



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (The Consuming
Behaviors in Tourism Products of Tourists in the
Provinces in Lower Northeastern Region)

โดย พิสมัย ประชานันท์ และคณะ

พฤษภาคม 2550

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (The Consuming
Behaviors in Tourism Products of Tourists in the
Provinces in Lower Northeastern Region)

คณะผู้วิจัย

1. พิชมัย ประชานันท์
2. นวมินทร์ ประชานันท์
3. อรรถกร จัตกุล
4. สุนันทา วีรกุลเทวัญ

สังกัด

- มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว
เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ)

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนการดำเนินการวิจัยตลอดระยะเวลาของโครงการจาก รองศาสตราจารย์โกวิท เขื่อนกลาง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพัตรา รักการศิลป์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิรันดร์ กุลทานันท์ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่ได้อำนวยความสะดวกในการประสานงานระหว่าง สกว.กับคณะผู้วิจัย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้อำนวยการสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนและทีมงานที่ได้อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทุกขั้นตอน

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งประกอบด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล ดร.โคมยง โต๊ะทอง และ อาจารย์สำราญ สมจิตร ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานทุกขั้นตอน

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์จำเริญ อุ่นแก้ว อาจารย์นริษช ญวดีนิเวศ คุณสุรเสน วรณภูมิกัมภ์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านลาด ผู้จัดการโรงแรมที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ที่กรุณาเอื้อเฟื้อสถานที่ ข้อมูลนักท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และขอขอบคุณคณะนักศึกษาที่ได้ให้ความร่วมมือในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการ ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวกีฬานันทนาการ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ประธานชมรมธุรกิจท่องเที่ยว ตัวแทนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทุกจังหวัดในเขตพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ ที่ได้ให้ความร่วมมือเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกท่าน ทุกจังหวัดในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้ที่ได้สละเวลาให้ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก

ท้ายนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ร่วมทีมวิจัยทุกท่าน ที่ได้ช่วยทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

พฤษภาคม 2550

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานการวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโศคผลิตภันท์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเทียวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นโครงการวิจัยที่อยู่ในชุดโครงการ ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ) มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานตามโครงการซึ่งวางอยู่บนรากฐานสำคัญ 3 ประการ คือ 1) สร้างผลงานวิจัยท่องเที่ยวคุณภาพ 2) สร้างนักวิจัยท่องเที่ยวคุณภาพ 3) สร้างวิธีบริหารจัดการการวิจัยท่องเที่ยวแบบใหม่ โดยเน้นการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในพื้นที่ร่วมกับผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัยเพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้จริงผ่านธนาคารข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ เพื่อใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์และจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพทั้งในและต่างประเทศ ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโศค 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ พฤติกรรมก่อนการบริโศค พฤติกรรมระหว่างบริโศค และพฤติกรรมหลังการบริโศคผลิตภันท์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเทียวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และ อุบลราชธานี

สำหรับในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการด้วยกัน คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโศคผลิตภันท์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเทียวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโศคผลิตภันท์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเทียวระหว่างนักท่องเทียวชาวไทย และนักท่องเทียวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

สำหรับระเบียบวิธีวิจัยในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโศคผลิตภันท์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเทียวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประกอบด้วยจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และ อุบลราชธานี ซึ่งจำแนกเป็น 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ พฤติกรรมก่อนการบริโศค พฤติกรรมระหว่างการบริโศค และพฤติกรรมหลังการบริโศค โดยมีตัวแปรที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส สัมภูชาติของนักท่องเทียว (ชาวไทย , ชาวต่างประเทศ)

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในลักษณะที่เป็นพฤติกรรมก่อนการบริโภค ระหว่างบริโภค และ หลังการบริโภค จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทนำเที่ยว ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน และเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 60 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่าง โดยใช้ t-test และ ANOVA สำหรับ ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ใน ด้านพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติใช้เวลา ในการวางแผนการท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 เดือน และในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในการสืบค้นข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตและ หนังสือแนะนำเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากการบอกเล่าของเพื่อนหรือ ญาติ สำหรับด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่าวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไม่แตกต่างกันคือเพื่อพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศและ การตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวก็มีเหตุผลเช่นเดียวกันทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวเนื่องจากชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

ด้านพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยคือส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน สำหรับ พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาตินิยมใช้รถโดยสารประจำทาง ด้านที่พักนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมพักตามโรงแรมหรือ เกสต์เฮ้าส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมพักโรงแรมหรือบ้านญาติและบ้านเพื่อน สำหรับ ในด้านแหล่งอาหารนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นิยมรับประทานอาหารจาก

ร้านอาหารท้องถิ่น ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกันทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำหรับในด้านการซื้อของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมซื้อของมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

สำหรับด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านสถานที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบริษัทท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สำหรับแนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน มีข้อเสนอแนะสำหรับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด สมาคม/ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ในการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน ดังต่อไปนี้

1. **ด้านแหล่งท่องเที่ยว** : จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากพบปัญหา ด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสกปรก แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไม่ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กองอุทยานต่าง ๆ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1.1 จัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการจัดการ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณที่เป็นอันตรายแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติในขณะท่องเที่ยว

1.2 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวตระหนักในด้านการร่วมด้วยช่วยกันรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงความสวยงามเช่นเดิม

1.3 จัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับคนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับการสร้างสรรค์พันธมิตรที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

1.4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรปรับแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น และควรวางแผนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านได้ด้วย เพื่อให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

1.5 หน่วยงานภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงอีสานใต้สู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปิดช่องทางชายแดนทุกช่องที่เกี่ยวข้องและสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เพื่อความหลากหลายของเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว)

2. ด้านสถานที่พัก : จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นิยมพักโรงแรมในเขตตัวเมืองมากที่สุด รองลงมาคือบ้านญาติ/เพื่อนสำหรับชาวไทย และเกสต์เฮ้าส์สำหรับชาวต่างชาติ ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มการเข้าพักโรงแรม ณ ที่พักประเภทต่าง ๆ ให้มากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักควรสร้างพันธมิตรกับบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น เข้าร่วมโครงการต่าง ๆ กับภาครัฐ การกำหนดอัตราค่าห้องพักควรรักษามาตรฐานที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเดือดร้อน ที่พักจะต้องมีระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด พัฒนากิจกรรมบริการแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร : ผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร ภัตตาคาร ควรวางแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานสาธารณสุข ในการตรวจสอบมาตรฐานของร้านอย่างต่อเนื่อง พัฒนากิจกรรมบริการให้แก่พนักงานในด้านการสร้างสัมพันธ์ไมตรีต่อลูกค้า

4. ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก : เพื่อให้ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ควรใช้แนวทางในการปฏิบัติดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายควรเน้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากท้องถิ่นของตนเองเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

4.2 ควรมีมาตรฐานด้านการกำหนดระดับราคาที่มีมาตรฐานกับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.3 ควรสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เดียวกันเพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก : จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาด้วยตนเองโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนหนึ่งนิยมเช่ารถเพื่อเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเช่นเดียวกัน ดังนั้น กรมทางหลวง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีแนวทางดังต่อไปนี้

5.1 ปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน เส้นทางคมนาคมหลัก/รอง ปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีภาษาต่างประเทศควบคู่ไปด้วยจัดบริการน้ำดื่มที่สะอาดให้กับนักท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและดูแลความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

5.2 กรมการขนส่งควรเพิ่มระบบการคมนาคมขนส่ง และเพิ่มรถเมลล์ในเส้นทาง การท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น ตลอดจนกำกับดูแลในเรื่องระยะเวลาการปล่อยรถให้เป็นไปตาม ตารางเวลาที่กำหนด

6. ด้านบริษัทท่องเที่ยว : จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางด้วยตนเอง ดังนั้นบริษัทท่องเที่ยวควรมีกยุทธศาสตร์การตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มการใช้บริการจาก บริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดย จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และตามวัยต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายควบคู่กันไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ รวมถึงผลดี ผลกระทบของการเปิดเส้นทาง การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ที่จะต้องใช้จุดผ่านแดนในเขตชายแดนที่ติดกับประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นทางผ่านไปสู่อุทยานแห่งชาติของประเทศไทยเพื่อนบ้าน

2. ควรมีการศึกษาในด้านองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในแต่ละจังหวัดของกลุ่มอีสานใต้ เพื่อนำไปสู่การจัดทำ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ที่แตกต่างกัน

3. ในแต่ละจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่อีสานใต้ควรมีการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อที่จะได้ปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของแต่ละจังหวัด ให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ด้านพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือรถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้รถโดยสารประจำทาง ด้านที่พักนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมพักตามโรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมพักโรงแรมหรือบ้านญาติและบ้านเพื่อน

ด้านแหล่งอาหาร นักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยนิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกัน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย คือมีค่าใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 300 บาท

สำหรับด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านสถานที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบริษัทท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

คำหลัก : พฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

Project Code : RDG4950068

Project Title : The Consuming Behaviors in Tourism Products of Tourists
in the Provinces in Lower Northeastern Region

Investigators : Pisamai Prachanant Sunanta Viragoontavan
 Nawamin Prachanant Auttakorn Chuttukul
 Buriram Rajabhat University

E-mail Address prachanant@thaimail.com Sunanta_v@hotmail.com
nawaminpt@yahoo.com tum_@thaimail.com

Project Duration : 1 June 2549 – 31 May 2550

The purposes of this research were: 1) to examine the consuming behaviors in tourism products of tourists in the provinces in lower northeastern region; 2) to compare the consuming behaviors in tourism products between Thai and foreign tourists who travel in the provinces in lower Northeastern region; and 3) to investigate the ways to enhance the relationships between tourism in the lower northeastern provinces of Thailand and the neighboring countries. The research instruments were questionnaire and interview. The former was administered with 500 subjects; whereas, the latter was requested by 60 subjects. The collected data were analyzed by using the percentage, mean, standard deviation, t-test and ANOVA.

The findings were as follows:

1. In terms of the consuming behaviors before traveling, both Thai and foreign tourists spent less than 1 month to plan their program about traveling. Also, both groups stated that the purposes of traveling are for relaxing and visiting new sites.

2. In terms of the consuming behaviors while traveling, foreign tourists spent more time than Thai tourists. The private cars were used by Thai tourists while the bused were used by foreign tourists when traveling in the lower northeastern provinces. Also, foreign tourists preferred to stay in the hotels or guesthouses; whereas, Thai tourists stayed overnight at the hotels or their cousin's and friends' houses. Both Thai and foreign tourists preferred to have their meals in the local food shops and the average expenses for food and beverages per day were less than 300 baht.

3. In terms of the consuming behaviors in tourism products after traveling, there was significant difference at .05 level in "Tourist attractions", "Accommodation", and "Food shops and restaurants" as compared between Thai and foreign tourists.

4. There was significant difference at .05 level in "Tourist attractions", and "Food shops and restaurants" in terms of Thai tourists' age.

5. There was no significant difference of the consuming behaviors in tourism products in terms of foreign tourists' age.

6. There was no significant difference of the consuming behaviors in tourism products in terms of the tourists' educational levels.

7. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in "Food shops and restaurants", "Products and souvenirs" and "Supporting services" in terms of Thai tourists' occupation.

8. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in terms of foreign tourists' occupation.

9. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in terms of "Food shops and restaurants" in terms of Thai tourists' income/ salary.

10. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in "Tour company" in terms of foreign tourists' income/ salary.

Keywords : Consuming behaviors , Tourism products , Tourists behaviors , Tourists

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ฎ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพประกอบ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	ด
บทนำ.....	1
หลักการและเหตุผล.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
คำถามการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
แนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	5
สรุป.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
บทนำ.....	7
บริบททางการท่องเที่ยวในเขตกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.....	7
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	22
องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	25
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	26
รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว.....	28
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว.....	37
พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว.....	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)	
ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	44
ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.....	45
ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.....	52
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
สรุป.....	65
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
บทนำ.....	66
กรอบความคิดการวิจัย.....	66
ระเบียบวิธีวิจัย.....	67
สรุป.....	73
บทที่ 4 ผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
บทนำ.....	74
ผลการศึกษา.....	75
การอภิปรายผลการวิจัย.....	102
ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้.....	105
สรุป.....	110
บทที่ 5 บทสรุป	
บทนำ.....	111
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	111
คำถามวิจัย.....	111
การทบทวนวรรณกรรม.....	112
ระเบียบวิธีวิจัย.....	113
สรุปผลการวิจัย.....	113
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	119
สรุป.....	120

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	122
ภาคผนวก.....	125
ภาคผนวก ก บทความวิจัย	126
ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	141
ภาคผนวก ค แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติไทย.....	153
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์รายบุคคล	165
ภาคผนวก จ ภาพกิจกรรม	169
ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้วิจัย	190

สารบัญตาราง

	หน้า
2.1 แสดงคำถาม คำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค	43
2.2 ข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	57
3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี	68
3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี	68
3.3 ข้อมูลจังหวัดและสถานที่เก็บข้อมูล จำแนกตามจังหวัด และชนิดของเครื่องมือ	70
4.1 สรุปผลพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและการเดินทาง	84
4.2 ระดับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	86
4.3 สรุปลักษณะที่เหมือนกันของพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามพฤติกรรมก่อนการเดินทาง และระหว่างเดินทาง	92
4.4 สรุปลักษณะที่แตกต่างกันของพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามพฤติกรรมก่อนการเดินทาง และระหว่างเดินทาง	93
4.5 สรุปลักษณะที่เหมือนกันของพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง	94
4.6 สรุปลักษณะที่แตกต่างกันของพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง	95
4.7 ข้อค้นพบ สิ่งที่ต้องปรับปรุงและแนวทางการเชื่อมโยงตามมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	100
4.8 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการศึกษาไปใช้ จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	106

สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
2.1 แสดงพื้นที่ 19 อำเภอในเขตจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมาบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี	8
2.2 รูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	28
2.3 แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	30
2.4 โครงสร้างการตัดสินใจของผู้บริโภค	33
2.5 โครงสร้างพฤติกรรมผู้ซื้อ	35
2.6 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์	39
3.1 กรอบความคิดการวิจัย	67

บทที่ 1

บทนำ

1.1 บทนำ

ในการนำเสนอบทนำ ผู้วิจัยขอนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์การวิจัย คำถามการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ ขอบเขตของการวิจัย ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ และแนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.2 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศและท้องถิ่นเนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างประโยชน์แก่ระบบเศรษฐกิจใน 3 ด้าน คือ เป็นสินค้าส่งออกในรูปแบบการบริการ (Service Export) ที่สร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ สร้างกิจกรรม (Jobs Requirement) และรายได้ (Income) ผู้ส่วนต่าง ๆ ของประเทศและกระตุ้นให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการโดยการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม นอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ สันติภาพ ความเป็นมิตรระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ความภาคภูมิใจและสำนึกในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ซึ่งรัฐบาลได้แถลงนโยบายด้านการท่องเที่ยวว่ามีเป้าหมายสำคัญคือการนำรายได้หลักเข้าสู่ประเทศโดยมุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นประตูผ่านหลัก (GATE WAY) ด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย มุ่งเน้นตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าในภูมิภาค การส่งเสริมความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว เชื่อมโยงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ตลอดจนการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (สำนักงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. 2548 : 10-15)

สำหรับในระดับภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือนับเป็นอีกภูมิภาคหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มจังหวัดในเขตภาคอีสานตอนล่าง อดีตเคยเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางด้านอารยธรรมขอมโบราณในยุคพระเจ้าชัยวรมันตามความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่ได้ระบุไว้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์เฉพาะพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนล่างหรืออีสานใต้ (นครราชสีมา

ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี) ซึ่งนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเน้นการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สูงขึ้น โดยใช้เส้นทางการท่องเที่ยวที่เป็นเส้นทางวัฒนธรรมขอมจากเส้นทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของประเทศไทยสู่นครวัดของประเทศกัมพูชาตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดอีสานใต้ โดยใช้หลักยุทธศาสตร์การตลาดนำการพัฒนา คือ พัฒนาศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย กระจายเครือข่ายในการดำเนินการโดยดึงจุดเด่นของแต่ละจังหวัดมาเป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์ เช่น

จังหวัดนครราชสีมา เป็นศูนย์กลางตลาดการประชุมในระดับภูมิภาค ประตูลู่อีสานศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จังหวัดชัยภูมิ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวและเป็นเมืองเก่าแก่มาตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจ

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมขอมภายในประเทศ

จังหวัดสุรินทร์ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสานใต้และพัฒนาให้เป็นอุทยานช้าง (หัตถกรรม – คชศึกษา)

จังหวัดศรีสะเกษ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมของระหว่างประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทย – จีนโดจีน

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวแหล่งกำเนิดอารยธรรมไทยอีสาน (ก่อนประวัติศาสตร์ – หลังประวัติศาสตร์) และประตูลู่อินโดจีน (ลุ่มน้ำโขง) (สำนักงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. 2548 : 10-15)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการที่ภาครัฐจะมุ่งส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันให้พื้นที่ในเขตภูมิภาคอีสานตอนใต้ (เส้นทางวัฒนธรรมขอม) เกิดการพัฒนาและมีการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะในด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอมเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเส้นทางวัฒนธรรมขอมทั้งสร้างความตระหนักให้ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายเพื่อเตรียมความพร้อมในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนล่าง

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.3.2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

1.4 คำถามการวิจัย

1.4.1 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

1.4.2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.4.3 แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไรบ้าง

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มบุคคลทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี เป็นการชั่วคราวอย่างสมัครใจด้วยจุดประสงค์ใด ๆ ก็ตาม หรือพักค้างแรมในพื้นที่ท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อย่างน้อย 1 คืน

พฤติกรรมกรรมการบริโภค หมายถึง การศึกษาถึงการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคเพื่อทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ คือ การจัดหา การบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภค และได้รับความพอใจสูงสุด

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ขบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่ง ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ พฤติกรรมก่อนการบริโภค พฤติกรรมระหว่างบริโภค และพฤติกรรมหลังการบริโภค ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ พฤติกรรมก่อนการบริโภค พฤติกรรมระหว่างบริโภค และพฤติกรรมหลังการบริโภค ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และ อุบลราชธานี

1.6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.6.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดในเขตอีสานใต้

1.6.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มจากกลุ่มประชากรข้างต้นโดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป TARO YAMANE ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 560 คน

1.6.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1.6.2.1 **ตัวแปรอิสระ** คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส สัญชาติของนักท่องเที่ยว(ชาวไทย , ชาวต่างประเทศ)

