดยมอบหมายให้กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬารับผิดชอบนโยบายเร่งด่วนดังกล่าวในฐานะที่กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ทั้งนี้กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้ตอบสนองนโยบายดังกล่าวโดยได้ตั้งเป้าหมายไว้ ชัดเจนว่าต้องการทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ดูแลการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและเน้นคุณภาพ ซึ่งมีมิติของการทำงานใน 2 ลักษณะ ได้แก่ มิติด้านคุณค่าและมิติด้านมูลค่า ในมิติด้านคุณค่าได้ มุ่งเน้นการเสริมสร้างความตระหนักรู้ของคนไทยให้เกิดความภูมิใจในการเป็นทั้งเจ้าของประเทศ และเป็นเจ้าบ้านในการเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ และทางด้านวัฒนธรรม รวมถึงการเสริมสร้างทักษะ ความรู้ในการอนุรักษ์ การบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน และความเป็นเจ้าบ้านในการต้อนรับแขกผู้มาเยือน ความเป็นคนไทยจะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนสร้างคุณค่า และเป็นการกระตุ้นต้นทุนทาง สังคมและความแข็งแกร่งของชุมชน ส่วนมิติด้านมูลค่าได้ส่งเสริมให้ปีพุทธศักราช 2551-2552 เป็นปีการส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ สำคัญของโลก นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังเป็นองค์กรหนึ่งที่ทำให้ความมือในการ ผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวด้วยการปรับกลยุทธ์ต่างๆ ด้าน การท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการดำเนินนโยบายด้าน การท่องเที่ยวต่างๆ ของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัด กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องทั้งใน

ประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนประสานงานกับสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ของต่างประเทศเพื่อขอความร่วมมือในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ชาวต่างประเทศได้รับรู้ในเชิงบวกมากขึ้น ทั้งเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย รวมถึงการให้บริการที่เป็นเลิศ คำนึงค่าคุ้มราคากับการที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว และยังสามารถฟื้นฟูภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วยหวังว่านโยบายดังกล่าวจะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลได้ประกาศนโยบายเร่งด่วนให้ปีพุทธศักราช 2551-2552 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทยและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว แล้ว รัฐบาลยังได้ประกาศให้ปีพุทธศักราช 2551-2553 เป็นปีการท่องเที่ยวอีสาน (Visit I-San Year 2008-2010) โดยปูพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวในปีพุทธศักราช 2551 ให้แก่ภาคอีสานด้วยโครงการนำร่องหลายโครงการ เช่น โครงการ "I-San Romance" เพื่อสร้างกระแสและรับรู้การเดินทางท่องเที่ยวอีสานในช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว โดยร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตร ได้แก่ สมาคมชมรมธุรกิจท่องเที่ยวอีสาน สำนักพิมพ์ Burda ธุรกิจพลังงาน และธุรกิจสื่อสาร โดยเริ่มด้วยกิจกรรมคาราวานครอบครัวท่องเที่ยวซึ่งร่วมเดินทางไปกับคู่รักที่มีชื่อเสียงไปเที่ยวใน 3 เส้นทางหลัก คือ เส้นทางแรกจังหวัดอุบลราชธานี สุรินทร์ ศรีสะเกษ และนครพนม เส้นทางที่สองจังหวัดอุดรธานี หนองคาย เลย และชัยภูมิ และเส้นทางที่สามอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อ่าเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา หลังจากนั้นจะนำกิจกรรมดังกล่าวมาเผยแพร่และแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ทัศนียภาพ และร้านอาหารในนิตยสาร Hello, Honey moon & Travel, I do, Lisa, Wedding เป็นต้น หรือจะเป็นโครงการ "ท่องเที่ยวตามรอยพระพุทธเจ้า" เป็นโครงการเน้นเฉพาะกลุ่มที่สนใจด้านศาสนา โดยเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวตามรอยพระพุทธเจ้าซึ่งได้ถูกบันทึกพร้อมหลักฐานในจุดต่างๆ ที่จังหวัดอุบลราชธานี สกลนคร นครพนม และนำมาผูกเป็นเส้นทางในรูปแบบ Package ด้วยเสนอขายแก่กลุ่มผู้สนใจเฉพาะ เนื่องจากในพื้นที่อีสานมีความโดดเด่นของอาจารย์วัดป่าที่มีรูปแบบการปฏิบัติธรรมเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีโครงการ "I-San Mega Fam" ซึ่งเป็นโครงการเปิดตลาดต่างประเทศ ที่เชิญผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวจากทั่วโลกประมาณ 400 ราย มาพบกับภาคเอกชนจาก 19 จังหวัดทั่วอีสานในการซื้อขายกิจกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และการตลาดโดยตรง ตลอดจนการแนะนำและนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวของภาคอีสานให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว การสร้างการรับรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยวของภาคอีสานให้กับสื่อมวลชนของต่างประเทศเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายรายการนำเที่ยว โรงแรม สปา สนามกอล์ฟ สินค้า

