

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG 4950092

ชื่อโครงการ : โครงการการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้าน
ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ชื่อนักวิจัย: ชุข กาลังงาม

ดร.สุทธศิกดิ์ แก้วแกมจันทร์

นางสาวนันท์นภัส อยู่ประยงค์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วข.สุรินทร์

อีเมลล์: suikamlangngam@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 1 มิถุนายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนพื้นฐานพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านโดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่มีชื่อเสียง

ผลของการวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป และอเมริกาส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นเป็นประชาชนในท้องถิ่นและอยู่ในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกันเป็นส่วนมาก เหตุผลของการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนั้นเพราะมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถานอันเก่าแก่มากกว่างานวัฒนธรรมและประเพณี โดยมีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อต้องการมาศึกษาหาประสบการณ์ และอนุรักษ์สืบสานคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย การเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มาเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เน้นเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 68.9 มีเพียงจำนวนน้อยที่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวคือร้อยละ 1.6 ด้านการพักผ่อน นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นส่วนใหญ่พักกับครอบครัวหรือญาติพี่น้องมากกว่าพักโรงแรม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพักที่โรงแรมมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อทุกรูปแบบ อย่างไรก็ตามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับข้อมูลจากสื่ออินเตอร์มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความสนใจจะเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการท่องเที่ยวที่ประเทศลาวมากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการไปเที่ยวประเทศกัมพูชามากที่สุด

แนวทางการจัดการด้านการตลาดควรจะมุ่งเน้นไปยังการจัดการการให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และการทำป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวคือการได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่ได้มาเที่ยวแล้วมากที่สุด ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดคือการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้กลับไปบอกเล่าให้กับญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง ในลักษณะยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ในเชิง “ปากต่อปาก” อันเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดและลงทุนน้อยที่สุด

สำหรับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังมีอุปสรรคหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางการคมนาคมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และกฎระเบียบเข้าออกระหว่างประเทศ ถ้าสามารถแก้ไขได้ สร้างความเป็นหุ้นส่วนของกันและกัน การติดต่อกันระหว่างท้องถิ่นกับท้องถิ่นประเภทเข้าและเยือนแบบบ้านพี่เมืองน้อง จะขยายตลาดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: กลุ่มจังหวัดอีสานใต้, การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม, การบริโภค, พฤติกรรม

Abstract

Project Code: RDG 4950092

Project Title: The Study of Tourists' Consumption Behavior in Cultural Tourism
in the Lower Northeastern Region

Investigators: Kamlangngam S. 1.,

Kaewkamcharn S. 2.,

Yooprayong N.,

Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

E-mail Address: suikamlangngam@hotmail.com

Project Duration: 1 June 2006 - 31 May 2007

The lower Northeastern region is one of the richly cultural and traditional lands of Thailand, but the tourists visiting this land are few. The study aims were 1) To study tourists' consumption behavior in cultural and traditional tourism, 2) To guide the methods of cultural tourism management, and 3) To find out the ways of connection between Thailand's lower Northeast and neighboring countries closed to it. The research contained both quantitative and qualitative data collected in the traditional festivals and historical sites of the lower northeast. 400 samples were collected from Thai tourists with questionnaires and 60 samples from foreign tourists with interviews. The results were found that most of Thai and foreign tourists were young. The foreign tourists were mostly from Europe and the USA while Thai tourists were the local and the ones lived in the near provinces. Both Thai and foreign tourists were mostly interested in historical tourism more than cultural tourism, and most of them traveled by themselves more than tour agency service. Most Thai tourists stayed overnight with their relatives while most foreign tourists stayed at the hotel. Thai tourists knew the information from various media as most foreign

tourists knew from the internet. Both groups of tourists wanted to visit the neighboring countries, but different, Thai tourists wanted to go to Laos most while foreign tourists wanted to go to Cambodia more than others. The efforts should be made to ensure integration to bring about the development of network tourism among the neighboring countries, and should be partnership of each other, that strengthens and increases the tourism market in the region.

Key words: Lower Northeastern Region, Cultural Tourism, Consumption, Behavior