1.6.2.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในลักษณะที่เป็นพฤติกรรมก่อนการบริโภค ระหว่างบริโภค และหลังการบริโภค จำแนกตามตำแหน่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทนำเที่ยว

1.7 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทราบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว

1.7.2 ทราบถึงระดับความแตกต่างกันของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.7.3 ทราบแนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

นำผลการวิจัยที่ได้รับไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการจัดทำแผนและนโยบายด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ เพื่อให้เกิดการจัดบริการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุก ๆ กลุ่ม ที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มอีสานใต้

1.9 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

โครงการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยที่ได้ในระยะแรก ผู้วิจัยจะนำเสนอรายงานการวิจัยต่อสำนักงานการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนและกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ และในระยะยาวจะนำเสนอข้อมูลต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ฯลฯ เพื่อบรรจุเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่รับหน่วยงานนั้นรับผิดชอบในลำดับต่อไป

1.10 สรุป

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นับว่าเป็นข้อมูลที่สำคัญ สำหรับหน่วยงานภาครัฐในระดับส่วนกลาง คือ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และระดับท้องถิ่น คือ ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาันทนาการจังหวัด ภาคเอกชน (สมาคม ชมรม ฯลฯ) รวมทั้งผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง/สัมพันธ์กับธุรกิจท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ โดยอาศัยหลักความร่วมมือจากหลาย ๆ ฝ่าย และจะต้องเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนด้วย ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ นอกจากนี้ยังสามารถจัดบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงกับสิ่งที่จะเป็นมูลเหตุที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวในครั้งต่อ ๆ ไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติ

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บทนำ

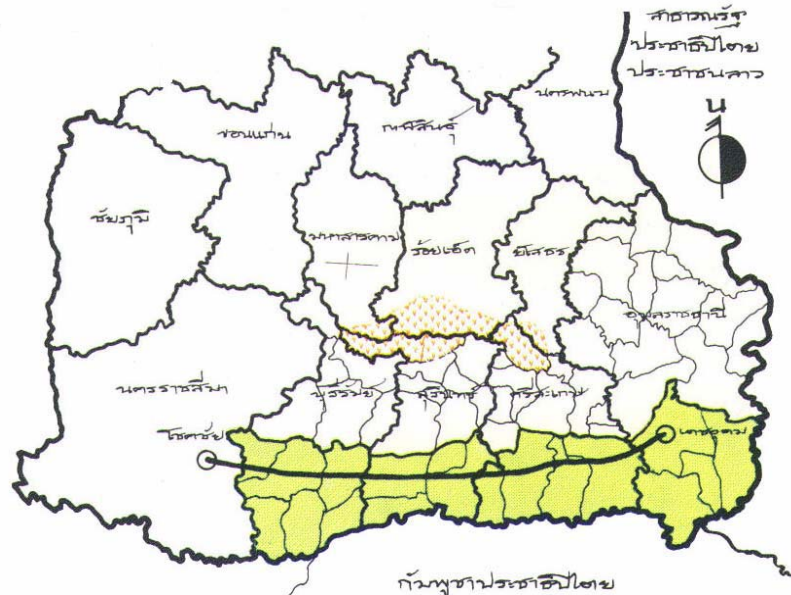
ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” คณะวิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นทฤษฎีนำทางและเป็นกรอบความคิดสำหรับงานวิจัย โดยจะนำเสนอหัวข้อที่ได้ศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. บริบททางการท่องเที่ยวในเขตกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
2. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
5. รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว
6. แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
7. พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว
8. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
9. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
10. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
11. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
13. สรุป

2.2 บริบททางการท่องเที่ยวในเขตกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

“อีสานใต้” คือบริเวณที่อยู่ตอนล่างหรือทิศใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ประกอบด้วยจังหวัด นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ภูมิภาคส่วนนี้มี 19 อำเภอที่มีพื้นที่เป็นชายเขตแดนคาบเกี่ยวเขตการปกครองเป็นบางส่วนของ 4 จังหวัด คือ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี มีบริเวณทอดยาวตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลขที่ 24 สาย โชคชัย – เดชอุดมและแนวเขตแดนของประเทศที่ติดต่อประเทศกัมพูชา

และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมีเนื้อที่ทั้งสิ้นจำนวน 11.71 ล้านไร่ ดังแสดง
ในภาพ 2.1



ภาพ 2.1 พื้นที่ 19 อำเภอในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี
ที่มีชายเขตแดนติดกับประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ที่มา http://www.nesdb.go.th/plan/data/plan_5/data/M4_4.doc

ในประวัติศาสตร์ภูมิภาคส่วนนี้เคยตกเป็นอาณานิคมมาก่อนที่มาเป็นของไทย ดังนั้นในปัจจุบันเราจึงพบว่า มีชนชาวเขมรและชนชาวส่วยปะปนอยู่กับชนชาติไทยในอีสานใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังมีร่องรอยของอารยธรรมขอมที่ปรากฏให้เห็นจำนวนมากจากโบราณสถานต่าง ๆ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทหินศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ และปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น โบราณสถานเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเพื่อเสริมความแข็งแกร่งสำหรับการท่องเที่ยวของไทยบริเวณ “อีสานใต้” อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวในอีสานใต้กับการท่องเที่ยวใน “ภาคเหนือของกัมพูชา” และ “ภาคใต้ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว” ซึ่งหากพัฒนาให้เป็นเส้นทางแห่งการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันได้ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่นิยมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอภาพรวมของการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดในเขตอีสานใต้ จะได้นำเสนอเป็นรายจังหวัดตามลำดับดังนี้ ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยในแต่ละจังหวัดจะมีการกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ และข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

จังหวัดชัยภูมิ

ชัยภูมิเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่บนสันขอบที่ราบสูงอีสาน มีอาณาเขตติดต่อกับภาคกลาง และภาคเหนือ อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 340 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 12,778 กิโลเมตร มีอำเภอ 15 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมืองชัยภูมิ อำเภอบ้านเขว้า อำเภอคอนสวรรค์ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ อำเภอหนองบัวแดง อำเภอจัตุรัส อำเภอภูเขียว อำเภอบำเหน็จณรงค์ อำเภอบ้านแท่น อำเภอแก้งคร้อ อำเภอเทพสถิต อำเภอหนองบัวระเหว อำเภอภักดีชุมพล อำเภอเนินสง่า และกิ่งอำเภอซับใหญ่ ชัยภูมิเป็นดินแดนที่มีทุ่งดอกกระเจียว นอกจากนี้ยังเป็นจังหวัดที่มีป่ามากที่สุดจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีเทือกเขาที่สำคัญ ได้แก่ ภูพังเหย ภูแล่นคา ภูผญาผ่อ ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำชี

สำหรับด้านประวัติศาสตร์ จังหวัดชัยภูมิมีอารยธรรมที่ซ้อนทับหลายสมัย ตั้งแต่สมัยทวารวดี ขอม จนถึงอารยธรรมลาวล้านช้าง มีการค้นพบโบราณสถาน โบราณวัตถุมากมายหลายพื้นที่และยังได้ชื่อว่าเป็นเมืองหน้าด่านในสมัยกรุงศรีอยุธยาในรัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ต่อมาเมืองก็ร้างไปปรากฏชื่ออีกครั้งหนึ่งในสมัยรัตนโกสินทร์โดยมีชาวเวียงจันทน์เข้ามาช่วยสร้างบ้านแปงเมือง มีผู้นำชื่อ “แล” ต่อมาได้รับการแต่งตั้งเป็นเจ้าเมืองคนแรกของชัยภูมิ

การเดินทาง

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปชัยภูมิ สามารถเดินทางได้ทั้งโดยรถยนต์ และรถไฟ

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางโดยรถยนต์ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ถึงสระบุรี แยกขวาไปตามเส้นทางหลวงหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) แล้วแยกซ้ายเข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 201 ที่อำเภอสีคิ้ว ผ่านอำเภอด่านขุนทด อำเภอจัตุรัส เข้าสู่จังหวัดชัยภูมิ รวมระยะทางประมาณ 340 กิโลเมตร หรือ อาจจะใช้เส้นทางหนึ่ง คือ จากกรุงเทพฯ ไปตามถนนพหลโยธิน ผ่านสระบุรี ถึงทางแยกพู่แค แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 21 ถึงอำเภอชัยบาดาล จากนั้นไปตามทางหลวงหมายเลข 205 ผ่านอำเภอเทพสถิต อำเภอจัตุรัส เข้าสู่จังหวัดชัยภูมิ การเดินทางโดยใช้รถโดยสารประจำทาง มีรถประจำทางบริการเดินรถ กรุงเทพฯ - ชัยภูมิ ทุกวัน ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 5 ชั่วโมง

รถไฟ จากกรุงเทพฯ สถานีรถไฟหัวลำโพง มีรถไฟ ทั้งรถด่วน และรถเร็ว กรุงเทพฯ – หนองคาย บริการทุกวัน โดยนักท่องเที่ยวอาจจะลงที่สถานีบัวใหญ่ และต่อรถโดยสารประจำทาง ไปตัวเมืองชัยภูมิอีกประมาณ 50 กิโลเมตร

นอกจากนี้ยังมีรถประจำทางจากจังหวัดชัยภูมิไปยังอำเภอต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถขึ้นรถโดยสารประจำทางไปกรุงเทพฯ เลย เชียงใหม่ นครสวรรค์ นครราชสีมา ขอนแก่น เพชรบูรณ์ หล่มสัก ชุมแพ บัวใหญ่ คอนสวรรค์ หนองบัวแดง เกษตรสมบูรณ์ บ้านเขว้า สมอทอด คอนสาร ลำน้ำราชนัย บ้านไผ่

แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิมีกระจายไปทั่วทั้งจังหวัด **เขตอำเภอเมือง** มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ **ปราสาทคู** อยู่ห่างตัวจังหวัดประมาณ 3 กิโลเมตร ปราสาทคูเป็นปราสาทที่มีแผนผังและลักษณะเช่นเดียวกับปราสาทที่ได้พบหลักฐานว่าเป็นอโรคยาศาลที่สร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 18 **วัดกุดโง้ง** เป็นสถานที่รวบรวมใบเสมาที่พบในบริเวณรอบ ๆ หมู่บ้าน **ภูพระ** อยู่ตำบลนาเสียว ภูพระเป็นภูเขาเดี่ยว ๆ ที่ผนังของลาดเขาจำหลักเป็นภาพพระพุทธรูปอุ้มทอง มีอายุอยู่ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 18 – 19 ร่วมสมัยอยุธยาตอนต้น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มี **น้ำตกผาเอียง** อยู่ห่างจากศาลากลางไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ประมาณ 32 กิโลเมตร เป็นน้ำตกขนาดกลาง **น้ำตกตาดฟ้า** ห่างจากจังหวัดไปทางทิศเหนือ ประมาณ 25 กิโลเมตร มีถ้ำเล็ก ๆ อยู่เชิงเขา ภูอีเฒ่า และมีน้ำตกเป็นลานหินลาดชันกว้าง ประมาณ 15 – 20 เมตร ยาวโดยตลอด 80 – 90 เมตร ลาดชันประมาณ 30 องศา **สระหงษ์** อยู่ห่างศาลากลางจังหวัดไปทางทิศเหนือประมาณ 12 กิโลเมตร เป็นสระโบราณอยู่กลางเนินเขาเดี่ยว ๆ กว้างประมาณ 5 วา ห่างจากสระนี้มีหินก้อนหนึ่งลักษณะคล้ายรูปหงษ์

อำเภอบ้านเขว้า มีชื่อเสียงเรื่องการทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายคุณภาพดีแห่งหนึ่งในภาคอีสาน อำเภอบ้านเขว้าอยู่ห่างจากอำเภอเมือง 13 กิโลเมตร **ภูแดง** เป็นโบราณสถานแบบขอมตั้งอยู่ในวัดกุดยาง (ภูแดง) อยู่ที่ตำบลตลาดแร้ง โบราณสถานแห่งนี้มีอายุประมาณจากลวดลายทับหลังราวพุทธศตวรรษที่ 16 ตรงกับศิลปะเขมรแบบบาปวน **อำเภอกุฉีชุม** มี **ศูนย์รวมไม้ดีดบ้านแซ้ว** ห่างจากตัวเมืองชัยภูมิก่อนเข้าอำเภอกุฉีชุมประมาณ 1 กิโลเมตร **พระธาตุหนองสามหมื่น** เป็นพระธาตุที่มีลักษณะสวยงามและสมบูรณ์องค์หนึ่ง สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 21 – 22 ในสมัยพระไชยเชษฐาธิราช ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านแก้ง **ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์จากผ้าขิด** กลุ่มสตรีทอผ้าขิดบ้านโนนเสลา ตำบลหนองต๋มได้รวมตัวกันทอผ้าขิดทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม หมอนขิด และหมอนจับ

อำเภอเทพสถิต มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหลายแห่ง อาทิ **อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม** เป็นป่าที่มีหินก้อนใหญ่ ๆ รูปร่างแปลก ๆ กระจายอยู่เต็มเป็นบริเวณประมาณ 200 ไร่ มีดอกไม้ป่าที่ออกดอกกระเจียว ขึ้นเต็มบริเวณบางส่วนของอุทยาน **น้ำตกเทพนา** เป็นน้ำตกขนาดกลาง อยู่ระหว่างเส้นทางจากบ้านตะแบกไปอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม **น้ำตกเทพประทาน** เป็นน้ำตกขนาดกลาง อยู่ห่างจากอำเภอเทพสถิตประมาณ 34 กิโลเมตร **อำเภอคอนสาร** มี **เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว** อยู่บนเส้นทางที่จะเข้าเขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นศูนย์ดำเนินงานด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่าเพาะเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์ป่าโดยเฉพาะประเภทสัตว์ปีกและสัตว์กบ **ทุ่งกระมัง** เป็นที่ราบกว้างใหญ่มีหญ้าสะบัดขึ้นเต็มทั้งทุ่ง การไปทุ่งกระมังใช้เส้นทางเดียวกับที่จะไปเขื่อนจุฬาภรณ์ ก่อนถึงอำเภอนาสารประมาณ 50 เมตร **เขื่อนจุฬาภรณ์** (เขื่อนน้ำพรม) ตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งพระ เป็นเขื่อนที่ปิดกั้นลำน้ำพรมบนเทือกเขาขุนพาย ลักษณะของเขื่อนเป็นเขื่อนหินทิ้งแกนกลางเป็นดินเหนียว **อำเภอภักดีชุมพล** มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เป็นถ้ำค่อนข้างมาก อาทิ **ถ้ำแก้ว** เป็นถ้ำขนาดใหญ่อยู่บนเทือกเขาหัวแดง มีหินงอกหินย้อยที่สวยงามมาก **ถ้ำประทุน** เป็นถ้ำขนาดกลางอยู่บนยอดเขาหัวแดง **ถ้ำหัวแดง** เป็นถ้ำขนาดใหญ่ สวยงาม แต่การเดินทางยังไม่สะดวก **ถ้ำพระ** เป็นถ้ำขนาดใหญ่อยู่บนเทือกเขาหัวแดง

อำเภอคอนสวรรค์ มีบึงแวง เป็นบึงขนาดกลาง ช่วงเดือนพฤศจิกายน – เมษายน จะมีนกเป็ดน้ำอพยพมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก **พระพุทธรูปใหญ่สมัยทวารวดี** เป็นพระพุทธรูปหินทรายแกะสลัก สร้างในสมัยทวารวดี **อำเภอหนองบัวแดง** มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติคือ **ผาเกิ้ง** เป็นภูเขาที่หินใหญ่ยื่นออกมาข้างทาง เป็นสถานชมวิวดูหนึ่งของจังหวัดชัยภูมิ อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 36 กิโลเมตร

เทศกาลประเพณี ในช่วงเดือนมกราคมของทุกปี จะมีการจัดงานประจำปีจัดในช่วงเดือนมกราคม ปีงานที่จัดเพื่อรำลึกถึงคุณงามความดีของเจ้าพ่อพระยาแลผู้สร้างเมืองชัยภูมิ **ประเพณีรำผีฟ้า** เป็นการรำบวงสรวงเป็นกลุ่ม ๆ ที่ภูพระจัดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน **งานแห่เทียนเข้าพรรษา** เป็นงานที่ประชาชนให้ความสนใจมากงานหนึ่ง

จังหวัดนครราชสีมา

นครราชสีมา หรือ มักจะรู้จักกันในชื่อสั้น ๆ ว่า “โคราช” จังหวัดนครราชสีมาถือได้ว่าเป็นเสมือนประตูสู่ภาคอีสานอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 260 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 20,494 ตารางกิโลเมตร มีอำเภอทั้งสิ้น 26 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอปากช่อง อำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอด่านขุนทด อำเภอโนนไทย อำเภอโนนสูง อำเภอขามสะแกแสง อำเภอพิมาย อำเภอคง อำเภอโนนแดง อำเภอประทาย อำเภอชุมพวง อำเภอบัวใหญ่ อำเภอแก้งสนามนาง อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอจักราช อำเภอห้วยแถลง

อำเภอปักธงชัย อำเภอโชคชัย อำเภอครบุรี อำเภอเสิงสาง อำเภอหนองบุญมาก อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และอีก 6 กิ่งอำเภอ คือ กิ่งอำเภอเมืองยาง กิ่งอำเภอเทพารักษ์ กิ่งอำเภอลำทะเมนชัย กิ่งอำเภอพระทองคำ กิ่งอำเภอบัวลาย และกิ่งอำเภอสีดา

นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีเนื้อที่ขนาดใหญ่ อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งการเดินป่าศึกษาธรรมชาติ พักผ่อน สำหรับด้านประวัติศาสตร์ นครราชสีมาเกิดจากการรวมชื่อเมืองโบราณสองเมือง คือ เมืองโคราชและเมืองเสมาซึ่งอยู่ในเขตอำเภอโนนสูงเคยเป็นที่ตั้งของชุมชนโบราณหลายแห่งตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงสมัยที่มีการเผยแพร่ของวัฒนธรรมทวารวดี และวัฒนธรรมแบบขอม เข้ามาในดินแดนแถบนี้ เคยมีฐานะเป็นเมือง “เจ้าพระยามหานคร” เช่นเดียวกับนครศรีธรรมราช ทางภาคใต้ของไทย มีอำนาจปกครองหัวเมืองน้อยใหญ่ในอีสานหลายแห่ง จนถึงปัจจุบันก็ยังคงความสำคัญอย่างต่อเนื่องในฐานะที่เป็นเมืองศูนย์กลางทางด้านคมนาคมเศรษฐกิจของภาคอีสาน