และบริการอื่นๆ ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการเจรจาธุรกิจท่องเที่ยวและการร่วมสัมมนากับผู้ประกอบการนำเที่ยว รวมถึงสื่อมวลชนของต่างประเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของภาคอีสานร่วมกันภายใต้วัตถุประสงค์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ภาคอีสานอย่างเป็นรูปธรรมและเพิ่มจำนวนการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่น การสร้างการรับรู้สินค้าและบริการท่องเที่ยวของภาคอีสานที่มีความหลากหลายและเน้นการเสนอขายสินค้าในกลุ่มเป้าหมาย Ecotourism, Niche market, Youth & School trip, MICE, Leisure และกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางบกในภูมิภาค GMS และการเพิ่มโอกาสให้ภาคเอกชนในพื้นที่ภาคอีสานได้พบปะ ร่วมเจรจาธุรกิจ และหารือแนวทางในการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวจากต่างประเทศโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสื่อมวลชนต่างประเทศในภูมิภาคทั่วโลกและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในภาคอีสานสามารถกระตุ้นยอดขายรายการนำเที่ยวของภาคอีสานในกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวโดยการนำเสนอสินค้าใหม่ภายใต้ "Theme:7 Amazing" อันประกอบไปด้วยกลุ่ม "Thainess" ได้แก่ หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง กลุ่มทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง จังหวัดสุรินทร์ และด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา กลุ่ม "Treasure" ได้แก่ เส้นทางอารยธรรมขอมอีสานใต้จังหวัดสุรินทร์ นุรีรัมย์ และนครราชสีมา กลุ่ม "Nature" ได้แก่ อำเภอวังน้ำเขียว ไร่จุง ไร่ข้าวโพด ไร่ทองสมบุญณ์ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น ซึ่งโครงการดังกล่าวน่าจะสามารถสร้างการรับรู้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของภาคอีสานให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศและสามารถขยายโอกาสทางธุรกิจให้แก่ภาคเอกชนในพื้นที่ภาคอีสานที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกัน รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคมากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถเพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าสู่ภาคอีสานและประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคนี้

นอกจากโครงการด้านการท่องเที่ยวในปีพุทธศักราช 2551 แล้วยังมีโครงการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในปีพุทธศักราช 2552 โดยเน้นการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี โดยแบ่งเป็น 3 โครงการ โครงการแรก "เทศกาลท่องเที่ยวอีสาน" (Amazing I-San Fair 2009) เป็นงานท่องเที่ยวเพื่อประชาชนทั่วไป ลักษณะเดียวกับงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยปีพุทธศักราช 2551 แต่ย่อส่วนเฉพาะ 19 จังหวัดของภาคอีสานทั้งหมด ทั้งเรื่องของอาหาร การท่องเที่ยว การซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของภาคอีสานระดับมาตรฐานและระดับชนะเลิศ นอกจากนี้ยังได้พบกับผู้ประกอบการท้องถิ่นที่นำ Package ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมานำเสนอให้นักท่องเที่ยวซื้อได้ตลอดปีในราคาพิเศษ โครงการที่สอง "เทศกาลแห่ดาวคริสต์มาส"

