

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยย่อยที่ 3 พัฒนาการจัดการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการใช้บริการสารสนเทศการตลาดของการท่องเที่ยวและข้อมูลผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ 2) จัดเก็บฐานข้อมูลทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3) ศึกษาความต้องการรูปแบบสื่อและช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยว และ 4) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการจัดการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

วิธีการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะคือ (1) การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามโดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ จำนวน 90 ราย จากนั้นทำการประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวฯ ด้วยการสนทนากลุ่มกับนายกสมาคมท่องเที่ยว ตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดละ 10 ราย รวมเป็น 30 ตัวอย่าง โดยการเจาะจงกับตัวแทนที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาคมท่องเที่ยวจังหวัด (2) การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ จำนวน 150 ราย (3) การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ด้วยการทดลองโครงการนำร่องกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและหรือความต้องการที่จะเข้าร่วมเดินทางจำนวน 10 คน และการอภิปรายแบบคณะด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จำนวน 80 ราย ผลการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้บริการสารสนเทศการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว โดยการสืบค้นจากเว็บไซต์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่โทรศัพท์สอบถามบุคคล/หน่วยงานท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง สอบถามจากเพื่อนหรือญาติพี่น้อง ซึ่งมีการใช้ข้อมูล

การจัดลำดับผู้ประกอบการโรงแรม ที่พักและร้านอาหารที่ได้รับความนิยม ข้อมูลจุดท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ชื่อและที่อยู่ติดต่อได้ของผู้ให้บริการ

นักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้บริการสารสนเทศการตลาดของการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เพื่อการตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว พบว่าด้านข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีความต้องการชื่อและที่อยู่ติดต่อได้ของผู้ให้บริการแต่ละจุดของแหล่งท่องเที่ยวข้อมูลโดยสารประจำทางสาธารณะและท้องถิ่น และข้อมูลการจัดลำดับผู้ประกอบการโรงแรม ที่พักและร้านอาหารที่ได้รับความนิยม ข้อมูลเส้นทางที่ถูกต้องและชัดเจน โปรโมชันการส่งเสริมการตลาด และเทศกาลท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ถูกต้อง/เชื่อถือได้ และใช้เวลาในการค้นหาได้สะดวกรวดเร็ว/เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

ความต้องการรูปแบบสื่อและช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬานันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษของกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีสื่อช่องทางเชื่อมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นของตนเอง กรณีที่มีสื่อช่องทางเชื่อมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นของตนเองจะเป็นประเภท Add Friend (LINE, Bee Talk) Social Networks (Facebook, InstagramTwitter, Google+) และเว็บไซต์ธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตโดยสนใจเว็บลิงค์ข้อมูลกับเว็บไซต์หน่วยงานท่องเที่ยวหรือสมาคมท่องเที่ยวเว็บแนะนำองค์กร

ความพอใจในการจัดการสื่อและช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกีฬาและนันทนาการกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์สุรินทร์และศรีสะเกษ (เว็บไซต์กลุ่มเครือข่ายฯ) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่พอใจในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านคุณภาพเนื้อหา ด้านการเข้าถึงเนื้อหา และด้านระบบและรูปลักษณ์ของเว็บไซต์

ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการจัดการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์สุรินทร์และศรีสะเกษ ประกอบด้วยข้อเสนอเชิงนโยบายหลัก 3 ข้อเสนอ ได้แก่ 1) นโยบายการพัฒนาการจัดการความรู้ของการจัดการตลาด 2) นโยบายการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการตลาดของการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย 3) นโยบายการพัฒนาการจัดการสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทางการตลาด

คำสำคัญ : การจัดการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการ

Abstract

Research Project 3: The Development Electronic Marketing Management of Cultural, Sport and Recreation Tourism for Tourism Industrial Entrepreneur Cluster in Buriram, Surin and Sisaket province. There are four objectives of this project which are 1) To investigate the demand of marketing information technology and entrepreneur database of Buriram, Surin, and Sisaket province, 2) To collect marketing database of cultural, sport, and recreation tourism enterprise, 3) to study the demand or media and electronic market channel, and 4) To develop the policy proposal for electronic market development of cultural, sport, and recreation tourism enterprise. The methodology of this research can be divided into 3 phases: (1) the study of current conditions of cultural, sports, and recreation tourism products and services which can attract and connect the tourism of groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province was conducted. The questionnaires were used with the sample group of 90 samples who expected and/or would like to join the tourism enterprise groups. The sample group was selected by using a purposive sampling method. After that, the potentials of the tourism products and services were evaluated via focus group discussions. The total of 30 participants in the focus group discussions were selected from chairman of tourism association, representatives of the board of committees and members of tourism association from each province: 10 participants per province by employing a purposive sampling method. These representatives had the roles and responsibilities in tourism association in their province. (2) The development of policy related suggestions for the products and services' connection development among the tourism enterprise network groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province was done through the participatory planning workshops with the sample group of 150 samples who expected and/or would like to join the tourism enterprise groups. (3) The examining the policy related suggestions for the products and services' connection development among the tourism enterprise network groups was conducted by trying out the pilot project with the sample group of 10 participants who were ready and/or would like to join the project trip, and the panel discussion of the 4 experts from experts and specialists and 80 participants from

tourism entrepreneurs in the 3 provinces area who would like to join the tourism enterprise groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province.

The results were founded that, tourists use marketing information technology for making decision use of service. The tourist search website of local tourism enterprise, make a call to person/organization related to tourism, ask relatives who have used data to prioritize famous of hotel and restaurant or data of tourist sites and their recreational activities, including contact persons.

The tourist present demands of make use of marketing information technology and entrepreneur database of Buriram, Surin, and Sisaket provinces for making decision use of services. Marketing information technology data are required to have contact and address of service provider of each tourist site, public transportation details, infamous hotel and restaurant enterprise, reliable direction detail, and convenience in accessing data.

Demand of media and electronic marketing channel in cultural, sport, and recreation for Tourism Industrial Entrepreneur Cluster in Buriram, Surin and Sisaket provinces was found that most of them do not have own media channel. In such this case, entrepreneur communicates via Add Friend (LINE, Bee Talk) Social Networks (Facebook, Instagram Twitter, Google+), and business website service linking with tourist organization and association's website.

For satisfaction in media and electronics marketing channel management of cultural, sport and recreation tourism for tourism industrial entrepreneur cluster in Buriram, Surin and Sisaket province(Network website), most of the entrepreneurs satisfy well in quality, content, accessibility, and identity of website.

Proposal in electronic marketing development for Cultural, Sport and Recreation Tourism for Tourism Industrial Entrepreneur Cluster in Buriram, Surin and Sisaket province consists of three main concepts which are 1) policy in marketing knowledge management 2) development of tourism marketing information technology, and 3) media and marketing channel development.

Keyword : Electronic Marketing, Cultural Tourism, Spot and Recreation Tourism