การเดินทาง

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังนครราชสีมา สามารถไปได้ทั้งรถยนต์และรถไฟ

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไปในนครราชสีมาได้หลายเส้นทาง แต่มีเส้นทางที่ประชาชนทั่วไปนิยมใช้มากที่สุด คือ ทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 (มิตรภาพ) ที่สระบุรี ไปจนถึงนครราชสีมา รวมระยะทางโดยประมาณ 260 กิโลเมตร และยังเส้นทางรถยนต์อีกเส้นหนึ่ง คือจากกรุงเทพฯ ผ่านไปทางมีนบุรี ฉะเชิงเทรา พนมสารคาม กบินทร์บุรี ปักธงชัย ถึงนครราชสีมา รวมระยะทางประมาณ 273 กิโลเมตร หรืออาจจะเลือกใช้เส้นทางรังสิต-นครนายก ต่อทางหลวงหมายเลข 33 ไปกบินทร์บุรี แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 304 ผ่านวังน้ำเขียว ปักธงชัย ไปจนถึงนครราชสีมา และถ้าเดินทางโดยใช้รถโดยสารประจำทาง จะมีทั้งรถโดยสารธรรมดา และรถโดยสารปรับอากาศ ออกจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ไปนครราชสีมาทุกวัน และตลอดทั้งวัน

รถไฟ มีรถไฟออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพงไปนครราชสีมาทุกวัน ทั้งรถด่วนและรถเร็ว

การเดินทางภายในตัวจังหวัด จังหวัดนครราชสีมามีสถานีขนส่ง 2 แห่ง มีรถสองแถว และรถเมล์สายต่าง ๆ บริการภายในตัวเมืองและบริเวณใกล้เคียง โดยแบ่งออกเป็นหลายสาย นอกจากนี้ยังมีบริการรถสามล้อถีบ และรถตุ๊กตุ๊กที่ให้บริการผู้โดยสารภายในตัวเมือง ทั้งนี้การตกลงราคาจะเกิดขึ้นก่อนการเดินทาง และหากจะเดินทางไปต่างอำเภอ ก็สามารถขึ้นรถโดยสารประจำทางหรือรถสองแถว

การเดินทางระหว่างจังหวัด สถานีขนส่งแห่งที่ 2 จะบริการสำหรับรถโดยสารที่บริการระหว่างจังหวัดในภาคอีสาน ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์ อุบลราชธานี บุรีรัมย์ สุรินทร์ และยังรถโดยสารไปยังจังหวัดในภาคอื่น ได้แก่ กรุงเทพฯ ชลบุรี พัทยา ระยอง จันทบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี นครสวรรค์ พิษณุโลก เชียงใหม่ และ เชียงราย (ไปจนถึงแม่สาย)

แหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีอาณาบริเวณกว้างใหญ่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและดึงดูดความสนใจทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก ในเขตอำเภอเมือง มีอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี สร้างขึ้นเมื่อพ.ศ. 2476 เป็นที่สักการะของชาวจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดใกล้เคียง **ประตูชุมพล** ในอดีตนครราชสีมาโบราณมีประตูเมืองทั้งหมด 4 แห่ง ได้แก่ประตูพลแสน ประตูพลล้าน ประตูไชยณรงค์ และประตูชุมพล **ศาลเจ้าหลักเมือง** ศาลแห่งนี้สร้างขึ้นในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชระหว่าง พ.ศ. 2199 – 2231 ศาลเจ้าหลักช้างเผือก เป็นศาลเจ้าสร้างครอบหลักตะเคียนหินซึ่งเดิมเป็นหลักที่ชาวเมืองภูเขียวนำช้างเผือกมาผูกไว้เพื่อให้พนักงานกรมศบาลตรวจดูลักษณะช้างก่อนกราบทูลทวายเป็นพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก **พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ** ตั้งอยู่ในบริเวณวัดสุทธิจินดา ตรงข้ามศาลากลางจังหวัด **ปราสาทหินพนมวัน** ตั้งอยู่ที่บ้านมะค่า ตำบลบ้านโพธิ์ เป็นโบราณสถานสมัยขอม สร้างในพุทธศตวรรษที่ 16 – 17 เพื่อเป็นเทวสถาน **อำเภอปากช่อง** มี **อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่** มีภูมิประเทศที่สวยงามนักท่องเที่ยวในประเทศนิยมไปท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ **อำเภอสีคิ้ว** มี **เขื่อนลำตะคอง** สร้างในปีพ.ศ. 2507 สร้างกั้นลำตะคองที่ช่องเขาเขื่อนล้นและช่องเขาถ่านเสียด **แหล่งหินตัด** เป็นเนินเขาที่มีหินทรายสีขาวอยู่ทั่วบริเวณ มีร่องรอยของการสกัดหิน สันนิษฐานว่าเดิมอาจจะมีการนำหินทรายบริเวณนี้ไปสร้างปราสาทหินที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง เช่นปราสาทเมืองแขก ปราสาทโนนกู่ ปราสาทหินเมืองเก่า ในเขตอำเภอสูงเนิน อำเภอวังน้ำเขียว สภาพภูมิประเทศของที่นี่สวยงามมาก สภาพภูมิอากาศเย็นสบาย มีรีสอร์ทมากมาย

อำเภอสูงเนิน มีโบราณสถานที่เหลือให้เห็นอยู่ 3 แห่ง คือ **ปราสาทโนนกู่ ปราสาทเมืองแขก และปราสาทเมืองเก่า** เมืองเสมา เป็นเมืองโบราณสมัยทวารวดี มีการขุดพบโบราณวัตถุในบริเวณนี้มากมาย **อำเภอครบุรี** มี **ปราสาทครบุรี** เป็นโบราณสถานสมัยขอมที่ใช้เป็น อโรคยาศาล ตั้งอยู่ในโรงเรียนบ้านครบุรีนครธรรมโฆสิตวิทยาการ **อำเภอปักธงชัย** มี **ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย** มี **วัดหน้าพระธาตุ** โบสถ์ของวัดเป็นโบสถ์เก่าแก่ ภายในมีภาพเขียนฝาผนังสมัยต้นรัตนโกสินทร์ มีเจดีย์ศิลปะแบบลาว **ภูเกษม** หรือปราสาทบึงคำ เป็นปราสาทหินทรายสร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 16 เพื่อใช้เป็นเทวาลัยในศาสนาพราหมณ์ลัทธิไศวนิกาย

อำเภอโชคชัย มีหมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อยู่ห่างจากตัวเมือง 15 กิโลเมตร ในสมัยโบราณตำบลนี้เป็นที่พักของกองเกวียนที่ค้าขายระหว่างโคราชกับเขมร **ปราสาทพะโค** ตั้งอยู่ที่ตำบลกระโทก ปราสาทพะโคเป็นศาสนสถานสมัยขอมก่อสร้างด้วยหินทรายสีขาว **อำเภอโนนสูง** มีแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ตั้งห่างจากตัวเมืองประมาณ 45 กิโลเมตร เป็นแหล่งโบราณคดีแห่งที่สองต่อบ้านเชียง จากหลักฐานสันนิษฐานได้ว่าบริเวณบ้านปราสาทมีชุมชนอาศัยอยู่ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยประวัติศาสตร์ **อำเภอพิมาย** มีอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ครอบคลุมพื้นที่เมืองโบราณที่เป็นที่ตั้งของศาสนสถานที่ใหญ่โตและงดงามแห่งหนึ่ง คือ ปราสาทหินพิมาย เป็นแหล่งโบราณคดีที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 18 **อำเภอประทาย** มีปราสาทนางรำ เป็นอโรคยาศาลที่สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 18 ในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แห่งอาณาจักรขอม

เทศกาลประเพณี มีงานประเพณีแข่งเรือพิมายจัดเป็นประจำมากกว่าร้อยปี โดยจะจัดในเทศกาลออกพรรษา

จังหวัดบุรีรัมย์

คำว่า “บุรีรัมย์” หมายถึง เมืองแห่งความรื่นรมย์ เป็นเมืองปราสาทหิน ดินแดนแห่งอารยธรรมโบราณ ตั้งอยู่เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถยนต์ประมาณ 410 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 10,321 ตารางกิโลเมตร มีอำเภอทั้งสิ้น 21 อำเภอ และอีก 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองบุรีรัมย์ อำเภอนางรอง อำเภอลำปลายมาศ อำเภอประโคนชัย อำเภอพุทไธสง อำเภอสตึก อำเภอกระสัง อำเภอบ้านกรวด อำเภอคูเมือง อำเภอละหานทราย อำเภอหนองกี่ อำเภอปะคำ อำเภอนาโพธิ์ อำเภอหนองหงส์ อำเภอพลับพลาย อำเภอห้วยราช อำเภอโนนสุวรรณ อำเภอชำนิ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอโนนดินแดง อำเภอบ้านกรวด อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ กิ่งอำเภอแคนดง และกิ่งอำเภอบ้านด่าน

ด้านประวัติศาสตร์ ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ามีหลักฐานทางโบราณคดีเกี่ยวกับการอยู่อาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สมัยทวารวดี และพบว่ามีปราสาทขอมน้อยใหญ่กว่า 60 แห่งกระจายอยู่ทั่วไป แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองมาแต่ครั้งอดีต นอกจากนี้ยังพบแหล่งโบราณคดีที่สำคัญคือ เตาเผา ภาชนะดินเผาสมัยขอมที่มีอายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 15 – 18 หลังจากสมัยของวัฒนธรรมขอมหรือเขมรโบราณแล้ว หลักฐานทางประวัติศาสตร์ของบุรีรัมย์ได้เริ่มขึ้นอีกครั้งตอนปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาโดยเป็นเมืองขึ้นของนครราชสีมา และปรากฏชื่อต่อมาในสมัยกรุงธนบุรีถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ โดยบุรีรัมย์มีฐานะเป็นเมือง ๆ หนึ่ง จนถึง พ.ศ. 2476 ได้มีการจัดระเบียบราชการบริหารส่วนภูมิภาคใหม่ จึงได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นจังหวัดบุรีรัมย์จนถึงปัจจุบัน

การเดินทาง

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ถึงจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถเดินทางได้ทั้งรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ เดินทางตามทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ถึงสระบุรี เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 2 (มิตรภาพ) จากนั้นแยกขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 24 (โชคชัย –เดชอุดม) ผ่านอำเภอหนองกี่ อำเภอนางรอง แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ตัวจังหวัด ตามทางหลวงหมายเลข 218 รวมระยะทาง 410 กิโลเมตร หรือจากนครราชสีมาตามทางหลวงหมายเลข 226 ผ่านอำเภอจักราช อำเภอห้วยแถลง และอำเภอลำปลายมาศ รวมระยะทาง 384 กิโลเมตร ซึ่งในการเดินทางอาจใช้บริการรถโดยสาร ขึ้นจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 มีบริการเดินรถทุกวันทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศ

รถไฟ มีรถไฟสายกรุงเทพฯ – อุบลราชธานี สายกรุงเทพฯ – สุรินทร์ และนครราชสีมา – อุบลราชธานี มีรถไฟทั้งที่เป็นรถด่วน รถเร็ว และรถดีเซลราง ผ่านสถานีบุรีรัมย์ทุกขบวน

เครื่องบิน จังหวัดบุรีรัมย์มีสนามบินขนาดเล็ก อยู่ที่อำเภอสตึก มีเครื่องบินขนาดเล็กบริการผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ วันละ 1 เที่ยวบิน เป็นของสายการบินภูเก็ทแอร์ ผู้โดยสารลงที่สนามบินแล้วสามารถต่อรถเข้าตัวเมืองบุรีรัมย์อีกเป็นระยะทางประมาณ 40 กิโลเมตร

การเดินทางภายในจังหวัด นักท่องเที่ยวเดินทางภายในตัวเมืองได้โดยใช้บริการรถสามล้อรับจ้าง รถตุ๊กตุ๊ก หรือรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง มีการตกลงราคาก่อนใช้บริการ ส่วนการเดินทางระหว่างอำเภอจะมีรถโดยสารประจำทางจากตัวเมืองไปยังอำเภอต่าง ๆ โดยขึ้นรถที่สถานีขนส่งประจำจังหวัด

การเดินทางระหว่างจังหวัด จากสถานีขนส่งบุรีรัมย์ มีรถโดยสารไปยังจังหวัดต่าง ๆ ดังนี้ รถปรับอากาศไปนครราชสีมา ร้อยเอ็ด ขอนแก่น สุรินทร์ เชียงใหม่ พัทยา ระยอง จันทบุรี สระแก้ว และกรุงเทพฯ

แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเล็ก ๆ มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัดวาอารามกระจายทั่วไปทั้งจังหวัด เช่น ในอำเภอเมืองมีวนอุทยานเขากระโดง อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ อำเภอห้วยราช มีสวนนก อำเภอนางรอง มีอ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม อำเภอเฉลิมพระเกียรติ มีอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ซึ่งมีชื่อเสียงระดับชาติและเป็นที่ยูเนสโก ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่สนใจด้านประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีวัดเขาอังคาร กิ่งอำเภอโนนดินแดง มีเขื่อนลำนางรอง อนุสาวรีย์เราสู้ และปราสาทหนองหงส์

อำเภอประโคนชัย มีปราสาทหินเมืองต่ำ ปราสาทบ้านบุ ภูมิภาชีหนองบัวราย **อำเภอบ้านกรวด** มีแหล่งเตาเผาโบราณ และแหล่งหินตัดโบราณ **อำเภอพุทไธสง** มีพระเจ้าใหญ่วัดหงษ์ **อำเภอนาโพธิ์** มีศูนย์หัตถกรรมทอผ้าไหมนาโพธิ์ **อำเภอปะคำ** มีวัดโพธิ์น้อย **กิ่งอำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์** มีภูเขาสวนแดง อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ยังไม่ค่อยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเท่าใดนัก ทั้งนี้เป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และนอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งก็ตั้งอยู่ห่างไกลกันมาก

จังหวัดสุรินทร์

เป็นจังหวัดที่อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถยนต์ประมาณ 457 กิโลเมตร และโดยทางรถไฟประมาณ 420 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งสิ้น 8,124 ตารางกิโลเมตร มีอำเภอ 13 อำเภอ 4 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุรินทร์ อำเภอชุมพลบุรี อำเภอท่าตูม อำเภอจอมพระ อำเภอปราสาท อำเภอกาบเชิง อำเภอรัตนบุรี อำเภอสนม อำเภอศีขรภูมิ อำเภอสังขะ อำเภอสำโรงทาบ อำเภอบัวเชด อำเภอลำดวน กิ่งอำเภอศรีณรงค์ กิ่งอำเภอพนมดงรัก กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ และกิ่งอำเภอโนนกิ่ง มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ ดังนี้ ทิศเหนือติดกับจังหวัดร้อยเอ็ด และมหาสารคาม ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดศรีสะเกษ ทิศตะวันตกติดกับจังหวัดบุรีรัมย์ และทิศใต้ติดกับราชอาณาจักรกัมพูชา

สุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาค่อนข้างยาวนานจังหวัดหนึ่งแต่ไม่ปรากฏหลักฐานที่แน่นอนว่าประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างไร มีเพียงแต่ข้อสันนิษฐานของนักประวัติศาสตร์ นักโบราณคดี ตลอดจนคำบอกเล่าของผู้สูงอายุที่เล่าต่อ ๆ กันมา โดยเชื่อกันว่าได้มีการสร้างเมืองสุรินทร์เมื่อประมาณ 2,000 ปี ในสมัยที่ขอมมีอำนาจอยู่ในบริเวณนี้ เมื่อขอมเสื่อมอำนาจ เมืองสุรินทร์ได้ถูกทิ้งร้างจนกลายเป็นป่าดงอยู่ยาวนาน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2306 จึงปรากฏหลักฐานว่าหลวงสุรินทรภักดี (เชียงปุม) ซึ่งเดิมเป็นหัวหน้าหมู่บ้านเมืองที่ได้ขอให้เจ้าเมืองพิมายกราบบังคมทูลขอพระกรุณาโปรดเกล้าฯ จากพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยาัมรินทร์ย้ายหมู่บ้านจากเมืองที่ มาตั้งอยู่บริเวณบ้านคูประทายบริเวณซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองสุรินทร์ในปัจจุบัน เนื่องจากเห็นว่าเป็นบริเวณที่มีชัยภูมิเหมาะสม มีกำแพงค่ายคูล้อมรอบ 2 ชั้น มีน้ำอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การประกอบอาชีพและอยู่อาศัย ต่อมาหลวงสุรินทรภักดีได้กระทำความดีความชอบเป็นที่โปรดปราน จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ยกบ้านคูประทายเป็น “เมืองประทายสมันต์” และเลื่อนบรรดาศักดิ์เป็นหลวงสุรินทรภักดีเป็นพระสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวางและให้เป็นเจ้าเมืองปกครองในปี พ.ศ. 2329 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อ “เมืองประทายสมันต์” เป็น “เมืองสุรินทร์” ตามสร้อยบรรดาศักดิ์ของเจ้าเมือง

การเดินทาง

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ถึงสุรินทร์ สามารถเดินทางได้ทั้งรถยนต์และรถไฟ

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 แล้วแยกเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 2 ที่จังหวัดสระบุรี และเดินทางเข้าเส้นทางโชคชัย – เดชอุดม (ทางหลวงหมายเลข 24) ผ่านอำเภอนางรอง อำเภอปราสาท จากอำเภอปราสาทแยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 214 ถึงตัวเมืองสุรินทร์รวมระยะทาง 450 กิโลเมตร หรืออาจเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดนครราชสีมา ต่อด้วยเส้นทางหมายเลข 226 ผ่านอำเภอจักราช อำเภอห้วยแถลง อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เข้าสู่จังหวัดสุรินทร์ รวมระยะทาง 434 กิโลเมตร หากเดินทางโดยใช้รถโดยสารประจำทาง จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารประจำทางออกจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ไปสุรินทร์ทุกวัน

รถไฟ มีรถไฟออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพฯ ทั้งรถธรรมดา รวดเร็ว และรถด่วนสาย กรุงเทพฯ – อุบลราชธานี แวะจอดที่จังหวัดสุรินทร์ และรถดีเซลราง กรุงเทพฯ – สุรินทร์

การเดินทางภายในจังหวัด จากสถานีขนส่งจังหวัดสุรินทร์ มีรถโดยสารประจำทางหลายสาย ดังนี้ สายสุรินทร์ – รัตนบุรี สุรินทร์ – กาบเชิง – ช่องจอม สุรินทร์ – โคกกระชาย (อำเภอปราสาท)