สำหรับคริสต์ชนและผู้สนใจในช่วงเทศกาลคริสต์มาสปีพุทธศักราช 2552 ด้วยการเดินทางไปร่วมเฉลิมฉลองเทศกาลแห่ดาว ที่มีขบวนรถแห่ดาวของชาวคริสต์ที่ส่งมาร่วมขบวนด้วยความศรัทธา นับหลายร้อยคันที่บ้านท่าแร่ ตำบลท่าแร่ อำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร ซึ่งเป็นอำเภอที่มีชุมชนชาวคริสต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และโครงการสุดท้าย "Check-in I-San" (เที่ยวอีสานครีกครีน เศรษฐกิจอีสานคึกคัก) ซึ่งเป็นโครงการที่อยู่ภายใต้ปีทองเที่ยวอีสาน 2551-2553 เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาคอีสาน โดยเน้นการเสนอขายเชิงรุกโดยเน้นกิจกรรมหลัก คือ การขาย Package ท่องเที่ยวตลอดทั้งปีในทุกรูปแบบ และในโอกาสแรกนั้นเสนอขายรายการท่องเที่ยวนำร่อง 5 รายการ ในงานเทศกาลท่องเที่ยวอีสาน โดยจัดกิจกรรมร่วมสนุก สร้างการรับรู้ ชักชวน และดึงดูดให้คนเดินทางเข้าสู่ภาคอีสาน จัดกิจกรรมส่งเสริมการเดินทางและการกระตุ้นให้ขั้บรถท่องเที่ยวภาคอีสาน เช่น พาสสปอร์ตเดินทางและมีการแข่งขันชิงรางวัลใหญ่ หรือรูปแบบอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งโครงการ Check-in I-San การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สร้างกระแสในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวนึกถึงภาคอีสานเป็นอันดับแรกและให้ภาคอีสานอยู่ในระดับแนวหน้าของประเทศ ตลอดจนเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มรายได้เข้าสู่อีสานได้ทั้งภูมิภาค และสามารถสร้างให้เป็นจุดขายร่วมไปสู่ประตูอินโดจีนได้อีกด้วย ทั้งในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวทั่วไป เยาวชน กลุ่มคนทำงานกลุ่มครอบครัว หรือแม้แต่กลุ่มผู้สูงอายุ ตามคอนเซ็ปต์ที่กำหนดไว้ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบที่หนึ่ง "มนต์เสน่ห์แห่งอีสาน" เช่น ความมีมิตรไมตรีของผู้คน อาหารอร่อย ที่พักสะอาดสวยงาม และธรรมชาติสวยงาม เป็นต้น รูปแบบที่สอง คือ "อีสานที่คาดไม่ถึง" สนุกสนานกับการตามรอยไดโนเสาร์สัตว์โลกล้านปีที่เคยอาศัยในดินแดนแห่งนี้ หรือย่อนเวลาเดินทางตามรอยอารยธรรมขอมในประเทศไทย เพื่อชมความงดงามอลังการของปราสาทหินในพื้นที่ต่างๆ ทั่วแดนอีสานได้ และรูปแบบที่สาม คือ "ครั้งหนึ่งในอีสาน" (ไปเที่ยวอีสานกันสักครั้ง) ในช่วงเทศกาลงานประเพณี ต่างๆ เช่น งานบุญบั้งไฟ ประเพณีผีตาโชน ไหลเรือไฟ ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นต้น ส่วนในปีพุทธศักราช 2553 นั้น โดยเน้นให้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นส่วนใหญ่ออย่างต่อเนื่อง โดยจะดูผลจากการดำเนินโครงการต่างๆ ในปีพุทธศักราช 2551-2552 เพื่อปรับแผนในปีพุทธศักราช 2553 ให้มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าต่อไป

โครงการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ถือเป็นโครงการเพื่อส่งเสริมการขายตัวทางการท่องเที่ยวของภาคอีสาน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตลาดต่างประเทศ อันจะทำให้เกิดการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ภาคอีสาน ตลอดจนเพิ่มจำนวนและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่นและภูมิภาคมากยิ่งขึ้น โดยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ที่มีส่วน

