

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: RDG5950029

ชื่อโครงการ: การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

ชื่อนักวิจัย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวภัทร ศรีจงแสง, เขมจิรา หนองเป็ด, วรรัตน์ บุญแฝง, สิริรัตน์ ชอบชาย,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ใจแก้ว แถมเงิน, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปวีณา คำพุกกะ, สรินทิพย์ ทวีเดช,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมลสินี อุดมพันธ์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

E-mail Address: ajarn_tae@yahoo.com, khemchira26@gmail.com, ajarnnui@gmail.com,
s.chobor@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ 1 มิถุนายน 2559 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2560

แผนงานวิจัยเรื่อง

แผนงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ (2) เสนอแนวทางในการทำการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ และ (3) เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว แผนงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐบาลในพื้นที่ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด อุตุสภกรรมจังหวัด หน่วยงานภาคเอกชน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์วิถีอีสานใต้ทั้ง 5 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถาม และการประชุมกลุ่มย่อย เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถาม การประชุมกลุ่มย่อยและการจัดนำเที่ยวทดลอง (Fam trip)

ผลการวิจัยพบว่า

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของอีสานใต้สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถจำแนกทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ได้เป็น 8 ด้าน ได้แก่ (1) สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน (2) งานศิลปหัตถกรรม (3) ศาสนา ศรัทธาและความเชื่อ (4) วิถีชีวิตและเครื่องแต่งกาย (5) อาหารท้องถิ่น (6) เทศกาลและงานประเพณี (7) ภาษาท้องถิ่นและ (8) อัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

การศึกษาได้เสนอแนวทางการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้ภายใต้สามารถดำเนินการผ่านการจัดการส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว (8 Ps) ดังนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทั้งหมด 8 เส้นทางที่มีการเชื่อมโยงและส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ (2) ราคา (Price) ในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ควรมีราคาค่าบริการให้เลือกหลายระดับ แตกต่างกันโดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการทางการท่องเที่ยวตามความต้องการของตนได้ (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีการเผยแพร่ข้อมูลแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว 8 เส้นทางผ่านศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ธุรกิจที่

แพคเกจ บริษัทนำเที่ยว เพื่อเป็นเป็นตัวกลางในการติดต่อและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ (4) การส่งเสริมตลาด (Promotion) ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดคือการตลาดทางตรงโดยใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต (5) บุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะของผู้ปฏิบัติงานให้มีความรู้และทักษะความสามารถในการบริการที่ดี (6) การจัดรวมผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Packaging) มีการพัฒนาเส้นทางทางการท่องเที่ยวทั้งหมด 8 เส้นทางที่มีการเชื่อมโยงและส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยววิถีอีสานใต้ที่มีความหลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายจากการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (7) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว (Programming) สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีโปรแกรมหรือกำหนดการที่มีคุณภาพ (8) ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership) เป็นการร่วมมือทางการตลาด เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์เส้นทางทางการท่องเที่ยวใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น อีกทั้งควรมีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อความสัมพันธ์ที่ดีและเอื้อผลประโยชน์ร่วมกันในการดำเนินธุรกิจในการเสนอขายสินค้าและการโดยการเสนอผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่าสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเกิดความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการได้ 7 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย (1) นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว (2) นักท่องเที่ยว (3) แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (4) ผู้ประกอบการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว (5) โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (6) การตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว (7) การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: เส้นทางทางการท่องเที่ยว อัตลักษณ์วัฒนธรรมวิถีอีสานใต้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อีสานใต้ การสื่อสารการตลาด

ABSTRACT

Project Code: RDG5950029

Project Title: Tourism Development Linked to the Tourism Identities of Lower Northeastern Part of Thailand

Investigators: Asst.Prof.Sregongsang, S., Nongped, K., Boonfaeng, W., and Chobkuay, S.,
Asst.Prof. Thaemngoen, J., Asst.Prof. Khampukka, P., Thaweedej, S.,
Asst.Prof. Udomphan, P. Ubon Ratchathani University

E-mail Address: ajarn_tae@yahoo.com, khemchira26@gmail.com, ajarnnui@gmail.com,
s.chobor@gmail.com

Project Duration: June 1, 2016 to May 31, 2017

This research aims to (1) investigate tourism identity for the Lower Northeastern Part of Thailand, (2) present the guidelines for the tourism marketing management for the Lower Northeastern Part of Thailand, and (3) present the development guidelines to link the tourism identities in the Lower Northeastern Part of Thailand. This research is quantitative research and qualitative research. The populations are the representatives from the government sectors such as the office of provincial culture, Tourism Authority of Thailand, the office of provincial tourism and sport, and the office of provincial industry including the private sectors and the local people in the Lower Northeastern Part of Thailand and Thai and foreign tourists. The researchers use in-depth interview, questionnaire, focus group, and Fam trip as the research instruments.

The results of the research finds that

There are two groups of the tourism resource that are the tourism identity of the Lower Northeastern Part of Thailand; natural and cultural resource. There are eight categories; (1) architecture and archaeology, (2) handicraft, (3) religion and belief, (4) the way of life of the local people and costume, (5) local foods, (6) local tradition and culture, and (7) local languages, and (8) natural attractions.

This research presents the guidelines for the tourism marketing promotion linked to the tourism identity in the Lower Northeastern Part of Thailand could be promoted through the marketing mixes (8 Ps) as follows; (1) product, (2) price, (3) place, (4) promotion, (5) people, (6) packaging, (7) programming, and (8) partnership.

In terms of the tourism development linked the tourism identity in the Lower Northeastern Part of Thailand could be conducted as following seven dimensions; (1) tourism development policy, (2) tourist, (3) tourist attraction and tourism products and services, (4) business owners and staff in tourism business, (5) tourism infrastructures, (6) tourism marketing and public relations, and (7) tourism network.

Keywords: Tourism routes, Cultural identity of the Lower Northeastern Part of Thailand, Cultural tourism, The Lower Northeastern Part of Thailand, Marketing communication