การเดินทางระหว่างจังหวัด จากสถานีขนส่งจังหวัดสุรินทร์ มีรถโดยสารไปยังจังหวัดต่าง ๆ ดังนี้ สุรินทร์ – ร้อยเอ็ด สุรินทร์ – ยโสธร สุรินทร์ – นครราชสีมา สุรินทร์ – ศรีสะเกษ สุรินทร์ – กระโพ – นากลาง และสุรินทร์ – พัทธยา

แหล่งท่องเที่ยว

อำเภอเมือง มีแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่เพิ่งจะเกิดขึ้น คือ หมู่บ้านทอผ้าไหมเอเปค ตำบลท่าสว่าง **หลวงพ่อประจี วัดบูรพาราม** เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยธนบุรี หรือในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ มีอายุประมาณ 200 ปี **ปราสาทเมืองที** เป็นปราสาทที่มีลักษณะเป็นปรางค์รูปสี่เหลี่ยมย่อมุมก่อด้วยอิฐ หมู่บ้านทอผ้าไหม บ้านจันรม ตั้งอยู่ที่ตำบลเขวาสินรินทร์ เป็นทั้งแหล่งทอผ้าไหมและแหล่งผลิตเครื่องประดับเงิน **อำเภอปราสาท** มี**ปราสาทบ้านไพล** ตัวปราสาทเป็นปรางค์ 3 องค์ เป็นศาสนสถานแบบศิลปะขอม ที่สร้างถวายแด่พระอิศวร สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16 **ปราสาทหินบ้านพลวง** เป็นปราสาทหินขนาดเล็กสร้างขึ้นในศิลปะสมัยบาปวน ราวพุทธศตวรรษที่ 16 **อำเภอศรีขรภูมิ** มี **ปราสาทศรีขรภูมิ** ลักษณะเป็นปรางค์หมู่ 5 องค์ สันนิษฐานว่าสร้างในราวพุทธศตวรรษที่ 17 **อำเภอลำดวน** มี**ปราสาทตะเบียงเตี้ย** ลักษณะปราสาทเป็นรูปสี่เหลี่ยม มียอดปราสาท 5 ยอด สถาปัตยกรรมเป็นแบบลาว สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย **อำเภอสังขะ** มีปราสาทภูมิโปน ลักษณะเป็นปรางค์รูปสี่เหลี่ยม เป็นปราสาทที่เก่าแก่ที่สุดของจังหวัดสุรินทร์ **อำเภอจอมพระ** มี**ปราสาทจอมพระ** เป็นปราสาทหินเล็ก ๆ ก่อด้วยศิลาแลง **อำเภอท่าตูม** มีหมู่บ้านช้าง

ชาวบ้านตากกลางดั้งเดิมเป็นชาวส่วยมีอาชีพการคล้องช้างป่า ที่หมู่บ้านจะมีการสาธิตการฝึกช้าง และการแสดงของของช้าง กิ่งอำเภอพนมดงรัก มีปราสาทตาเหมือนโตนด เป็นปราสาทที่มีปรากฏมีลักษณะเช่นเดียวกับปราสาทบ้านพลวง

เทศกาลประเพณี จังหวัดสุรินทร์จะจัดงานแสดงของช้างเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 งานแสดงนี้เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จัดประมาณ กลางเดือนพฤศจิกายนของทุกปี

จังหวัดศรีสะเกษ

ศรีสะเกษ เป็นจังหวัดที่มีอารยธรรมรุ่งเรืองมานับพันปี นับตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจ และมีชนเผ่าต่าง ๆ อพยพมาตั้งรกรากในบริเวณนี้ได้แก่ ส่วย ลาว เขมร และเยอ แต่เดิมศรีสะเกษมีชื่อ เรียกว่า “เมืองขุขันธ์” เป็นเมืองเก่าตั้งอยู่บริเวณปราสาทสี่เหลี่ยมดงลำดวน ตำบลดวนใหญ่ อำเภอวังหิน ในปัจจุบัน และได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นเมืองเมื่อ พ.ศ. 2302 สมัยกรุงศรีอยุธยา โดยมีหลวงแก้วสุวรรณ ซึ่งได้รับบรรดาศักดิ์เป็นพระยาไกรภักดีเป็นเจ้าเมืองคนแรก จนถึงรัชสมัยรัชกาลที่ 5 จึงได้ย้ายเมืองขุขันธ์มาอยู่ที่บ้านเมืองเก่า ตำบลเมืองเหนือ อำเภอศรีสะเกษในปัจจุบัน แต่ยังคงใช้ชื่อเมืองขุขันธ์ จนถึง พ.ศ. 2481 จึงเปลี่ยนเป็นจังหวัดศรีสะเกษ

การเดินทาง

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ถึงจังหวัดศรีสะเกษ สามารถเดินทางโดยรถยนต์ และรถไฟ

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 ที่จังหวัดสระบุรี เข้าเส้นทางโชคชัย-เดชอุดม (ทางหลวงหมายเลข 24) เข้าตัวเมืองศรีสะเกษ รวมระยะทางประมาณ 571 กิโลเมตร การเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางจากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศ ออกจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 8 ชั่วโมง

รถไฟ จากสถานีรถไฟกรุงเทพฯ มีรถธรรมดา รถเร็ว และรถด่วน สายกรุงเทพฯ – ศรีสะเกษ รวมระยะทาง 515 กิโลเมตร

การเดินทางภายในจังหวัด มีรถสามล้อรับจ้างทั่วไป นอกจากนี้ยังมีรถโดยสารจากตัวอำเภอเมืองศรีสะเกษไปยังอำเภอต่าง ๆ ทุกอำเภอ

การเดินทางระหว่างจังหวัด มีรถโดยสารประจำทางจากตัวเมืองไปยังจังหวัดใกล้เคียง เช่น ไปยังจังหวัดอุบลราชธานี ระยะทาง 61 กิโลเมตร จังหวัดยโสธร ระยะทาง 159 กิโลเมตร จังหวัดสุรินทร์ ระยะทาง 143 กิโลเมตร

แหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็ก ส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีจำนวนจำกัด **อำเภอเมือง มีศาลเจ้าพ่อหลักเมือง วัดมหาพุทธาราม** มีวิหารที่เป็นที่ประดิษฐาน “หลวงพ่อโต” ที่เป็นที่สักการะของชาวศรีสะเกษ **พระธาตุเรืองรอง** เป็นพระธาตุที่สร้างขึ้นโดยผสมผสานศิลปะอีสานใต้ สี่เผ่าไทยได้แก่ ส่วย ลาว เขมร เยอ **อำเภออุทุมพรพิสัย มีปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่** เป็นปราสาทขอมขนาดใหญ่และสมบูรณ์ที่สุดของจังหวัด สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16 เพื่อเป็นเทวาลัยถวายแด่พระศิวะ **ปราสาทหินวัดสระกำแพงน้อย** สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นเพื่อเป็นอโรคยาศาลประจำชุมชน สร้างขึ้นในสมัยเดียวกับปราสาทกำแพงใหญ่ แต่มีขนาดเล็กกว่ามาก **อำเภอห้วยทับทัน มีปราสาทบ้านปราสาท** เป็นโบราณสถานที่ตั้งอยู่บนเนินดิน มีลักษณะเป็นปรางค์สี่เหลี่ยม 3 องค์ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 16 **อำเภอปรางค์กู่ มีปราสาทปรางค์กู่** ปรางค์องค์นี้สร้างด้วยอิฐแผ่นโต ๆ เหมือนปราสาทศรีขรภูมิ เป็นศาสนสถานสมัยขอมที่เก่าแก่มากมีอายุพันปีมาแล้ว **ปราสาทบ้านหินสมอ** มีลักษณะคล้ายปราสาทหินวัดสระกำแพงน้อย เป็นปราสาทขอมโบราณขนาดเล็ก **ปราสาทตาเล็ง** มีลักษณะเป็นปรางค์องค์เดียวตั้งอยู่ฐานองค์ปรางค์มีผนังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมไม้สิบสอง สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16 – 17 **อำเภอขุนหาญ มีปราสาทตำหนักไทรหรือปราสาททามจาน** มีลักษณะเป็นปรางค์เดี่ยวรูปสี่เหลี่ยมย่อมุมสร้างในราวพุทธศตวรรษที่ 16 **อำเภอกันทรลักษ์ มีปราสาทช่องเขาโดนตวล** เป็นปราสาทขอมโบราณขนาดเล็กประกอบด้วยปรางค์รูปสี่เหลี่ยมย่อมุมตั้งอยู่ริมหน้าผาสูงชันบนเทือกเขาพนมดงรัก ใกล้ชายแดนไทย กัมพูชา **ผามออีแดง** เป็นลานหินธรรมชาติริมหน้าผาสูงติดชายแดนไทย – กัมพูชา เป็นจุดชมวิวิสามารถมองเห็นปราสาทเขาพระวิหารที่อยู่ห่างออกไป 1 กิโลเมตร

จังหวัดอุบลราชธานี

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่ใหญ่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เป็นระยะทาง 629 กิโลเมตร สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงและภูเขา มีแม่น้ำมูลไหลผ่านตอนกลางของพื้นที่และมีหน้าผาหินทรายบริเวณชายฝั่งแม่น้ำโขงเป็นเส้นกั้นเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับลาว อุบลราชธานีมีพื้นที่ประมาณ 15,744 ตารางกิโลเมตร มีอำเภอทั้งสิ้น 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองอุบลราชธานี อำเภวารินชำราบ อำเภอเดชอุดม อำเภอบุญศรี อำเภอหนองม่วง อำเภอพิบูลมังสาหาร อำเภอโขงเจียม อำเภอศรีเมืองใหม่ อำเภอตระการพืชผล อำเภอเขมราฐ อำเภอม่วงสามสิบ อำเภอเขื่องใน อำเภอกุฉีชัยบุรี อำเภอตาลสุม อำเภอโพธิ์ไทร อำเภอสำโรง อำเภอสิรินธร อำเภอดอนมดแดง

อำเภอทุ่งศรีอุดม กิ่งอำเภอนาเยี่ย กิ่งอำเภอนาตาล กิ่งอำเภอเหล่าเสือโก้ก กิ่งอำเภอสว่างวีระวงศ์ และกิ่งอำเภอน้ำขุ่น

อุบลราชธานีมีประวัติศาสตร์ความเป็นมากว่า 200 ปี มีเรื่องเล่ากันว่า ท้าวคำผง ท้าวทิศพรหม และท้าวคำบุตร พระวอ พระตา ได้หนีภัยสงครามจากพระเจ้าสิริบุญสาร เจ้าแห่งนครเวียงจันทน์มาพึ่งพระบรมโพธิสมภารของพระเจ้าตากสินมหาราชและต่อมาได้สร้างเมืองขึ้นที่บริเวณดงคูฝ้าง ซึ่งอยู่ใกล้แม่น้ำมูล และในปี พ.ศ. 2325 พระเจ้าตากสินมหาราชได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พระยาราชสุภาวดี เชิญตราพระราชสีห์มาพระราชทานนามเมืองว่า “อุบลราชธานี” ทรงให้ท้าวคำผงเป็นเจ้าเมืองคนแรก ซึ่งต่อมาได้พระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น “พระปฐมวงศา” เมืองอุบลราชธานีเจ้าเมืองสืบทอดกันมาถึง 4 คน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2425 จึงได้มีการแต่งตั้งข้าหลวงและผู้ว่าราชการจังหวัดมาปกครองดูแลจนถึงทุกวันนี้

การเดินทาง

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดอุบลราชธานี มีความสะดวกมากสามารถไปได้ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ไปสระบุรี เลี้ยวเข้าทางหลวงหมายเลข 2 ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 24 ไปจนถึงเมืองอุบลราชธานี หรือใช้เส้นทางกรุงเทพฯ – นครราชสีมา แล้วต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 226 ผ่านบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และเข้าสู่จังหวัดอุบลราชธานี การเดินทางโดยรถโดยสารออกจากสถานีขนส่งหมอชิต มีทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศ

รถไฟ จากสถานีรถไฟกรุงเทพฯ และสถานีบางซื่อ มีรถด่วน และรถเร็วสายกรุงเทพฯ – อุบลราชธานี ทุกวัน และยังสามารถเดินทางโดยรถธรรมดาจากนครราชสีมา – อุบลราชธานี และสุรินทร์ – อุบลราชธานี

เครื่องบิน มีเครื่องบินรับส่งผู้โดยสารระหว่างกรุงเทพฯ – อุบลราชธานีทุกวัน

แหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมมากในการรับนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ มีโรงแรมชั้นนำและมีจำนวนห้องพักอย่างพอเพียง มีร้านอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะ มีร้านขายของที่ระลึกและของฝากให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อได้อย่างจุใจ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดวาอาราม และเทศกาลประเพณีที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แหล่งท่องเที่ยวและเทศกาลประเพณีต่าง ๆ มีดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ **แก่งสะพือ** เป็นแก่งหินธรรมชาติ กลางลำน้ำมูล อยู่ในอำเภอพิบูลมังสาหาร **อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ** เป็นแก่งใหญ่อยู่เส้นทางไปอำเภอโขงเจียม **บ้านปะอาว** อยู่ในเขตอำเภอเมือง อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 21 กิโลเมตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีอาชีพสืบทอดจากบรรพบุรุษ คือการทำเครื่องทองเหลือง **เสาเจดีย** อยู่ห่างจากอำเภอโขงเจียมประมาณ 18 กิโลเมตร มีรูปเสาหินคล้ายดอกเห็ดที่เกิดจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ **น้ำตกตาดโตน** เป็นน้ำตกที่มีความสวยงาม อยู่บนเส้นทางหลวงหมายเลข 2173 ซึ่งแยกจากทางหลวงหมายเลข 217 เข้าไปประมาณ 6 กิโลเมตร **น้ำตกสร้อยสวรรค์** เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ไหลจากหน้าผาอยู่ห่างจากอำเภอโขงเจียมประมาณ 30 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 2112 **น้ำตกแสงจันทร์** ชาวบ้านเรียกน้ำตกกรู เป็นน้ำตกที่ตกจากปล่องหินลงสู่เบื้องล่าง น้ำตกแห่งนี้อยู่ตามทางหลวงหมายเลข 2112 ทางเดียวกับไปน้ำตกสร้อยสวรรค์ **แม่น้ำสองสี** เป็นจุดที่แม่น้ำมูลไหลบรรจบกับแม่น้ำโขงทำให้สายน้ำซึ่งต่างสีกันมีความประหลาดเกิดขึ้นคือแม่น้ำโขงมีสีขุ่นคล้ายสีปูนตัดกับสายน้ำมูลซึ่งมีสีคราม สะอาด จึงเกิดเป็นภาพน้ำสองสีตัดกันเรียกว่า “โขงสีปูนมูลสีคราม” บริเวณดังกล่าวนี้อยู่ตรงปากแม่น้ำมูลไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่บริเวณอำเภอโขงเจียม **ผาแต้ม** เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ 3000 – 4000 ปี มีภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์ที่หลากหลายรูปแบบ มีบ้านพักรับรองไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว และ **ชายแดนช่องเม็ก** อยู่ในเขตอำเภอสิรินธรห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 89 กิโลเมตร เป็นจุดผ่านแดนไทย – ลาว และเป็นจุดที่จะเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวของลาวตอนใต้ได้

เทศกาลและประเพณี จังหวัดอุบลราชธานีมีเทศกาลประเพณีประจำปีที่มีชื่อเสียงมีนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศไปเที่ยวชมจำนวนมากคือ **ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา** เป็นประเพณีที่ใหญ่โตมีการจัดแห่ขบวนที่สวยงาม การจัดงานจะจัดในช่วงเดือนกรกฎาคมของทุกปี

วัดสำคัญ ๗ ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้มีจำนวนมากมายได้แก่ **วัดสุปฏิหารามวรวิหาร** เป็นวัดอารามหลวงที่อยู่ในเทศบาลเมืองอุบลราชธานี มีพระอุโบสถเป็นศิลปะแบบไทย – ขอม – ยุโรป เป็นที่เก็บศิลาจารึกของพระเจ้ามเหศวรมัน สมัยอาณาจักรเจนละของขอม **วัดหนองป่าพง** เป็นวัดตั้งอยู่ในเขตอำเภอวารินชำราบ ห่างจากตัวอำเภอประมาณ 6 กิโลเมตร เป็นวัดที่เหมาะแก่การเล่าเรียนพระธรรมวินัยและวิปัสสนากัมมัฏฐาน **วัดพระธาตุหนองบัว** เป็นที่ตั้งของมหาเจดีย์ที่จำลองแบบมาจากเจดีย์ที่พุทธคยา ประเทศอินเดีย ตั้งอยู่ที่เขตอำเภอเมือง **วัดทุ่งศรีเมือง** สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 ตั้งอยู่ในตำบลในเมือง อำเภอเมือง พระอุโบสถมีลักษณะของศิลปะแบบรัตนโกสินทร์ตอนต้นและศิลปะเวียงจันทน์ผสมผสานกัน **หอพระไตรปิฎก** เป็นหอไตรที่สร้างด้วยไม้อยู่กลางสระน้ำ มีลักษณะเป็นศิลปะผสมระหว่างไทย พม่าและลาว เป็นหอไตรที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์

วัดภูเขาแก้ว ตั้งอยู่ที่อำเภอพิบูลมังสาหาร ห่างจากตัวเมืองจังหวัดอุบลราชธานี 44 กิโลเมตร ก่อนถึงอำเภอพิบูลมังสาหารประมาณ 1 กิโลเมตร สิ่งที่ตั้งดูตักท่งเทียว คือพระอุโบสถประดับด้วยกระเบื้องทั้งหลัง มีรูปแบบสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ และ**ศาลหลักเมือง** ตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของทุ่งศรีเมือง และอยู่ด้านทิศเหนือของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเมืองอุบลราชธานี สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2515

จะเห็นได้ว่าในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นับได้ว่าเป็นเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่เป็นอย่างยิ่ง ซึ่งพบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทที่อยู่ในพื้นที่ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเอง และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ฯลฯ ซึ่งนับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในเขตอีสานใต้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

2.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี. (2539) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้นได้มีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้น การไปเที่ยวชมสถานที่ที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลกๆ หรือเดินซื้อสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้โดยทั่วไปแล้วอาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 5 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา.2548 : 10-12)

1. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อย ๆ ได้ 2 รูปแบบ คือ

1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้น

1.2 การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะภายในราชอาณาจักรของแต่ละประเทศนั้น ๆ

2. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อย ๆ ได้ 3 รูปแบบ คือ

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจ หรือหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตนอันเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุมโดยมีระยะเวลา 2 – 3 วัน แทรกให้ไปท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 4 รูปแบบ คือ

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้ และความภาคภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม

2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and entertainment tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and convention tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงาน และการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา ก็อาจเดินทางไปดูงานหรือทัศนศึกษาเองก็ได้

3. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

3.1 การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group inclusive tourism-GIT หรือ All inclusive tourism-AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ หรืออาจจะจัดการบริการบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free individual tourism-FIT) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง หรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

4. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ

4.1 การท่องเที่ยวตลาดหรูหร (Elite market tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนชั้นหรูหร

4.2 การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass market tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูก โดยต้องการให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อย แต่มีปริมาณมาก

5. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

5.1 การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional tourism) เป็นการท่องเที่ยวมุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงการจัดการผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะที่เดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสมและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

5.2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวที่ดี และมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ

5.2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมงานประเพณี และศิลปะ วัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการด้วยกัน คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นโดยไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อรับจ้าง
2. มีจุดหมายปลายทางในการเดินทางไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม
3. มีความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อความมุ่งหมายใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

และสำหรับคำจำกัดความของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั้น พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

2.4 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548 : 48-53) ได้กล่าวไว้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ผสมผสานสินค้าและบริการชนิดต่าง ๆ โดยผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นรูปบริการที่จับต้องไม่ได้ แต่จะปรากฏในลักษณะของคุณค่าทางจิตใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการใช้บริการนั้น ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบของสินค้าและบริการหลายอย่าง ซึ่งองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามคำจำกัดความของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หมายถึง ธุรกิจและการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบด้วยกัน คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism resources) เป็นองค์ประกอบแรกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และถือเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว ที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือเป็นจุดหมายปลายทางที่ให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
- 1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ
- 1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

2. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing) เป็นองค์ประกอบที่จะช่วยส่งเสริมชักจูงเร่งเร้าให้คนเข้ามาท่องเที่ยวที่หนึ่งทีใดมากขึ้น โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องพยายามผลิตบริการให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพเพื่อสนองตอบความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวด้วย โดยการใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing mix) ให้เกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งส่วนผสมการตลาดท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism product) การกำหนดค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism price) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism place) และการส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism promotion)

3. นักท่องเที่ยว (Tourist) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญเพราะว่าถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบาย และความพึงพอใจสูงสุด

4. ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism business) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งเช่นกันซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการดำเนินงานธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอีก อันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทนนอกจากนี้ในบางโอกาสธุรกิจท่องเที่ยวก็เป็นตัวดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้และองค์ประกอบของธุรกิจท่องเที่ยวที่สำคัญแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

2.5 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ซีวานันท์ วุฒิพันธ์ พัชยา ขอเพิ่มกลาง และสุพรรณตรี อุปฮาด (2548 : 24-25) ได้แบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

2.5.1 การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่นรสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2.5.2 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

2.5.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษา หาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วยเป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่าง ๆ

2.5.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรกเป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ฯลฯ การแข่งขันกีฬาถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลาหรือส่องสัตว์ เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลาย ๆ แบบมักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

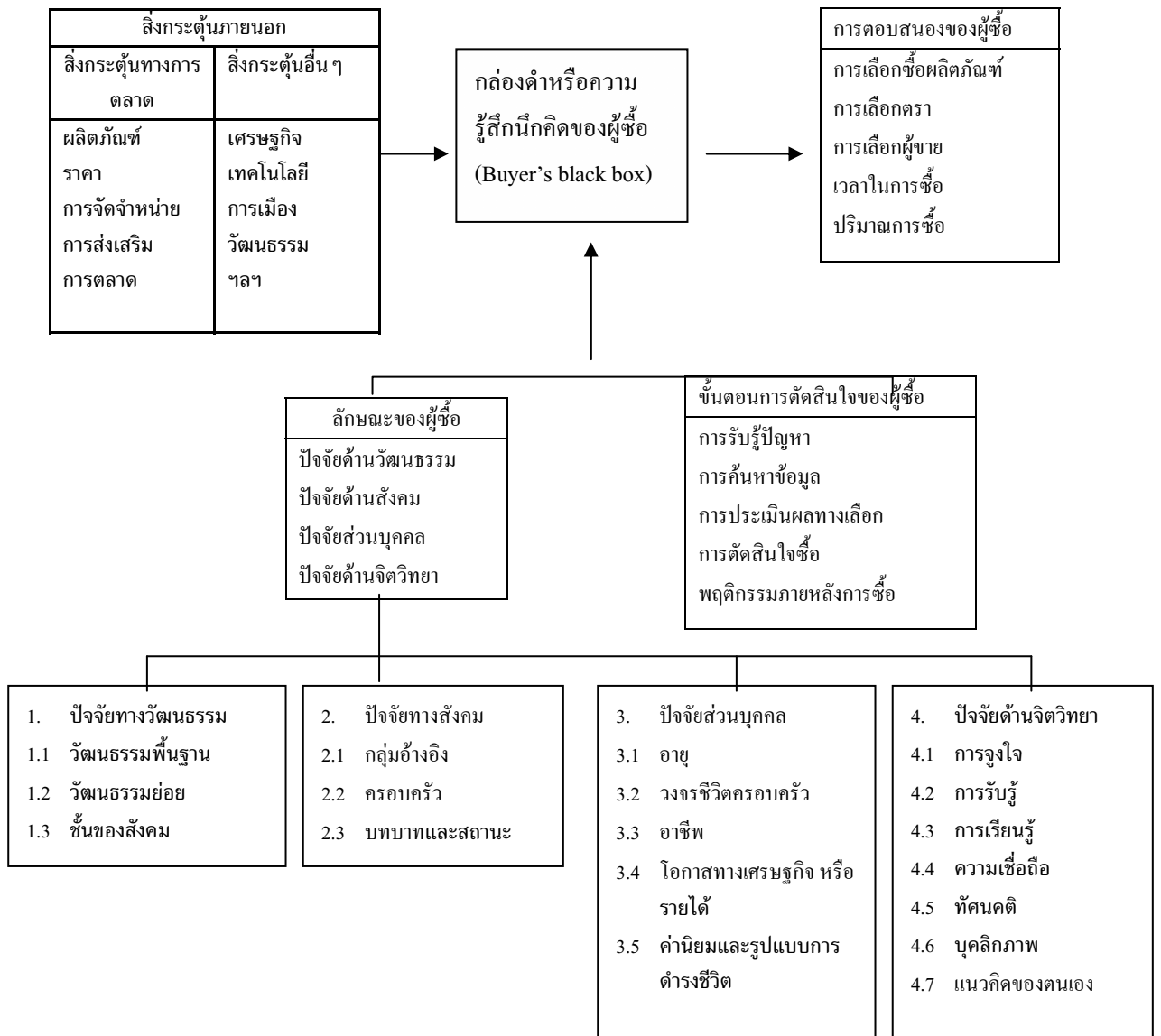
2.5.5 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะตามหลักแล้ว การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อนแต่ความเป็นจริงแล้วผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่า สนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือมีโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดีสะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

2.5.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษา ดูงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยและจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือนการท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วยจัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง

จากจุดประสงค์ดังกล่าวทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้ากลายเป็นธุรกิจระหว่างชาติที่จะต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการแข่งขันและปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้นและมีรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแบบ Ecotourism หรือการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2.6 รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539:68) กล่าวว่าไว้ว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจำเป็นต้องศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อด้วย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ดังแสดงไว้ในโมเดลพฤติกรรมของผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคดีงภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 รูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มา. (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539:68)

จากโมเดลดังภาพ 2.2 จะเห็นได้ว่าจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง มีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

2.6.1 สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

2) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยีเช่นเทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

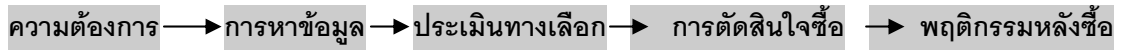
2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้านึงจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

2.4 สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2.6.2 กล้องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล้องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.6.2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.6.2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือการรับรู้ความต้องการ(ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
ที่มา. (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2536:79)

จากภาพ 2.3 สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการ

การตระหนักถึงความต้องการมักเป็นจุดเริ่มของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ความต้องการนี้อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยส่วนตัวที่อาจเป็นประสบการณ์ในอดีต ความต้องการพักผ่อน หรือถูกกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อ คำบอกเล่าของเพื่อน/คนรู้จัก ธุรกิจควรรหาทางทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างบริการเพื่อสนองความต้องการนั้น

ขั้นที่ 2 การหาข้อมูล

ไม่จำเป็นเสมอไปที่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการหากเกิดความแน่ใจและมีข้อมูลเพียงพออยู่แล้วหรือพร้อมที่จะซื้อในขณะที่เกิดความต้องการ แต่หากไม่เป็นเช่นนั้นการหาข้อมูลเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการซึ่งข้อมูลที่หามาจะมากหรือน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการหาข้อมูลซึ่งสามารถแบ่งแหล่งของข้อมูลได้เป็น 3 แหล่ง ดังนี้

1. เพื่อน/ครอบครัว / คนรู้จัก
2. สื่อเชิงพาณิชย์
3. สื่อสาธารณะ

สื่อเชิงพาณิชย์นี้รวมถึง โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การจัดแสดง ส่วนสื่อสาธารณะนั้น เช่น การวิจารณ์/แนะนำสถานที่ต่างๆ

ขั้นที่ 3 ประเมินทางเลือก

ข้อคำนึงหลาย ๆ อย่างในสินค้า/บริการเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ประเมินตัวเลือก ตัวอย่าง การเลือกร้านอาหารข้อคำนึงในการประเมินตัวเลือกอาจเป็นอาหาร บริการ บรรยากาศ ที่ตั้งร้าน ราคา ข้อคำนึงเหล่านี้มีหลากหลายและนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีกลุ่มของข้อคำนึงเหล่านี้ไม่เหมือนกันขณะที่เดียวความสำคัญของข้อคำนึงแต่ละตัวนั้นมักจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตน อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบตัวเลือกของแต่ละคนมักมีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเช่น การรับรู้ ความอคติ ประสบการณ์ ทัศนคติ ฯลฯ กระบวนการเปรียบเทียบ/ประเมินตัวเลือกอาจมีความซับซ้อนต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวและกระบวนการตัดสินใจ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ

ระหว่างขั้นตอนการเปรียบเทียบตัวเลือกถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อยังมีความตั้งใจซื้อเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทัศนคติของผู้ที่ใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องในการซื้อมักจะมาก่อน แต่ก็จะรวมถึงความต้องการของตัวผู้ซื้อเองด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือครอบครัวที่มีเด็ก การตัดสินใจซื้อบริการโดยบริการหนึ่งมีเด็กเป็นผู้ใช้บริการนั้นด้วย ความต้องการของเด็กจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อครั้งนั้น ปัจจัยอีกอย่างที่มีส่วนกระทบการตัดสินใจซื้อคือ เหตุการณ์ไม่คาดคิดเช่น ความต้องการใช้เงินไปกับสิ่งอื่นที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ทำให้การซื้อต้องพิจารณาข้อคำนึงใหม่และถูกยกเลิกไป

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังซื้อ

การที่สินค้าบริการถูกซื้ออย่างไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการการตัดสินใจซื้อ หากแต่พฤติกรรมหลังซื้อเกิดขึ้นตามมา พฤติกรรมหลังซื้อขึ้นอยู่กับความรู้สึกที่ได้รับจากการใช้บริการแล้วซึ่งความรู้้อาจจะเป็นที่พึงพอใจหรือผิดหวัง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังเทียบกับสิ่งที่ได้รับ หากสิ่งที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังความพึงพอใจจะเกิด แต่หากน้อยกว่าย่อมเกิดความผิดหวัง ตัวกำหนดความคาดหวัง เช่น สื่อ คำแนะนำต่าง ๆ สำคัญต่อพฤติกรรมหลังซื้ออย่างยิ่งการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารเป็นจุดที่อาจก่อให้เกิดความคาดหวังที่ไม่ตรงกับความจริง เช่น การจองห้องพักในโรงแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวหนึ่งนอกฤดูท่องเที่ยว ราคาค่าที่พักถูกเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทราบ แต่นอกนั้นคือการที่โรงแรมไม่มีบริการต่าง ๆ เปิดให้บริการเหมือนในแผนพับ เนื่องจากเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวผิดหวังกับการใช้บริการครั้งนั้น ผลคืออัตราการเข้าพักในโรงแรมอาจจะตกเป็นระยะเวลายาว

2.6.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 2.6.3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์
- 2.6.3.2 การเลือกตราสินค้า
- 2.6.3.3 การเลือกผู้ขาย
- 2.6.3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ
- 2.6.3.5 การเลือกปริมาณซื้อ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลวัฒนธรรมแบ่งออกได้ดังนี้

- 1) วัฒนธรรมพื้นฐานของบุคคลในสังคม
- 2) วัฒนธรรมในกลุ่มย่อยเช่น เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ
- 3) ชั้นของสังคม การแบ่งชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมายรวมทั้งจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถสนองความต้องการของแต่ละชั้นในสังคมได้ถูกต้องทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

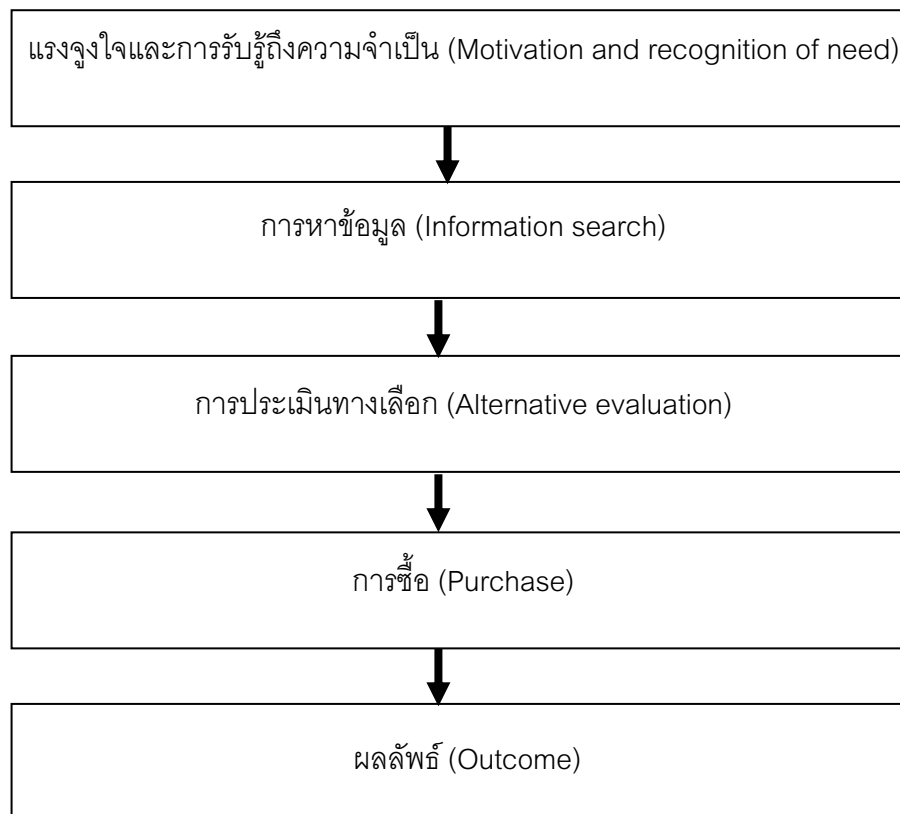
2. ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลทางด้านค่านิยม การเลือกพฤติกรรม การดำรงชีวิต และทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

- 1) กลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม ได้แก่ครอบครัว เพื่อนบ้าน ดารา บุคคลที่มีชื่อเสียง
- 2) ครอบครัว มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล
- 3) บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่นครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

4. **ปัจจัยทางจิตวิทยา** การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทศนคติ บุคลิกภาพ

จากหลักการดังกล่าวข้างต้น พบว่าได้นักทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคหลายท่านได้พยายามศึกษาและทำความเข้าใจองค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนสร้างโครงสร้าง แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่ง Engel, Minaid และ Blackwell (1995) (อ้างใน สายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และสรายุทธ มัลลัม, 2548 :12-24) ได้แสดงโครงสร้างการตัดสินใจของผู้บริโภคเพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ต่าง ดังแผนภาพ 2.4



ภาพที่ 2.4 โครงสร้างการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่มา. (สายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และสรายุทธ มัลลัม, 2548 :16)

จากภาพ 2.4 สามารถอธิบายรายละเอียดตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 แรงจูงใจและการรับรู้ถึงความจำเป็น (Motivation and recognition of need) : โดยส่วนมากแล้วแรงจูงใจและการรับรู้ถึงความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ใด ๆ เป็นจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจซื้อ เช่น คนซื้ออาหารเมื่อรู้สึกหิว แรงจูงใจหรือเหตุจูงใจและการรับรู้ถึงความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ของคนแต่ละคนจะแตกต่างกัน หากจะพิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะพบว่ามนุษย์เรามีเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวหรือมีความมุ่งมั่นในการเดินทางแตกต่างกันไป เช่น เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อการพักผ่อน ศึกษาวัฒนธรรมประเพณี เพื่อชมกีฬา/เล่นกีฬา เพื่อการทำธุรกิจ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษา เพศรส และเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง / เพื่อน

ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูล (Information search) : ในขั้นตอนนี้เป็นการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทางเลือกในการซื้อ ซึ่งผู้ตัดสินใจจะใช้เวลากับขั้นตอนนี้แค่ไหนขึ้นอยู่กับว่า การตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน หรือเป็นเรื่องที่เห็นว่าสำคัญแค่ไหนในสายตาของผู้ตัดสินใจ แหล่งข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เช่น สื่อต่าง ๆ เพื่อน ญาติพี่น้อง พนักงานขาย โบรชัวร์ เอกสารประชาสัมพันธ์ บริษัททัวร์ เคาน์เตอร์ทัวร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปริมาณข้อมูลที่ได้มีผลต่อการวางแผนการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวด้วย

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Alternative evaluation) : เป็นการพิจารณาทางเลือกทั้งหมดที่มี โดยผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกแต่ละทางว่ามีผลดี ผลเสียอย่างไร ซึ่งจะพิจารณาตามตัวชี้วัดที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจ แต่ทั้งนี้พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่ซับซ้อนและมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหลายประการ ทั้งนี้การประเมินทางเลือกในแต่ละครั้งยังได้รับผลกระทบจากช่วงระยะเวลาในการตัดสินใจ (time) สถานที่ตัดสินใจ (place) และวิธีการชำระเงิน (method of payment) อีกด้วย