เกี่ยวข้อง และบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ในการให้ความร่วมมือและสนับสนุนการท่องเที่ยวในภาคอีสานอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้ด้วยมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของภาคอีสานที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเข้าใจกันว่าในอดีตภาคอีสานมีแต่ความแห้งแล้งทุรกันดาร แต่นับจากนี้ไปภาพลักษณ์ของภาคอีสานจะต้องมีแต่ความอุดมสมบูรณ์ทางการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจะต้องรู้จักภาคอีสานมากขึ้น และเดินทางมาเยี่ยมเยือนภาคอีสานมากขึ้น เพราะภาคอีสานถือได้ว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ คู่อารยะธรรมทางการท่องเที่ยวที่เก่าแก่และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีอีกแห่งหนึ่งของโลก ไม่ว่าจะเป็นแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งถือเป็นแหล่งอารยธรรมโบราณที่มีความสำคัญอีกแห่งหนึ่งของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อีกหลายแห่ง ได้แก่ ภูเวียง จังหวัดขอนแก่น อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท และพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ภูมู่มข้าว จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งถือเป็นแหล่งธรณีวิทยายุคโบราณหนึ่งเดียวในประเทศไทยที่มีซากกระดูกไดโนเสาร์และซากฟอสซิลยุคดึกดำบรรพ์ แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี หากแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นมีการส่งเสริมอย่างถูกวิธีก็จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ไม่แพ้ภูมิภาคอื่นใดในประเทศไทย และที่สำคัญภาคอีสานยังมีศักยภาพอันโดดเด่นทางด้านศิลปวัฒนธรรม ชนบธรรมเนียม ประเพณี และการมีวิถีชีวิตชุมชนที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์และเป็นเสน่ห์อันงดงามอีกอย่างหนึ่งของภาคอีสาน โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานด้วยการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวต่าง ๆ ของภาคอีสานแบบมีเรื่องราวพร้อมกับการใช้แนวคิด “Slow Travelling” ในการขยายมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวโดยการชูจุดเด่นของสินค้าท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคอีสานภายใต้ภาพลักษณ์ “แหล่งเรียนรู้ คู่อารยะธรรม” นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อเป็นจุดขายสำหรับตลาดต่างประเทศ การขยายความหลากหลายของสินค้าตามเมืองชายแดน และการสร้างความโดดเด่นให้กับพื้นที่โดยสร้างกระแสให้เกิดการเดินทางในลักษณะกลุ่มพื้นที่ทางการท่องเที่ยว (Cluster) ตามลักษณะกลุ่มสินค้าท่องเที่ยวของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาที่ประกาศให้ปีพุทธศักราช 2551-2553 เป็นปีท่องเที่ยวของภาคอีสานโดยมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาด การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภาคอีสานให้ต่อเนื่องในระยะยาวโดยเฉพาะเน้นการพัฒนาในลักษณะกลุ่มพื้นที่ทางการท่องเที่ยว (Cluster) ซึ่ง

ในภาคอีสานแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มจังหวัด ได้แก่ 1. เส้นทางเปิดโลกสุรินทร์สู่อารยะธรรมขอม 2. เส้นทางไดโนเสาร์ 3. มหัศจรรย์เส้นทางบุญ และ 4. เส้นทางเลียบบึงแม่น้ำโขง ซึ่งนโยบายดังกล่าวเป็นการพัฒนาที่ครอบคลุมทุกพื้นที่จังหวัดในภาคอีสานภายใต้แคมเปญ "Amazing Thailand" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของภาคอีสานในทุกพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วีระศักดิ์ โคว์สุรัตน์, 2551)

