

บทคัดย่อ

รหัสแผนงาน : RDG5750042
 ชื่อแผนงานวิจัย : การจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ซี มูล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวประเทศไทย ลาว และเวียดนาม
 ชื่อนักวิจัย : 1. ดร.ณัฐฉิณี ทองดี หัวหน้าโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
 2. อาจารย์กนก บุญศักดิ์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
 Email Address : nattineeoh@live.com / t_kanok@windowslive.com
 ระยะเวลา : 1 สิงหาคม 2557 – 30 กันยายน 2558

ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคหนึ่งที่ชุมชนจัดการการท่องเที่ยวของตนเองด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต่างกันไปตามบริบทของชุมชน ปัจจุบันชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีศักยภาพในการจัดการกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการให้บริการนักท่องเที่ยวได้ แต่ชุมชนยังขาดความเข้าใจ และทักษะความสามารถด้านการจัดการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้เกิดความประทับใจได้สูงสุด งานวิจัยจึงมุ่งเน้นการพัฒนาคน และกระบวนการพัฒนาการตลาด ผ่านการมีส่วนร่วมของการดำเนินการโดยชุมชนโดยให้ความสำคัญกับทั้งผู้ให้บริการ คือ ชุมชน และผู้รับบริการ คือ นักท่องเที่ยว ตลอดจนการต่อยอดองค์ความรู้ให้กับชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย มี 5 ข้อ คือ 1) เพื่อยกระดับขีดความสามารถและกลไกทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการจัดการตลาดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง 3) เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวลาวและเวียดนาม 5) เพื่อพัฒนาแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายไทยและต่างประเทศ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 180 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวลาวและเวียดนาม ประเทศละ 100 ตัวอย่าง รวม 780 ตัวอย่าง ส่วนที่ 2 คือ ชุมชนและสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยวจำนวน 75 ชุมชนในขั้นตอนการสำรวจข้อมูลชุมชน และ 20 ชุมชนที่เข้าร่วมการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนา

ผลการวิจัย แบ่งออกได้ 2 มิติ คือ

1. มิติของชุมชนหรือผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว (Supply Side) พบว่า การยกระดับขีดความสามารถและกลไกทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่ลุ่มน้ำโขง ซี มูล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย จำเป็นต้องอาศัยกลไกสำคัญ 3 กลไก คือ **กลไกด้านคนหรือทรัพยากรมนุษย์** คือ สมาชิกในชุมชนท่องเที่ยวและเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน **กลไกด้านการจัดการ**

คือ การพัฒนาให้มีเครือข่ายและอาศัยเครือข่ายในการจัดการตลาดร่วมกัน รวมไปถึงการกำหนดให้มีแผนการจัดการเครือข่าย แผนการจัดการตลาดที่ชัดเจนสมบูรณ์เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพของเครือข่าย และกลไกสุดท้าย คือ **กลไกด้านงบประมาณ**เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนเครือข่าย

สำหรับการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการจัดการตลาดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งมรดกวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการพัฒนาใน 2 ด้าน คือ ด้านการจัดการเครือข่าย และด้านการจัดการตลาด ซึ่งอาศัยแนวคิดการพัฒนา 3 มิติ คือ มิติความรู้ มิติความคิด และมิติของการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและการจัดการตลาดการท่องเที่ยว

2. มิติของนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการทางการท่องเที่ยว (Demand Side) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย ต่างประเทศ ลาวและเวียดนามมีความแตกต่างกัน สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า โดยส่วนใหญ่มีความต้องการความเป็นมิตรไมตรีและการให้บริการของคนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับภาพลักษณ์และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนอีสาน มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเรื่องของคนอีสาน มิตรไมตรี และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาส่วนใหญ่มีการรับรู้เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนในอีสานเรื่องของมรดกทางวัฒนธรรม สำหรับนักท่องเที่ยวเวียดนามมีการรับรู้ต่อกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอยู่อย่างหลากหลายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ซีมูล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวประเทศไทย ลาว และเวียดนาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการในการจัดการตลาด ในเชิงนโยบายสิ่งสำคัญ คือ ควรมีการสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายในระดับชุมชน จังหวัด พื้นที่ ภูมิภาค และระดับประเทศที่เชื่อมโยงการทำงานและการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน สร้างความชัดเจนในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยควรมีการกำหนดหน่วยงาน บทบาทหน้าที่ ตลอดจนการส่งเสริมให้มีหน่วยงานที่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาในการจัดการตลาดให้กับชุมชน นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้และทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมีความสามารถมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการในการจัดการตลาดของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ชุมชนควรมีการศึกษาและทำความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ชัดเจนมากขึ้น ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าให้กับทรัพยากรผ่านอัตลักษณ์และความโดดเด่นที่แตกต่าง ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไม่ทำให้เป็นการท่องเที่ยวราคาถูก ตลอดจนการเชื่อมโยงเครือข่ายให้เข้มแข็งมากขึ้น สิ่งสำคัญ คือ เครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีการพัฒนาตนเองและสมาชิกให้มีความรู้ ความเข้าใจและมีขีดความสามารถในการจัดการการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ผ่านการอบรม การเรียนรู้จากการปฏิบัติ และเรียนรู้จากเครือข่าย