ขั้นตอนที่ 4 การบริโภคและผลลัพธ์ (Consumption and outcome) : เมื่อผู้บริโภคเลือกซื้อและบริโภคสินค้าแล้ว จะมีการประเมินผลลัพธ์ คือ จะประเมินผลการบริโภคว่าพึงพอใจหรือไม่ ในขั้นตอนนี้ระดับความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงได้ เช่น ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงเนื่องจากประสบการณ์ที่ผ่านมาหรือจากข้อมูลที่ได้รับ แต่เมื่อตัดสินใจเลือกและบริโภคแล้ว สิ่งที่ได้รับไม่เป็นไปตามที่หวังไว้ ทำให้ผู้บริโภคผิดหวังและส่งผลให้เกิดความไม่ประทับใจต่อสินค้าตัวนั้นต่อไป

นอกจากนี้ Wilkie และ Teare ได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคและสร้างแผนภาพแสดงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนด้วยกัน (สายฝน ยวนนแหล นารี วีระกิจ และ สราวุธ มัลลัม, 2548 : 19-23) สรุปได้ดังนี้

ขั้นตอนก่อนการซื้อ (Pre-purchase stage)

ขั้นตอนก่อนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความจำเป็นและค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อเพื่อสนองความต้องการ ซึ่งประเภทของแหล่งข้อมูลหลักแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลภายใน (Internal source) คือ การที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลจากความทรงจำโดยอาศัยขอบเขตด้านจิตวิทยาอันได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ และการเรียนรู้ ตลอดจนทัศนคติและประสบการณ์ในอดีต แหล่งข้อมูลที่สอง คือ แหล่งข้อมูลภายนอก (External source) คือการเก็บเกี่ยวข้อมูลจากภายนอก เนื่องจากตัวผู้บริโภคมีข้อมูลภายในไม่เพียงพอ เช่น ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ การโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรืออินเทอร์เน็ต เป็นต้น การค้นหาข้อมูลจากภายนอกนั้นจะใช้ระยะเวลาแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หากผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์ก็อาจจะทำให้ต้องใช้เวลาในการหาข้อมูลมากขึ้น และอาจมีกิจกรรมในการค้นหาก่อนตัดสินใจซื้อมากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามปริมาณข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการขึ้นอยู่กับปัจจัยและสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น สินค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้โดยเร่งด่วนก็อาจจะใช้เวลาการศึกษาข้อมูลน้อยกว่าสินค้าที่ซื้อโดยไม่รีบร้อน

การตัดสินใจของผู้ซื้อ

- การเลือกสินค้า
- การเลือกตราสินค้า
- การเลือกผู้จำหน่าย
- เวลาในการซื้อ
- จำนวนที่ซื้อ

<p>บุคลิกลักษณะของผู้ซื้อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ด้านวัฒนธรรม - ด้านสังคม - ลักษณะเฉพาะตัว - จิตวิทยา 	<p>กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การรับรู้ความจำเป็น - การค้นหาข้อมูล ข่าวสาร - การประเมินค่า - พฤติกรรมหลังซื้อ
<p>สิ่งรื้อทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - สินค้า - ราคา - สถานที่ - การส่งเสริมการขาย 	<p>สิ่งรื้ออื่น ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ด้านเศรษฐกิจ - ด้านเทคโนโลยี - ด้านการเมือง - ด้านวัฒนธรรม

ภาพที่ 2.5 โครงสร้างพฤติกรรมผู้ซื้อ

ที่มา. (สายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และสรายุทธ มัลลัม, 2548 :20)

ขั้นตอนการซื้อ/การบริโภค (Purchase/Consumption stage)

ผู้บริโภคมีรูปแบบการซื้อ 2 รูปแบบ คือ การซื้อเพื่อทดลอง (Trial purchase) และการซื้อซ้ำ (Repeat purchase) ถ้าผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรกจะซื้อในปริมาณน้อยกว่าปกติเพราะถือว่าเป็นการซื้อเพื่อทดลองและจะพยายามประเมินผลิตภัณฑ์จากการบริโภค หากพบว่าเกิดความพึงพอใจมากกว่าสินค้าที่เคยบริโภค ผู้บริโภคมักมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงการยอมรับในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และโดยส่วนใหญ่แล้ว การบริโภคซ้ำจะมีการซื้อในปริมาณที่มากขึ้นและนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้า

จากขั้นตอนก่อนซื้อที่ได้มีการหาข้อมูลของสินค้าหลังจากที่ผู้บริโภควิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ขั้นตอนนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจในรายละเอียดของสินค้าหรือบริการประเภทนั้น ๆ เช่น ระยะเวลาที่จะพักในโรงแรม รูปแบบบริการที่จะใช้หรือบริโภค เช่น ซื้อทัวร์รวมตัวเครื่องบิน ที่พัก และบริการนำเที่ยวท้องถิ่น หรือจะซื้อเฉพาะตัวเครื่องบิน และที่พักเท่านั้น ในกรณีที่ตัดสินใจเลือกที่พักหรือโรงแรมแล้ว ก็จะพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อให้ละเอียดมากขึ้น เช่น จะเลือกใช้บริการอะไรบ้างของโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นบริการรถรับ-ส่งสนามบิน ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ หรือใช้เฉพาะบริการห้องพักเท่านั้น อย่างไรก็ตามอาจเกิดกรณีที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะไม่ซื้อสินค้าและบริการในระยะขั้นตอนการซื้อนี้ เนื่องจากปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น ในขณะที่กำลังตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักของโรงแรม ปรากฏว่าในขณะที่นั้นได้เกิดโรคระบาดร้ายแรงขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังจะเดินทางไป หรือภัยธรรมชาติ เหตุการณ์เหล่านี้อาจส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลื่อนการซื้อออกไป หรืออาจตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าหรือบริการที่ตั้งใจไว้แต่ต้นได้

ขั้นตอนหลังการซื้อ (Post-consumption stage)

เมื่อผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายจะเป็นการประเมินผลซึ่งผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ความรู้สึกที่เป็นกลาง (Neutral feeling) เนื่องจากผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค ความพึงพอใจ (Satisfaction) เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวัง และผลลัพธ์ประเภทสุดท้ายคือ ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ของผู้บริโภค

ลักษณะของผลลัพธ์ทั้งสามประเภทนั้น แสดงให้เห็นว่า ระดับความพึงพอใจเกิดจากความสัมพันธ์กันระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออีกหรือไม่ในอนาคต กล่าวคือความพึงพอใจอันเกิดจากการบรรลุความคาดหวัง ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการ อันจะนำไปสู่การบริโภคซ้ำในอนาคต ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบต่อสินค้าและบริการทำให้ไม่เกิดการบริโภคสินค้าและบริการนั้นอีกในอนาคต

ในบางกรณีแม้ได้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นแล้ว แต่ผู้บริโภคอาจยังรู้สึกไม่มั่นใจในสิ่งที่ตนเลือก ดังนั้นเพื่อสร้างความมั่นใจในสินค้า นักการตลาดจึงต้องให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภค โดยการให้ข้อมูลอย่างเพียงพอ ถูกต้องและเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การรับประกันคุณภาพ กระบวนการจัดการกับคำร้อง(Complain) ที่ดี ตลอดจนกระบวนการติดตามผลหลังการขายเพื่อประกันความพึงพอใจของผู้บริโภค ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากโดยธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคไม่สามารถทดลองใช้หรือเห็นสินค้าก่อนเหมือนสินค้าทั่วไป อีกทั้งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ต้องมีส่วนร่วมจากผู้บริโภคสูง (High-involvement) ดังนั้น กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้จึงต้องพยายามสร้างความมั่นใจต่อสินค้าและบริการให้มากที่สุด

2.7 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว

พิบูล ที่ปะปาล (2545:156) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจไว้ดังนี้

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) ได้แก่แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการมาเพื่อตอบสนองของความ ต้องการให้ได้รับความพอใจ

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนตัดสินใจซื้อ แรงกระตุ้นประเภทนี้ได้แก่

2.1 ความประหยัด เช่น ราคาที่ถูกกว่า

2.2 ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ เช่นคุณภาพสินค้าที่ดีกว่า ใช้ประโยชน์

ได้มากกว่า

2.3 ความเชื่อถือได้ เช่น การรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของผู้จำหน่าย

2.4 ความทนทานถาวรของสินค้า

2.5 ความสะดวกในการใช้

สุรรัตน์ เตชาทวิวรรณ (2545:71) กล่าวว่าไว้ว่าแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม การตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ

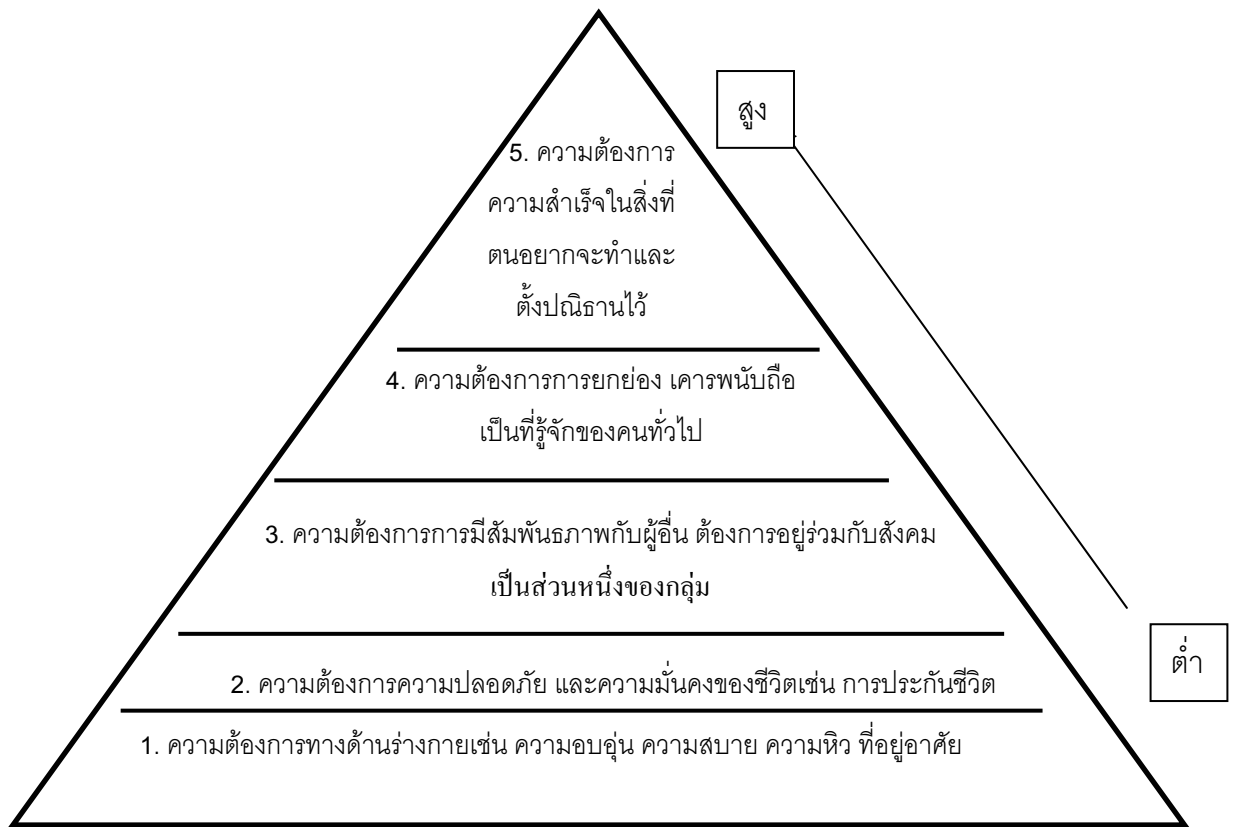
1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งจูงใจต่างๆของสถานที่ท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้

2. สิ่งกีดขวางความต้องการคือสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลงเช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลง ค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) ปัจจัยทางสังคม (กลุ่มอ้างอิง,ทัศนคติทางวัฒนธรรม) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)

3. สิ่งกระทบหมายถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ทัศนคติและมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยวหมายถึงสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปเช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งต่าง ๆ อันเป็นสาเหตุที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในความต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้เพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ที่สำคัญ คือ สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านจิตใจ ทางด้านร่างกาย ทัศนคติ ความรู้สึก เป็นต้น และสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น จากลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภททางการท่องเที่ยว นั้น มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและเป็นไปตามลำดับที่ความต้องการ บางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นจากภายในของนักท่องเที่ยว และมีพื้นฐานลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ดังแสดงตามภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs)

ที่มา. ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ พัชยา ขอเพิ่มกลาง สุพรรณตรี อุปฮาด. 2548 : 44)

จากทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์แสดงให้เห็นถึงสิ่งที่กำหนดรูปแบบของความต้องการ ออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ความไม่พร้อมหรือข้อบกพร่อง เป็นสาเหตุที่ทำให้ลดความต้องการลง
2. การจูงใจการชักนำหรือสิ่งกระตุ้นเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการ

แม็คอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner, 1990 : อ้างใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ พัชยา ขอเพิ่มกลาง สุพรรณตรี อุปฮาด. 2548 : 45-46) ได้สรุปรูปแบบของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวจากลักษณะของสิ่งกระตุ้นตามรูปแบบของ Dann โดยแบ่งประเภทของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย อันได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ อาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพ เพื่อการกีฬา ความสบายใจและความพึงพอใจ

2. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เป็นลักษณะของความต้องการที่เรารู้พบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหาความเป็นมา รูปแบบของการดำรงชีวิต ดนตรี ศิลปะพื้นบ้าน การเดินทาง เป็นต้น

3. สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล ความต้องการที่จะพบปะผู้อื่นในสังคม การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ หรือเพื่อน ค้นหาประสบการณ์ใหม่ และที่แตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยมี การเดินทางจากถิ่นที่อยู่เดิม

4. สิ่งกระตุ้นทางสถานภาพและชื่อเสียง หมายถึง การเดินทางเพื่อดำเนินต่อของกิจกรรมต่างๆ เช่น งานอดิเรก การศึกษา เพื่อเป็นการพัฒนาตนเองสร้างการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ

สุวีรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2545 : 72) กล่าวว่าแรงจูงใจหรือสิ่งที่กระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางเพื่ออะไรและคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใด เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. **ปัจจัยดึง (Pull Factor)** หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีเยี่ยมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศนั้นมีอำนาจทางการซื้อสูง และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้มาก

1.2 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” จากหลักจิตวิทยานี้อาจกล่าวได้ว่าลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่างไปจากประเทศของตนสามารถดึงดูดให้คนเดินทางได้และข้อคิดดังกล่าวอาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวความคิดทางปัจจัยภูมิศาสตร์ได้ว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี ลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยดึงที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศหรือท้องถิ่นของตน

1.3 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมรูปแบบวัฒนธรรมและบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้นในขณะเดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาลประวัติศาสตร์สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้

1.4 ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้และในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจกั้นหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน

1.5 ปัจจัยทางเทคโนโลยีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารการคมนาคมโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้นนอกจากนี้ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

2. ปัจจัยผลัก (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทางซึ่ง มาสโลว์ได้กล่าวถึงเรื่องของปัจจัยผลักไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด และได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย

2.2 นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง

2.3 นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอและคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้องเพราะแสดงถึงการเป็นที่ยกย่องยอมรับนับถือในสังคมนั้น ๆ

2.4 นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน

2.5 นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยตนเองโดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจดจำหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันและนักท่องเที่ยวคนหนึ่ง ๆ ก็อาจมี

2.8 พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว

ฉลงศรี พิมลสมพงศ์ (2548 : 33-34) กล่าวว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคนั้น ๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด

นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหา หรือวิจัยพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อ ก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วย 6 W's และ 1 H

- 6 W 's คือ Who, whom, what, why, when, where
- 1 H คือ How

คำตอบ 7 คำตอบที่ต้องการทราบเพื่อรู้จักพฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วย 7 Os

- 7 O 's คือ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets

และ Operations ดังแสดงในตาราง 2.1

ตาราง 2.1 คำถาม คำตอบ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมการบริโภค	- กลยุทธ์ 4 Ps หรือมากกว่า Product, Price, Place, Promotion ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่สินค้าและบริการ คุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Components)	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) - ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ บุคลากร ราคา ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทาง ท่องเที่ยวกำหนดแนวความคิด และจุดขายในการโฆษณา
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying)	- บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organization) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและ ผู้ใช้	- กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์การโฆษณา และเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่ม(นักท่องเที่ยว)

ที่มา. (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2537 : 29 อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548 : 33-34)

ตาราง 2.1 (ต่อ)

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	-โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วง ฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ส่งเสริม การตลาดนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การ ส่งเสริมการขาย ความร่วมมือระหว่าง ธุรกิจ (Partnership)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) โดยผ่าน สถาบันการค้าส่ง สถาบันการค้าปลีก และช่องทางพิเศษ อื่น ๆ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	- ขั้นตอน (Operations) ในการ ตัดสินใจซื้อ - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) และราคาให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการ ตัดสินใจซื้อ

ที่มา. (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2537 : 29 อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2548 : 33-34)

2.9 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทางตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (Morrison, 1989 : 63 อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2548 : 35)

2.9.1 ปัจจัยภายใน (Personal factors/internal variables) ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) บุคลิกภาพ (Personality) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life style) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self concept) และทัศนคติ (Attitudes)

2.9.2 ปัจจัยภายนอก (Interpersonal factors/external variables) ได้แก่ วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Culture and subcultures) ชั้นของสังคม (Social classes) กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) ผู้นำความคิดเห็น (Opinion leaders) และครอบครัว (The family)

2.10 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์นับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) เนื่องจากหากผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว การปรับราคาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมพื้นที่ หรือแม้แต่การส่งเสริมการตลาดที่สามารถดึงดูดให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ได้ อาจไม่มีความหมายหรืออาจทำให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เพียงครั้งเดียวเท่านั้น ในทางตรงกันข้ามหากลูกค้าพึงพอใจผลิตภัณฑ์ลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ และอาจซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากบริษัทเดียวกัน รวมทั้งอาจจะแนะนำผลิตภัณฑ์นั้นแก่ผู้อื่น ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ท่องเที่ยว

2.10.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ราณี อธิชัยกุล (2548 : 161-162) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อเรียกร้องความสนใจ ความเป็นเจ้าของเพื่อการอุปโภคหรือบริโภคที่สามารถตอบสนองความต้องการ ความจำเป็นและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์หมายถึงรวมถึงสิ่งที่เป็นรูปร่างจับต้องได้ บริการ บุคคล สถานที่ องค์กรและแนวความคิด