จากข้อเท็จจริงของภาพรวมการท่องเที่ยวของภาคอีสานดังกล่าวจะเห็นได้ว่า "สุรินทร์" เป็น 1 ใน 4 จังหวัดที่กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬากำหนดให้เป็นกลุ่มพื้นที่ทางการท่องเที่ยว (Cluster) ของภาคอีสานภายใต้การสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในแคมเปญ "Amazing Thailand เส้นทางเปิดโลกสุรินทร์สู่อารยะธรรมขอม" นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับสำนักงานจังหวัดสุรินทร์เพื่อประกาศให้ปี พุทธศักราช 2551 เป็น "ปีท่องเที่ยวสุรินทร์" (Amazing Surin 2008) ภายใต้ภาพลักษณ์ความเป็นธรรมชาติอันบริสุทธิ์และวัฒนธรรมอันดีงามของจังหวัดสุรินทร์ (Surin by Nature) ในสโลแกนที่ว่า "เที่ยวสุรินทร์ เที่ยวได้ทั้งปี" โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว รวมถึงร่วมกำหนดการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ตลอดทั้งปี ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ให้มีความเป็นรูปธรรมและเด่นชัดยิ่งขึ้น จนทำให้เกิดการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวได้ในทุกมิติ ทั้งนี้โดยมีหน่วยงานระดับจังหวัด คือสำนักงานจังหวัดสุรินทร์ เป็นหน่วยงานหลักของภาครัฐที่เข้ามากำกับดูแลการจัดการท่องเที่ยวต่างๆ ในปีพุทธศักราช 2551 ปีการท่องเที่ยวสุรินทร์ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เทศบาลเมืองสุรินทร์ และหน่วยทั้งภาครัฐและเอกชนอื่นๆ เพื่อร่วมพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ และจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดทั้งการยกย่องเชิดชูภูมิปัญญาชาวบ้าน และการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงามของชุมชนและท้องถิ่น และนับเป็นโอกาสอันดีที่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศได้เล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็กตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย หรืออีสานใต้ดินแดนแห่งอารยะธรรมขอมที่แวดล้อมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์โดยเฉพาะแหล่งเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุอันเก่าแก่ เช่น ศาลหลักเมืองอนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดสุรินทร์ วัดบูรพาราม (ที่ประดิษฐานหลวงพ่อบุญรอดพระชีวี) ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือนตุ๊จ ปราสาทตาเมือนธม ปราสาทศิขรมภูมิ ปราสาทเมืองที่

ปราสาทภูมิโปน ปราสาทยายเหงา ฯลฯ หรือจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ วนอุทยานพนมสวาย วนอุทยานป่าสนหนองคู อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง อ่างเก็บน้ำตาเกาړ น้ำตกศรีไพร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ หมู่บ้านข้างบ้านตากกลาง ศูนย์ศึกษาหมู่บ้านข้างเลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในโลก ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง (หมู่บ้านผ้าไหมเอเปค) หมู่บ้านผ้าไหมและเครื่องเงินเขวาสินรินทร์ หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านดงมัน หมู่บ้านจักสานบ้านบุทม ประเพณีขึ้นเขาสวาย เคาะระฆัง 1,080 ใบไหว้ 9 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เทศกาลเยี่ยมตาเมื่อเดือนเมษา งานประเพณีบวชนาคข้าง พิธีแต่งงานบนหลังช้าง มหกรรมแห่เทียนโอยราเทิดไท้องค์ราชของแผ่นดิน พิธีชนโขนตามูชาบรรพบุรุษ ประเพณีแข่งเรือยาว เทศกาลศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านนานาชาติ งานสืบสานตำนานพันปีปราสาทศิขรภูมิ เทศกาลปลาไหลข้าวใหม่หอมมะลิ และประเพณีงานช้างที่สร้างชื่อเสียงและทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างรู้จักจังหวัดสุรินทร์กันอย่างกว้างขวางในสมญานามที่ว่า "สุรินทร์ เมืองช้าง" ทั้งนี้ด้วยเหตุที่ว่าจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีช้างเลี้ยงที่ยังคงเหลือมากที่สุดในประเทศไทย โดยสวนใหญ่อยู่ในพื้นที่บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม และหมู่บ้านใกล้เคียงอื่น ๆ ซึ่งการเลี้ยงช้างของชาวสุรินทร์จะแตกต่างจากการเลี้ยงช้างในภูมิภาคอื่น เพราะช้างในภูมิภาคอื่นนั้นต่างเลี้ยงไว้เพื่อใช้แรงงานและเป็นเสมือนเครื่องมือในการทำมาหากิน แต่สำหรับชาวสุรินทร์นั้นจะเลี้ยงช้างและปฏิบัติต่อช้างเสมือนเป็นเพื่อนหรือเป็นสมาชิกหนึ่งในครอบครัว ซึ่งจะเห็นได้จากงานประเพณีต่างๆ ในชุมชนจะมีการนำช้างเข้ามามีส่วนร่วมเสมอจนทำให้กลายเป็นวิถีชีวิตและความผูกพันระหว่างคนในชุมชนกับช้างอย่างแนบแน่น โดยได้รับการสืบทอดจากนับตั้งแต่ยุคของพระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวางบรรพบุรุษผู้ก่อตั้งเมืองสุรินทร์ จนกระทั่งรุ่นลูกรุ่นหลานก็ยังคงสืบทอดวิถีชีวิตคนกับช้างมาอย่างต่อเนื่อง จนทำให้ช้างกลายเป็นสัตว์เลี้ยงที่อยู่คู่กับในชุมชนและมีบทบาทสำคัญเรื่อยมาต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นจึงได้กลายเป็นที่มาของ "งานช้างจังหวัดสุรินทร์" และถือกำหนดให้เป็นงานประเพณีประจำปีที่เป็นดังสัญลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์นับจากปีพุทธศักราช 2503 เป็นต้นมา จนกระทั่งปีปัจจุบันการจัดงานช้างได้จัดต่อเนื่องติดต่อกันมาเป็นปีที่ 48 แล้ว ภายในงานนอกจากจะการแสดงช้าง และกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ แล้วยังมีงานต้อนรับและเลี้ยงช้างอาหารช้างที่จัดขึ้น ณ บริเวณอนุสาวรีย์พระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ หรือจะเป็นการออกร้านธรรมาชาติของเหล่ากาชาดจังหวัดสุรินทร์ การออกร้านจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ที่หน่วยงานต่างๆ จัดเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกชมอย่างหลากหลาย ซึ่งการจัดงานดังกล่าวนี้มี

วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของจังหวัดสุรินทร์ ตลอดจนตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ช้างและประเพณีงานช้างจังหวัดสุรินทร์ให้มีความยั่งยืนสืบไป (ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 2551)

แต่อย่างไรก็ตามการที่จะทำให้งานช้างจังหวัดสุรินทร์ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนับเป็นเรื่องจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการศึกษาถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่มีเกี่ยวข้องกับงานช้างจังหวัดสุรินทร์ในทุกๆ ด้าน รวมถึงการศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และข้อบกพร่องต่างๆ ที่มีผลกระทบโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ตลอดจนการประสานติดต่อขอความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย อันจะนำไปสู่แนวทางแก้ไขปัญหา การพัฒนา และส่งเสริมการจัดงานช้างจังหวัดสุรินทร์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากความสำคัญดังกล่าวจึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาด้วยตระหนักถึงคุณค่าจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์” ทั้งนี้เนื่องจากงานช้างเป็นเสมือนดังสัญลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวหลักประจำจังหวัดสุรินทร์ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจและเดินทางมาเที่ยวชมจากทั่วทุกสารทิศ ผู้วิจัยเห็นว่าความหลากหลายที่มาของนักท่องเที่ยวจึงน่าจะสามารถสะท้อนถึงปัญหา อุปสรรค และข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวโดยตรงในระหว่างการเดินทางมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งข้อมูลในเชิงบวก เช่น ประสบการณ์ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ความสนุก เพลิดเพลิน ความประทับใจในกิจกรรมท่องเที่ยว หรือจะเป็นข้อมูลในเชิงลบที่สะท้อนจากสิ่งที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่เกิดจากการสำรองที่นั่งล่วงหน้าผ่านอินเทอร์เน็ตหรือติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่โดยตรง ปัญหาการคมนาคมในระหว่างการเดินทางมาเที่ยว หรือจะเป็นปัญหาการจัดเจ้าหน้าที่และบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอต่อการบริการในด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งการอำนวยความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมกิจกรรมท่องเที่ยวไปยังสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว การจัดการระบบที่นั่งที่เป็นระเบียบ การจัดเตรียมห้องน้ำ ถึงขยะ ที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ทั้งนี้รวมถึงการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะแนวทางต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยมีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลความพึงพอใจในด้านต่างๆ รวมถึงข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ไปสอบถามในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มดังกล่าว และจะนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของ

