บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG4950098

ชื่อโครงการ : กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน ของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้

ชื่อนักวิจัย ณัฏฐินี ศรีวงศ์ตระกูล มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดวงใจ คำรบธนสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เมธี ทองดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

E-mail Address: sriwongtrakul@yahoo.com / nattineeoh@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : วันที่ 1 มิถุนายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน ของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ (Home Stay Promotion Strategy for Youth Tourist in South-Northeastern Region)ครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) ในการดำเนินงานศึกษาทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเชื่อถือ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน ของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มเยาวชนที่มีต่อที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ 3) เพื่อให้ได้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ และ 4) เพื่อให้ได้ถึงยุทธศาสตร์การพึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้โดยการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการศึกษา พบว่า ปัญหาของการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้ คือ กลุ่มโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดอย่างแท้จริง ขาดความตระหนักในการให้การส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านการส่งเสริมการตลาด สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ยังขาดความสามารถในการสื่อสาร ทั้งการพูด และการเขียน มีงบประมาณมีจำกัด บุคลากรจากหน่วยงานในท้องถิ่นส่วนใหญ่ก็ยังขาดความรู้ในเรื่องการส่งเสริมการตลาด การขาดงานการวิจัย

และงานเชิงวิชาการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในเขตอีสานใต้ ขาดหน่วยงานกลางในระดับพื้นที่ ที่จะช่วยในการส่งเสริมงานด้านการส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่มโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน ส่วนใหญ่ไม่รู้จักและไม่เข้าถึงลักษณะที่แท้จริงของคำว่า “โฮมสเตย์” ในประเทศไทย และไม่เคยได้รับข้อมูลจากการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์

ดังนั้น กลยุทธ์ที่สำคัญที่จะส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในเขตอีสานใต้ สามารถลำดับไปเป็นข้อรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์การจัดตั้งหน่วยงานกลางด้านการส่งเสริมการตลาดของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมของเขตอีสานใต้

2. กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านความรู้และความตระหนักในการส่งเสริมการตลาดของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท

3. กลยุทธ์การพัฒนางานด้านระบบสารสนเทศของที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทสำหรับชุมชนหรือกลุ่มผู้บริหารจัดการโฮมสเตย์และสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน

4. กลยุทธ์การนำเรื่องของการท่องเที่ยวหรือเรื่องที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน หรือหลักสูตรของโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทั้งในท้องถิ่นและทั่วไป

คำหลัก: กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ABSTRACT

Project Code: RDG4950098

Project Title: Home Stay Promotion Strategy for Youth Tourist in Lower - Northeastern Thailand

Investigators: 1. Sriwongtrakul N. Nakhon Ratchasima Rajabhat University
2. Khamrobthanasarn D. Nakhon Ratchasima Rajabhat University
3. Thongdee M. Nakhon Ratchasima Rajabhat University

E-mail Address: sriwongtrakul@yahoo.com / nattineeoh@yahoo.com

Project Duration: 1 June 2006 – 31 May 2007

This research aims to study the development and information about Home Stay in South – Northeastern Region, to study of the needs of youth tourists in home stay promotion strategy, to suggest the strategies for home stay's promotion, and to purpose the strategy for supporting and linking for sustainable tourism between Thai and neighbours countries

It has been found that the problem of home stay promotion strategy in Sotheastern Isan are; local community lacks of understanding and awareness in promotion strategy, lacks of writing and speaking skills in Central Thai and foreign languages, lacks of budgets, the government staff also lacks of understanding and awareness in promotion strategy, no specific central unique to support about home stay promotion and not many research in home stay promotion and youth tourists also lacks of understanding about home stay and how to stay with local people without negative impacts.

So, Lower - Northeastern Thailand Region home stay should have the promotion strategy for sustainable tourism as follows:

1. The strategy of establishing the unique centre for supporting home stay's promotion.

2. The strategy of developing home stay in knowledge and awareness of promotion.
3. The strategy of developing information system management in home stay promotion for local community and tourist.
4. The strategy of encouraging home stay to local school.

Keyword: Promotion Strategy