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนหรือเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่เหมือนอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ที่ธุรกิจจะผลิตสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวผู้ผลิตจะผลิตสินค้าและบริการไปพร้อม ๆ กัน สินค้าและบริการส่วนใหญ่จับต้องไม่ได้ เช่น นักท่องเที่ยว เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเรือสำราญจะได้รับบริการต่าง ๆ ควบคู่กันไป เช่น บริการที่พัก บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การบริการเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับควบคู่กันไป เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (tourism product) หมายถึง สินค้าและบริการที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทางและท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสินค้าและบริการที่สามารถทำการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึงรวมถึงส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

1. สินค้าที่มีรูปร่างจับต้องได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม ที่นั่งในเครื่องบิน อาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหาร เป็นต้น
2. บริการ เช่น บริการทำความสะอาดห้องพัก บริการต้อนรับบนเครื่องบิน บริการประกอบอาหาร บริการนำเที่ยว บริการจัดประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น
3. สถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวชม อาจจะเป็นประเทศ เมือง บริเวณใดบริเวณหนึ่งที่มีความงดงาม
4. บุคลากร เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด พนักงานขับรถ ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม นักบิน เป็นต้น
5. องค์กร เช่น สมาคมโรงแรมไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น
6. แนวความคิด เช่น เที่ยวทั่วไทย ซื้อสินค้าหัตถกรรมไทย เที่ยวเมืองไทยไม่ไปไม่รู้ Visit Thailand year 1987 และ Amazing Thailand 1998 – 1999 เป็นต้น

จึงอาจกล่าวได้ว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นการบริโภคสินค้าและบริการประกอบกันหลายประเภท ซึ่งนักท่องเที่ยวจะบริโภคควบคู่กันในเวลาเดียวกัน

2.10.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ราณี อธิชัยกุล (2548 : 162-165) ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism product) มีลักษณะหลายประการที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป อาทิ มีลักษณะจับต้องไม่ได้ มีความแตกต่างกัน เป็นผลิตภัณฑ์รวม แยกออกจากกันได้ยาก เก็บรักษาไม่ได้ ซื้อขายตามฤดูกาล เป็นต้น ลักษณะเฉพาะเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ลักษณะเฉพาะที่สำคัญมีดังนี้

2.10.2.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) :

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบางอย่างจับต้องได้ เช่น อาหารที่รับประทานในห้องอาหาร เตียนนอนในห้องพัก ถ้า หาดทราย ภูเขา เป็นต้น แต่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จับต้องไม่ได้

เปรียบเสมือนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ เช่น การบริการต้อนรับด้วยความอบอุ่น มีอัยาศัยไมตรี การเดินทางโดยเครื่องบิน การท่องเที่ยวในเรือสำราญ การพักผ่อนในห้องพัก การนำชมทัศนียภาพ การฟังดนตรีในไนท์คลับ เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้เหล่านี้เพราะในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการได้รับความเพลิดเพลิน การพักผ่อน การผ่อนคลาย หรือความตื่นเต้นสนุกสนานที่เกิดจากประสบการณ์ของการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ จึงเป็นเพียงตัวกลางที่นำไปสู่การได้รับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวปรารถนาหรือนักท่องเที่ยวใช้สิ่งที่จับต้องได้ เพื่อบริโภคผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้น เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์หรือความทรงจำกลับไปบ้านและอาจมีสิ่งจับต้องได้ติดตัวกลับบ้านบางชนิด ได้แก่ ภาพถ่าย และของที่ระลึกเท่านั้น

การที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจับต้องไม่ได้จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และการซื้อครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวและจากสาเหตุนี้ นักท่องเที่ยวจึงไม่สามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์หรือทดลองผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อได้ ซึ่งก่อให้เกิดข้อดีและข้อจำกัดแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้

ข้อดี

1. ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
2. ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องจัดจำหน่ายทางกายภาพ คือ ไม่ต้องจัดพาหนะในการขนส่งผลิตภัณฑ์เนื่องจากนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น

ข้อจำกัด

1. จากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม่จำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตมาเก็บไว้เพื่อขาย ผู้ประกอบการเหล่านี้จึงมักไม่รักดีต่อผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตใดผู้ผลิตหนึ่ง
2. ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องมีระบบการสำรอง (reservation system) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า มิฉะนั้นจะเกิดปัญหาในการให้บริการตามมา
3. จากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม่สามารถจัดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองก่อนซื้อได้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องจัดทำสื่อ หรือภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อาทิ โบว์ชัวร์ (Brochure) แผ่นพับ (folder) วีดิทัศน์ ซีดีรอม เป็นต้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดจินตนาการตลอดจนการพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและสร้างความไว้วางใจ
4. เมื่อนักท่องเที่ยวบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพหรือไม่เป็นไปตามภาพลักษณ์ที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวสามารถคืนผลิตภัณฑ์นั้นได้แต่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ซื้อ

ผลิตภัณฑ์ในครั้งต่อไป และเปลี่ยนไปซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการอื่น ตลอดจนอาจไปบอกญาติมิตรหรือเพื่อนสนิท ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไม่มีโอกาสแก้ตัวในครั้งต่อไปได้ ดังนั้น ประสิทธิภาพและความประทับใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญมาก และมีผลต่อการซื้อซ้ำ (repurchase)

2.10.2.2 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน (Heterogeneity)

ผลิตภัณฑ์ทั่วไปจะมีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากมาตรฐานในกระบวนการผลิตของโรงงาน ผู้ผลิตสินค้าและการควบคุมคุณภาพสินค้า แต่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการบริการมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ลักษณะการให้บริการและแหล่งที่ให้บริการ ดังนั้น มาตรฐานหรือระดับของคุณภาพการบริการจะมีความหลากหลาย เช่น โรงแรมแต่ละแห่งจะมีมาตรฐานระดับและรูปแบบของการให้บริการตนเอง และมาตรฐานของแต่ละประเทศย่อมมีความแตกต่างกันนอกจากนี้ แม้ว่าโรงแรมหรือบริษัทนำเที่ยวจะพยายามให้บริการที่มีมาตรฐานเดียวกัน แต่ผลิตภัณฑ์ยังคงแตกต่าง เนื่องจากปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้หลายประการ เช่น สภาพภูมิอากาศ พนักงานที่เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่อาจให้บริการที่มีคุณภาพไม่เหมือนกันในแต่ละวัน เป็นต้น ดังนั้น การกำหนดมาตรฐานการให้บริการจึงมีความสำคัญมาก

2.10.2.3 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์รวม (Complementarity)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์รวมที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมกัน เมื่อนักท่องเที่ยวซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยสินค้าและบริการหลายประเภท เช่น รายการนำเที่ยวเรือสำราญ ประกอบด้วยการเดินทางโดยเครื่องบินและเรือ ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม การนำชมแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทาง กีฬาและบันเทิง เป็น หรือแม้แต่นักธุรกิจที่เดินทางจะใช้บริการหลายประเภท เช่น การเดินทางโดยเครื่องบิน ห้องพัก และรถเช่า เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เป็นเครือข่ายต่อเนื่องกัน ปัญหาคุณภาพของการบริการหรือความไม่ประทับใจจุดใดจุดหนึ่งในการเดินทางจะส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์อื่นได้หรือในทางตรงกันข้าม ความประทับใจบริการจุดใดจุดหนึ่งจะส่งผลดีต่อบริการอื่น ๆ เช่นกัน

2.10.2.4 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแยกออกจากกันได้ยาก (inseparability)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยสินค้า บริการ สถานที่และบุคลากร ซึ่งแต่ละส่วนล้วนมีความสำคัญและแยกออกจากกันได้ยาก เมื่อนักท่องเที่ยวบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะบริโภคทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากส่วนใดไม่มีคุณภาพจะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารที่อร่อย แต่พนักงานบริการไม่สุภาพ นักท่องเที่ยวอาจไม่กล้ารับประทานที่ร้านนั้นอีก เป็นต้นเนื่องจากบุคลากรเป็นผู้ให้บริการต่าง ๆ บุคลากรจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญของการให้บริการโดยเริ่มตั้งแต่พนักงานขาย พนักงานต้อนรับ พนักงาน

ทำความเข้าใจทุกคนจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่แยกออกจากกันได้ยากดังนั้นการฝึกอบรมบุคลากรในเรื่องทักษะของการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการจึงมีความสำคัญต่อผลสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

2.10.2.5 ผลกระทบทางการท่องเที่ยวไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability)

จากการที่ผลกระทบทางการท่องเที่ยวจะผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้นักท่องเที่ยวจะบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้ในช่วงเวลาสั้นมาก เช่น การรับประทานอาหารภายใน 2 ชั่วโมง การพักผ่อนใน 1 คืน การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ภายใน 3 ชั่วโมง การเดินทางโดยเครื่องบินภายใน 1 ชั่วโมง เป็นต้น หากผลกระทบทางการท่องเที่ยวไม่สามารถขายได้ในเวลาที่กำหนดผลกระทบนั้นไม่สามารถเก็บรักษาเพื่อนำมาขายในวันรุ่งขึ้นเหมือนสินค้าบริการทั่วไปได้ผู้ประกอบการจะเสียโอกาสทันที ดังนั้นการลดราคาผลกระทบจึงมีความสำคัญมากในช่วงเวลานี้ เช่น การลดราคาห้องพักหรือค่าพาหนะหลังเวลา 18.00 น. เพื่อให้ขายสินค้าและบริการของวันนั้นได้ดีกว่าที่จะเสียโอกาสและขายไม่ได้เลยในวันนั้น

2.10.2.6 ผลกระทบทางการท่องเที่ยวมีการซื้อขายเป็นฤดูกาล (Seasonality)

เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะบริโภคผลกระทบทางการท่องเที่ยว เมื่อต้องการเดินทางหรือเมื่อมีเวลาว่างหรือวันหยุดพักผ่อนประกอบกับภูมิอากาศที่เป็นอุปสรรคสำหรับแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งผลกระทบทางการท่องเที่ยวบางประเภทจึงไม่สามารถขายได้ตลอดปี แต่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น นักท่องเที่ยวไม่นิยมเดินทางในฤดูฝนรายการนำเที่ยวทางทะเลขายได้มากในฤดูร้อนหรือฤดูหนาวรายการนำเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์หรือปิดภาคการศึกษาฤดูร้อนเที่ยวบินหรือโรงแรมตากอากาศจะขายได้มากในช่วงวันหยุด เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินกลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกันไปตามช่วงเวลาเพื่อให้สามารถขายสินค้าและบริการได้ตลอดปี ทั้งในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาล เช่น การลดราคา การสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงนอกฤดูกาล เช่น การจัดงานเทศกาลต่าง ๆ การให้บริการจัดสัมมนาฝึกอบรม เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรวางแผนกำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการฤดูกาลด้วยเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ตลอดปี

2.10.2.7 ผลกระทบทางการท่องเที่ยวถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย (Parity)

ผลกระทบทางการท่องเที่ยวหลายประเภทมีความคล้ายคลึงกันและมักถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย เช่น รูปแบบการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินต่าง ๆ รายการอาหารและเครื่องดื่ม การตกแต่งที่พักรวม เป็นต้น รูปแบบการให้บริการที่ได้รับความนิยมมักถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายเนื่องจากผลกระทบทางการท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบหรือเทคโนโลยีสูงในการผลิต

การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาด้านจรรยาและธุรกิจที่ อยู่รอดได้ ต้องพยายามสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (product differentiation) และระดับของคุณภาพของการให้บริการเพื่อนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง นอกจากนี้การใช้รายการสะสมคะแนน (ไมล์) ในแต่ละรายการเดินทางจะช่วยสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทางและท่องเที่ยวที่ตอบสนองของความต้องการแก่นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปหลายประการ

2.10.3 ระดับของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปควรมีการกำหนดความคาดหวังหรือประโยชน์ที่ลูกค้าควรได้รับจากผลิตภัณฑ์โดยแบ่งเป็นระดับต่างๆ เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงควรมีการกำหนดระดับประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากผลิตภัณฑ์เช่นกัน ระดับของผลิตภัณฑ์ (product levels) ทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ (ราณี อธิชัยกุล, 2548 : 166-170)

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product)
2. ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก (Facilitating product)
3. ผลิตภัณฑ์สนับสนุน (Supporting product)
4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product)

2.10.3.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product)

ผลิตภัณฑ์หลักเป็นประโยชน์หลัก (core benefit) หรือบริการหลัก (core service) ของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้สำหรับตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์หลักของโรงแรมคือการให้ที่พักแรมและพักผ่อน ผลิตภัณฑ์หลักของสายการบินคือการขนส่งผู้โดยสารจากเมืองหนึ่ง ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทนำเที่ยว คือ รายการนำเที่ยวหลากหลาย เป็นต้น

การพิจารณาผลิตภัณฑ์หลักทางการท่องเที่ยวจึงเป็นการตอบคำถามที่ว่า “ลูกค้าต้องการซื้ออะไร” ซึ่งนักการตลาดควรพยายามคำนึงถึงประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ในการขายมากกว่าคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จากการที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จับต้องไม่ได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์หลักทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยประโยชน์ที่เป็นประสบการณ์

บรรยากาศ การผ่อนคลาย ความสนุกสนาน และการฉลองในโอกาสพิเศษ มากกว่าคุณลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

2.10.3.2 ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก (Facilitating Product)

ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกเป็นสินค้าหรือบริการที่เสนอแก่ลูกค้า เพื่อให้สามารถอุปโภคหรือบริโภคผลิตภัณฑ์หลักได้อย่างสะดวก เช่น โรงแรมระดับดีจะมีการให้บริการลงทะเบียนเข้าพัก (check in) และการแจ้งออกจากห้องพัก (check out) ด้วยความสะดวกรวดเร็ว บริการโทรศัพท์ในห้องพัก บริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมและในห้อง บริการขนส่งสัมภาระและบริการจอดรถแก่แขกผู้มาพัก หรือโรงแรมระดับประหยัดจะมีบริการลงทะเบียนเข้าพัก การแจ้งออกจากห้องพัก และโทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องเข้าใจความต้องการของตลาดเป้าหมายและบริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการ

2.10.3.3 ผลิตภัณฑ์สนับสนุน (Supporting product)

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์หลักทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกควบคู่กันไป แต่ไม่จำเป็นต้องออกแบบผลิตภัณฑ์สนับสนุนเสมอไป กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์สนับสนุนเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หลักและทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ตัวอย่างเช่น โรงแรมระดับดีที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจมักเพิ่มบริการเสริมต่าง ๆ เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์สนับสนุน อาทิ ศูนย์ธุรกิจ (Business center) บริการออกก่าลังกายเพื่อสุขภาพ บริการเครื่องโทรสารในห้องพัก การตกแต่งห้องพักที่เป็นเอกลักษณ์ เมนูพิเศษในห้องอาหาร ชุดเครื่องใช้ในห้องพัก เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์สนับสนุนเป็นผลิตภัณฑ์เสริมเพื่อเพิ่มคุณค่าหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบ คุณภาพ ตลอดจนตราผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ชัดเจน ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักและแตกต่างจากคู่แข่งชั้น ตัวอย่างเช่น โรงแรมไฮแอท (Hyatt Hotel) จัดบริการชุดเครื่องใช้ในห้องพักอย่างครบครัน ประกอบด้วย สบู่หลายประเภท แชมพู และครีมนวด ครีมทาผิว เป็นต้น โรงแรมรีเจนท์ (Regent Hotel) จัดบริการน้ำส้มคั้นในทุกห้องอาหารของโรงแรม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สร้างผลิตภัณฑ์สนับสนุนเพื่อสร้างความแตกต่างหรือเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้นควรมั่นใจว่าสามารถให้บริการผลิตภัณฑ์สนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผลิตภัณฑ์สนับสนุนที่ไม่มีคุณภาพจะก่อให้เกิดผลเสียแก่ภาพลักษณ์มากกว่าผลดี

2.10.3.4 ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product)

ผลิตภัณฑ์ควบ หมายถึง ประโยชน์หรือบริการทั้งหมดที่ลูกค้าจะได้รับหรือประสบการณ์ควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก และผลิตภัณฑ์สนับสนุน ซึ่งหมายรวมถึง ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการ บรรยากาศ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและระบบการให้บริการ การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการใช้บริการ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้า

ในการวางแผนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักการตลาดควรกำหนดผลิตภัณฑ์หลัก เพื่อเป็นเป้าหมายของธุรกิจ กำหนดผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกเพื่อช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ผลิตภัณฑ์หลักได้สะดวกขึ้น กำหนดผลิตภัณฑ์สนับสนุนเพื่อช่วยเสริมตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนในตลาด และกำหนดผลิตภัณฑ์ควบคู่เพื่อช่วยนำเสนอผลิตภัณฑ์ทั้งหมดสู่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องและเหมาะสม

2.11 ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ราณี อธิชัยกุล (2548 : 171-175) กล่าวว่า ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยส่วนประกอบหลัก 5 ส่วน คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ น้ำ พืชพันธุ์และสัตว์ป่า เช่น ภูเขา หุบเขา เกาะ ชายหาด แม่น้ำลำธาร ทะเลสาบ เป็นต้น

1.1.1 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งในอดีตและปัจจุบัน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน อนุสาวรีย์ สวนพักผ่อนหย่อนใจ สวนสนุกรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

1.1.2 แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม เช่น งานเทศกาล ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ศาสนา ศิลปะ ดนตรี รวมทั้งพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ

1.1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม เช่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การได้พบประสังสรรค์ในงานรื่นเริงต่าง ๆ เป็นต้น

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีหลายประเภทและมีจำนวนมาก ผู้ประกอบการนำเที่ยวจึงพิจารณากำหนดรายการท่องเที่ยวให้เหมาะสมในแต่ละครั้งของการเดินทางโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรับรองนักท่องเที่ยวของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ต่อไป

2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

2.1 ที่พักแรม ได้แก่ โรงแรม โรงแรมตากอากาศ คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ แคมป์ เกสต์เฮ้าส์ ที่พักของเยาวชน เป็นต้น

2.2 ภัตตาคาร ร้านอาหาร คาเฟ่ ผับ บาร์ ซึ่งมีบริการตั้งแต่ราคาถูกถึงราคาแพง บริการการเดินทางในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถประจำทาง รถยนต์ แท็กซี่ รถเช่า รถจักรยาน เป็นต้น

2.3 ร้านค้าปลีก เช่น ตัวแทนการท่องเที่ยว ร้านขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