นักท่องเที่ยวยุโรปไปทำการศึกษา วิเคราะห์ผล สรุปผลการวิจัย และนำผลการวิจัยนี้ไปเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ในลำดับต่อไป ด้วยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นแบบอย่างหรือเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เทศกาล และงานประเพณีต่างๆ ของจังหวัดสุรินทร์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อสามารถตอบสนองทุกความต้องการ ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และที่สำคัญยังมีผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ อันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดสุรินทร์ในเชิงบวกที่มีส่วนกระตุ้นให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพื่อมาเที่ยวชมงานช้างจังหวัดสุรินทร์เพิ่มขึ้น อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ส่วนรวมต่อทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสามารถกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น ชุมชนได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนทำให้จังหวัดสุรินทร์เมืองท่องเที่ยวที่มีขนาดเล็กแต่สามารถก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอันยิ่งใหญ่และสร้างชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์” ผู้วิจัยได้กำหนดจุดมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไข องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น สถานที่ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดจนเป็นแนวทางในการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยว เทศกาล และงานประเพณีของชุมชนและท้องถิ่นทั้งพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และพื้นที่ใกล้เคียงอื่น ๆ

2. ผลการวิจัยนี้มีส่วนส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชน ท้องถิ่น รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว เกิดแรงจูงใจในการสืบสาน ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงามของจังหวัดสุรินทร์ ตลอดจนได้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ช้างสัตว์คู่บ้านคู่เมืองของชาติให้มีความยั่งยืนสืบไป

3. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นเครื่องมือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นโดยตรงต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ให้มีประสิทธิภาพและมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์” ผู้วิจัยมีขอบเขตของการวิจัยในด้านข้อมูลและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยจึงใช้แบบสอบถาม ลักษณะปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ประกอบด้วย ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรที่ใช้สำหรับการวิจัย 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา

2.2 ตัวแปรตาม โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1. ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารการมาเที่ยว วัตถุประสงค์

ในการมาเที่ยว มลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว และกลุ่มที่ 2. ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

3. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยดังนี้

การกำหนดประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ระหว่างวันที่ 22 และ 23 เดือนพฤศจิกายน พุทธศักราช 2551 ณ สนามแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ ถนนคชสาร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีจำนวนประมาณ 20,000 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดสุรินทร์, 2550.)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัย คือ ใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จรูปของทาโรยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 377 คน แต่เพื่อความสมบูรณ์ด้านข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยจึงทำการเก็บตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 200 คน รวม 400 คน ระหว่างวันที่ 22 และ 23 เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2551

4. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้สำหรับการวิจัย ประกอบไปด้วย ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และตัวแปรตาม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตัวแปรดังกล่าวตามกรอบแนวคิดที่ใช้สำหรับการวิจัยดังนี้



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้สำหรับการวิจัย

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เฉพาะบริเวณสนามแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ ถนนคชสาร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์เท่านั้น สนามแห่งนี้เป็นสนามที่ใช้จัดแสดงช้างเป็นประจำในทุกๆ ปี รวมถึงงานช้างจังหวัดสุรินทร์ครั้งที่ 48 ระหว่างวันที่ 22 และ 23 เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2551 ด้วย
2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศด้วยแบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และแบบสอบถามลักษณะแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ครั้งที่ 48 ระหว่างวันที่ 22 และ 23 เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2551
3. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ครั้งที่ 48 ระหว่างวันที่ 22 และ 23 เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2551 โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ทั้งนี้ข้อมูลในแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวจากการตอบแบบสอบถามนั้นจะขึ้นอยู่กับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศแต่ละบุคคลเท่านั้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

งานช้าง (Elephant Round-up) หมายถึง งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ ครั้งที่ 48 (48th Surin Elephant Round-Up 2008) จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22 และ 23 เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2551 ซึ่งเป็นงานประเพณีประจำปีของจังหวัดสุรินทร์จัดขึ้นตรงกับสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนพฤศจิกายนของทุก ๆ ปี

กิจกรรมท่องเที่ยว (Tourism Activity) หมายถึง กิจกรรมนันทนาการทางการท่องเที่ยวและการแสดงต่าง ๆ ที่สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประจำปีพุทธศักราช 2551 ได้เยี่ยมชมกับการแสดงช้างและการศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านของชนพื้นเมืองชาวสุรินทร์ เพื่อให้ได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ได้ความรู้ ความเพลิดเพลิน และเห็นคุณค่าของกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่จัดขึ้น ณ สนามแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ ถนนคชสาร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ประกอบด้วยการแสดงต่างๆ 9 ชุด ดังนี้

1. องค์ 1 “นมัสการองค์สุรินทร์เทวา” เริ่มการแสดง องค์พระสุรินทร์เทวา ประทับบนหลังช้างคชาราชที่มีรูปร่างงดงามที่สุดเสด็จออกมาจากเมฆหมอก
2. องค์ 2 “จุดสุโลกาธานี” ลูกช้างตัวเล็กๆ ตัวหนึ่งกับเด็กเลี้ยงช้างชาวภูย วิ่งเล่นออกมาด้วยกันทั้งคู่หยอกเย้ากันอย่างน่ารัก
3. องค์ 3 “บุชาฟ้าค้นหาพญาช้างไทย” หญิงสาวชาวภูยรำรำประหนึ่งกำลังบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์
4. องค์ 4 “ปฐมลีล่อนล้นสนั่นพงไพร” ไชลองช้างป่าตัวใหญ่เดินผ่านหมอกควันออกมาจากโขลงเดียวเป็นหลายๆ ไชลอง
5. องค์ 5 “พาราแซ่ซ้อง รับขวัญคชชา” ชาวภูยทั้งชายและหญิงในเครื่องแต่งกายสวยงาม รำรำออกมาอ่อนช้อยสวยงาม
6. องค์ 6 “คชศาสตร์ศึกษา เรื่องฤทธิไกร” เป็นการแสดงฝึกช้างแสนรู้ให้เล่นกายกรรมในท่าต่างๆ แข่งกับเด็กๆ ชาวภูย เช่น ช้างสวัสดี ช้างขอบคุณ ช้างยืนสองขา ช้างยิ้ม ช้างวาดภาพ ช้างเล่นฮูล่าฮูป ช้างปาเป้า ช้างแข่งขันฟุตบอลช้าง ช้างแข่งขันชักคะเยอกับนักท่องเที่ยว การนำช้างมาฝึกเพื่อออกรบอย่างวิธีโบราณ เป็นต้น
7. องค์ 7 “อุกรบไพร่ ยุทธหัตถ์มีชัย” เป็นการแสดงขบวนทัพโบราณเมื่อครั้ง 400 ปีระหว่างฝายอโยธยากับหงสาวดี

8. องค์ที่ 8 "ยิ่งใหญ่เกรียงไกร ช้างไทยก้องปฐพี" เป็นการแสดงฉากจบโดยโขลงช้างและนางรำทุกฉากทยอยเดินออกมาขึ้นล้อมกองทัพยุทธหัตถี

9. องค์ที่ 9 "หนึ่งร้อยสิบหกวัน จากวันแม่ถึงวันพ่อ ช้างไทยสร้างสามัคคี" เป็นการรวมตัวของกองทัพอยุธยา กองทัพหงสาวดี และเหล่านักแสดงในชุดต่างๆ กว่า 2,000 คน พร้อมกับช้างไทยจำนวนหลายร้อยเชือกแสดงพลังที่ยิ่งใหญ่ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถตามโครงการ "จากวันแม่ถึงวันพ่อ 116 วันสร้างสามัคคี" เพื่อสร้างความสมัครสมานสามัคคีของประชาชนชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ทั้ง 10 ด้าน ประกอบด้วย 1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว 2. แหล่งข้อมูลข่าวสารการในมาเที่ยว 3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว 4. มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว 5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว 6. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว 7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว 8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว 9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว และ 10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว 2. ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว 3. ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และ 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

สมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์" ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานของการวิจัย 3 ข้อ ดังนี้

1. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว

2. ความแตกต่างของเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิภูมิลำเนา มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่

ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความแตกต่างกัน

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กัน การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับการวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับการวิจัยมี 2 ประเภท ดังนี้

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยใช้สถิติการวิจัยดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อกรณีมีการเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไควสแควร์ (Chi-Square)

2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)