2.4 กิจกรรมท่องเที่ยว เช่น กีฬา ล่องแก่ง ว่ายน้ำ พายเรือ เป็นต้น

2.5 บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ซักรีด ตำรวจท่องเที่ยว ที่แลกเงิน ศูนย์ข้อมูล ข่าวสาร เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวกบางครั้งก็เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น โรงแรมที่มีความสวยงามทำให้นักท่องเที่ยวต้องการไปพักค้าง เป็นต้น

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อค่าใช้จ่าย ความสะดวกและความเร็วที่นักท่องเที่ยวไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหมายรวมถึงสิ่งต่อไปนี้

3.1 ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ รางรถไฟ สนามบิน ท่าเรือ สถานีรถประจำทาง เป็นต้น

3.2 พาหนะประจำทาง ได้แก่ รถประจำทาง รถไฟ เรือข้ามฟาก เป็นต้น

3.3 ปัจจัยการดำเนินการ เช่น เส้นทางเดินรถ ความถี่ของการให้บริการ ราคาตั๋ว เป็นต้น

3.4 กฎระเบียบของราชการในการควบคุมพาหนะและการขนส่ง

4. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทักษะคนดีและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ภาพลักษณ์เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงภาพลักษณ์กับประสบการณ์ที่คาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งอาจใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดช่วยให้บรรลุผล

5. ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในทางการตลาด ราคาเป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดแต่นักท่องเที่ยวมองว่าราคาเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากราคาแสดงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ราคา คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง พักค้างและร่วมกิจกรรมที่มีไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลายประเภท ราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงมี

ความหลากหลายซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม ช่วงเวลา และระยะทางที่เดินทาง

จะเห็นได้ว่าส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมตามมุมมองของนักท่องเที่ยวทั้ง 5 ส่วน เปรียบเสมือนมุมมองของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเช่นเดียวกันเนื่องจากผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจให้ตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.12 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีวงจรชีวิตของตนเอง ผลิตภัณฑ์จะเจริญเติบโตตามช่วงเวลาและตายไปในที่สุดเมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถให้การตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าเข้ามาแทนที่

2.12.1 ความหมายของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ราณี อธิษชัยกุล (2548 : 181-183) ได้ให้ความหมายของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product life cycle : PLC)ว่า หมายถึง วิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตามช่วงหรือระยะเวลาวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากระยะแนะนำ ระยะเจริญเติบโต ระยะเติบโตเต็มที่ และระยะตกต่ำ ซึ่งเป็นวงจรที่แสดงการเติบโตของยอดขายและกำไรของผลิตภัณฑ์

วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สามารถประยุกต์ใช้ได้ 4 รูปแบบ ดังนี้คือ

1. ใช้กับทุกผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น โรงแรม ร้านอาหารจานด่วน สวนสนุก เป็นต้น ซึ่งมักจะมีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ยาวที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะเติบโตเต็มที่
2. ใช้กับตราผลิตภัณฑ์เฉพาะแต่ละตรา เช่น แมคโดนัลด์ เบอร์เกอร์คิง ดีสนีย์ เป็นต้น
3. ใช้กับทรัพย์สินเฉพาะแต่ละแห่ง เช่น โรงแรมปทุมวันปรีนเซส ในเครือรอยัลปรีนเซส สวนสนุกยูโรดีสนีย์ (Euro Disney) เป็นต้น
4. ใช้กับผลิตภัณฑ์เฉพาะแต่ละผลิตภัณฑ์ เช่น บิ๊กแมค (Big Mac) ของร้านแมคโดนัลด์

2.12.2 ระยะของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์จะแสดงการเติบโตของยอดขายและกำไรของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสัมพันธ์กัน ซึ่งประกอบด้วย 4 ระยะ ดังนี้

2.12.2.1 ระยะแนะนำ (Introduction stage) ระยะแนะนำเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่หรือผลิตภัณฑ์เก่าที่ได้รับการปรับปรุงใหม่เข้าสู่ตลาด ระยะนี้ยอดขายจะเติบโตช้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์เพิ่งเป็นที่รู้จักและกำไรยังไม่เกิดขึ้น เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายจำนวนมากเกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาเพื่อบุกเบิกตลาดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวลองซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นต้น คู่แข่งขันมีน้อยราย ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง และมีอัตราความล้มเหลวค่อนข้างสูง

2.12.2.2 ระยะเจริญเติบโต (Growth stage) ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านระยะแนะนำตลาดหรืออยู่รอดในช่วงแนะนำจะเคลื่อนเข้าสู่ระยะเจริญเติบโตของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในระยะนี้ยอดขายจะเจริญเติบโตขึ้นและผลิตภัณฑ์จะได้รับการยอมรับเพิ่มมากขึ้น ลูกค้ำที่พึงพอใจจะมีการบอกต่อ (word of mouth) แก่เพื่อนหรือครอบครัว กำไรส่วนเกินสูงขึ้นในขณะเดียวกัน คู่แข่งขันเริ่มเข้าสู่ตลาดเมื่อเห็นโอกาสทางการตลาด ราคาผลิตภัณฑ์คงที่หรือลดลง เพื่อรักษาลูกค้ำเก่าและดึงดูดลูกค้ำเพิ่ม ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดยังคงสูง แต่การส่งเสริมจะเปลี่ยนรูปแบบจากการกระตุ้นให้ทดลองเป็นการดึงดูดให้มาใช้บริการต่อไป ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ระยะนี้จะเป็นการดำเนินการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว โดยการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.12.2.3 ระยะเติบโตเต็มที่ (Maturity stage) ในระยะเติบโตเต็มที่ ยอดขายของผลิตภัณฑ์จะเริ่มจะคงที่ ความต้องการของตลาดเริ่มอิ่มตัวหรือเริ่มลดลง เนื่องจากตลาดอิ่มตัวมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านราคาและลูกค้ำเริ่มเปลี่ยนแปลงรสนิยม ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเป็นจำนวนมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว

2.12.2.4 ระยะตกต่ำ (Decline stage) ผลิตภัณฑ์ในระยะตกต่ำจะมียอดขายลดลงอย่างช้า ๆ อาจเนื่องมาจากการเสื่อมความนิยมของตลาด รสนิยมของลูกค้ำเปลี่ยนแปลงไป ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ทันสมัย ยอดขายลดลงไม่สามารถรักษาสัดส่วนการตลาดไว้ได้ การส่งเสริมการขายลดน้อยลงผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องพิจารณาเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือยกเลิกผลิตภัณฑ์ เช่น เมืองพัทยาที่เคยตกต่ำจนต้องปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายเป็นการท่องเที่ยวแบบครอบครัวแทน

2.12.3 ลักษณะของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีลักษณะและข้อสังเกตสำคัญที่ควรรู้ ดังนี้

2.12.3.1 ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทไม่จำเป็นต้องมีวงจรชีวิตครบทั้ง 4 ระยะเสมอไป บางผลิตภัณฑ์เริ่มต้นในระยะแนะนำและตกต่ำไปเลย เช่น โรงแรมและโรงแรมตากอากาศบางแห่ง อาหารแนะนำบางประเภทที่ไม่ได้รับความนิยมในร้านอาหาร เครื่องกีฬาสเกตบอร์ด (skateboard) ที่แนะนำและตกต่ำอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

2.12.3.2 ระยะเวลาของวงจรชีวิตอาจสั้นหรือยาวไม่เท่ากันเสมอไปทุกระยะ ผู้ประกอบการธุรกิจควรพยายามรักษาระยะการเจริญเติบโตเต็มที่ไว้ให้นานที่สุด

2.12.3.3 ผลิตภัณฑ์บางประเภทอาจมีลักษณะที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบรวดเร็วมาก หรือลูกค้ามีความชอบเพียงชั่วระยะหนึ่ง เช่น ฝ่าบ นท์คลับ ดิสโก้เทค ที่มักมีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สั้น แต่มียอดขายสูงมากในระยะเติบโตเต็มที่ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบบ่อย ๆ เพื่อให้ดูใหม่อยู่เสมอ

2.12.3.4 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เดียวกันอาจอยู่ในระยะที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค หรือแต่ละประเทศ เช่น ร้านอาหารจานด่วนอยู่ในระยะเจริญเติบโตในทวีปเอเชีย แต่อยู่ในระยะแนะนำในประเทศรัสเซีย เป็นต้น

2.12.3.5 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ในการอธิบายความเป็นไปของผลิตภัณฑ์และตลาดแต่ไม่เหมาะสมในการใช้พยากรณ์ยอดขายและช่วงเวลาในแต่ละระยะ เนื่องจากผู้บริหารอาจประสบปัญหาในการระบุระยะของผลิตภัณฑ์ว่าอยู่ในระยะใดในช่วงเวลาใดที่แน่นอน รวมทั้งช่วงเวลาใดที่ผลิตภัณฑ์จะเคลื่อนจากระยะหนึ่งไปอีกระยะหนึ่ง

ดังนั้น วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จึงควรเป็นเพียงเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลกระทบของตลาด สภาพแวดล้อม และสภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากสภาพแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงของการแข่งขันทำให้ผลิตภัณฑ์เคลื่อนตัวจากระยะหนึ่งไปอีกระยะหนึ่งในวงจรชีวิต และเพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อยู่คงที่หรือขยายระยะเวลาเติบโต โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและตลาดได้

2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 2.2 แสดงข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

พ.ศ.	เรื่อง	ผลการวิจัย
2538	พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ผู้วิจัย : เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ)	พบว่า ส่วนใหญ่คนไทยที่มีอายุประมาณ 15 ปีขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในรอบปี 2537 โดยเฉลี่ย 2.7 ครั้ง/ปี ครึ่งละ 3-4 วัน จำนวนวันท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 7.2 วัน/ปี และมีค่าใช้จ่ายประมาณคนละ 624 บาท/วัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาทางเศรษฐกิจ สังคมและประชากรที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ พฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างประทับใจในการท่องเที่ยว ปี 2537 และต้องการจะไปเที่ยวในปี 2538 คือ เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี (พัทยา)
2539	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา (ผู้วิจัย : เตือนจิต เหมพงษ์พันธ์)	พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา และความคิดเห็นด้านการคมนาคมอยู่ในระดับสูง ด้านที่พักแรมอยู่ในระดับสูง ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอยู่ในระดับสูง ด้านระเบียบวินัยของจังหวัดอยู่ในระดับปานกลาง ด้านบริการต่างๆ อยู่ในระดับสูง และด้านการอำนวยความสะดวกในการคมนาคมอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 2.2 แสดงข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมารีบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ต่อ)

พ.ศ.	เรื่อง	ผลการวิจัย
2540	พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย “โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย” (ผู้วิจัย : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย)	พบว่า ผู้เดินทางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ประกอบธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนวันพักเฉลี่ยประมาณ 12.4 วัน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว รองลงมาคือเพื่อทำธุรกิจและประชุม โดยไม่มีการวางแผนในการใช้จ่ายไว้ล่วงหน้า ซึ่งงบประมาณที่ใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งประมาณ 50,000-99,000 บาท
2543	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ผู้วิจัย : บุญเลิศ เป็เร่า)	พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยต่อบรรยากาศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และให้ความสำคัญมากต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ โรงแรมที่พัก โครงสร้างพื้นฐาน บริษัทนำเที่ยว และภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 2.2 แสดงข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ต่อ)

พ.ศ.	เรื่อง	ผลการวิจัย
2545	<p>ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ (ผู้วิจัย : วชิราภรณ์ โฉหะชาละ)</p>	<p>พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว และพักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่รายมีความพึงพอใจต่อบริการที่พักในระดับสูง ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าที่พักมีมาตรฐานดี และเกือบทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูลคิดว่า ราคาของที่พักมีความเหมาะสมดีแล้ว ในขณะที่สถานที่พักก็อยู่ในเกณฑ์ดี ผลการศึกษาเชิงคุณภาพในประเด็นที่มีความประสงค์จะกลับมาใช้บริการพักแรมอีกหรือไม่ในส่วนใหญ่ต้องการกลับมาพักแรมอีก และจะแนะนำที่พักแรมดังกล่าวให้กับเพื่อน และคนอื่น ๆ อีกด้วย นอกจากนี้จากการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกที่พักในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรมโดยเฉพาะปัจจัยด้านราคาที่พัก และปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือปัจจัยด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมลำดับ</p>

ตาราง 2.2 แสดงข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ต่อ)

พ.ศ.	เรื่อง	ผลการวิจัย
2545	การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยว ภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ (ผู้วิจัย : ชินวัฒน์ อรรถเวททิน)	พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวครั้งละ 3 วันมากที่สุด วัตถุประสงค์ในการเที่ยวคือพักผ่อนและท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชอบมากที่สุด คือ ทะเล เกาะ ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวครั้งหลังสุดด้านการรับรู้ความต้องการ พบว่า มีสาเหตุมาจากการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยประหยัดกว่าการเดินทางไปต่างประเทศ ด้านการค้นหาข้อมูลจากกิจกรรมเพื่อน ญาติ และคนที่เคยไปมาแล้ว ด้านการประเมินทางเลือกใช้เกณฑ์จากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง ด้านการซื้อ พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่จัดการด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเองทุกอย่าง และความรู้สึกภายหลังการไปเที่ยวพอใจในระดับกลาง
2545	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของ ธุรกิจนำเที่ยวทางเรือล่องแม่น้ำโขง : กรณีศึกษา แม่ฮ่องสอนทัวร์ (ผู้วิจัย : วิยะดา เสรวิชัยสวัสดิ์)	พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของธุรกิจนำเที่ยวทางเรือล่องแม่น้ำโขงอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความชำนาญของกัปตันเดินเรือ ประสบการณ์ที่ได้รับตลอดระยะเวลาการเดินทางโดยเรือ พึงการตรวจคนเข้าเมืองแต่ละด่านศุลกากรในประเทศไทยเป็นที่นักท่องเที่ยวพอใจมากที่สุด สิ่งที่นักท่องเที่ยวพอใจค่อนข้างน้อย คือ ความสะอาดของห้องนั่งเล่น การกำจัดขยะที่ไม่เหมาะสม และพิธีการตรวจคนเข้าเมืองของประเทศจีนและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตาราง 2.2 แสดงข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ต่อ)

พ.ศ.	เรื่อง	ผลการวิจัย
2548	<p>ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวยุคใหม่ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (ผู้วิจัย : พรพิชญ์ พรหมศิระพัชลาภา กุลดา เพ็ชรารุณ และชัชวาล แพนนกุลเรือ)</p>	<p>พบว่า ค่าเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกือบทุกผลิตภัณฑ์ในทั้งสามจังหวัดจัดว่าอยู่ในกลุ่มระดับพอใจ โดยมีที่พักรับรองผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้รับความคิดเห็นมากที่สุดของทั้งสามจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสามจังหวัดโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตสูงกว่าจังหวัดกระบี่ และจังหวัดกระบี่มากกว่าจังหวัดพังงาตามลำดับ ซึ่งเจ้าบ้านก็มีความคิดเห็นสอดคล้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จากผลการวิจัยดังกล่าวยังชี้ให้เห็นว่าทั้งสามจังหวัด มีปัญหาด้านการท่องเที่ยวหลายประการที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว และความสะอาดในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว</p>

ตาราง 2.2 แสดงข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ต่อ)

พ.ศ.	เรื่อง	ผลการวิจัย
2548	เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน (ผู้วิจัย : ตติยาพร จารุมนิรัตน์ และ ศิริชัย ศิลปอาชา)	พบว่า ผลการศึกษานี้ให้เห็นความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันของภาพลักษณ์ในแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของพื้นที่ 3 จังหวัด เช่น จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นในความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่มีภาพลักษณ์เชิงลบในด้านความสงบของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพสิ่งแวดล้อม รวมถึงความเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ในขณะที่จังหวัดกระบี่มีจุดเด่นในด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสงบและความเป็นมิตรของผู้คน จุดเด่นคือด้านความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยว และจังหวัดพังงามีจุดเด่นในด้านความสงบของสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะจะต่อกรพักผ่อน จุดเด่นคือความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ทั้งสามจังหวัดต่างมีจุดเด่นในส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ตาราง 2.2 แสดงข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ต่อ)

พ.ศ.	เรื่อง	ผลการวิจัย
2548	พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (ผู้วิจัย : สายฝน ยวนแหลม นารี วีระกิจ และ สราญฑฐ มัลลัม)	พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นจังหวัดภูเก็ต พังงา หรือกระบี่ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดดังกล่าว ก็มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางท่องเที่ยวในสามจังหวัดไม่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยที่จูงใจทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในทั้งสามจังหวัดคล้ายคลึงกันคือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ สภาพอากาศ และทำเลที่ตั้ง และชื่อเสียงของจังหวัด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนและเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ เป็นหลัก ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญและควรได้รับการแก้ไขโดยด่วนคือ มลภาวะเป็นพิษ การจัดการสาธารณสุขโรค และการขาดจรรยาบรรณของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

จากตาราง 2.2 จะเห็นได้ว่าการศึกษาข้อมูลด้วยกระบวนการวิจัยเพื่อนำมาใช้พัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนมากจะเน้นศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอยู่แล้ว เช่น แหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคใต้ ก็จะมีการทำวิจัยเพื่อรองรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงาเป็นส่วนใหญ่ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ ก็จะมีการทำวิจัยเพื่อรองรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ในเขตพื้นที่ภาคอีสาน ก็มีการทำวิจัยเพื่อรองรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น แต่แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่อื่น ๆ เช่น ภาคอีสานตอนล่าง ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีความสวยงาม และมีประวัติความเป็นมาที่บ่งบอกถึงความมีอารยธรรมของบรรพชน กลับไม่ได้รับความสนใจที่จะศึกษาเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ ให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ทั้งในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ประกอบกับการศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตัวใดตัวหนึ่งเท่านั้น จึงไม่สามารถทราบถึงพฤติกรรมโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จึงทำให้การวิจัยพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุก ๆ ผลิตภัณฑ์ และส่งผลต่อการผลักดันให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญสำหรับนำไปใช้ในการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้เกิดการพัฒนาโดยภาพรวมได้อย่างมีคุณภาพ

2.14 สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผู้วิจัยได้กล่าวถึงภาพรวมบริบทการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ) ภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ทฤษฎีทางการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ได้รวบรวมงานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาในครั้งนี้ จำนวน 10 เรื่อง และสามารถแบ่งประเภทของประเด็นการวิจัยที่ค้นพบได้เป็น 4) กลุ่ม ด้วยกัน คือ 1) การวิจัยเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 2) การวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) การวิจัยเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคการท่องเที่ยว / ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ 4) การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 บทนำ

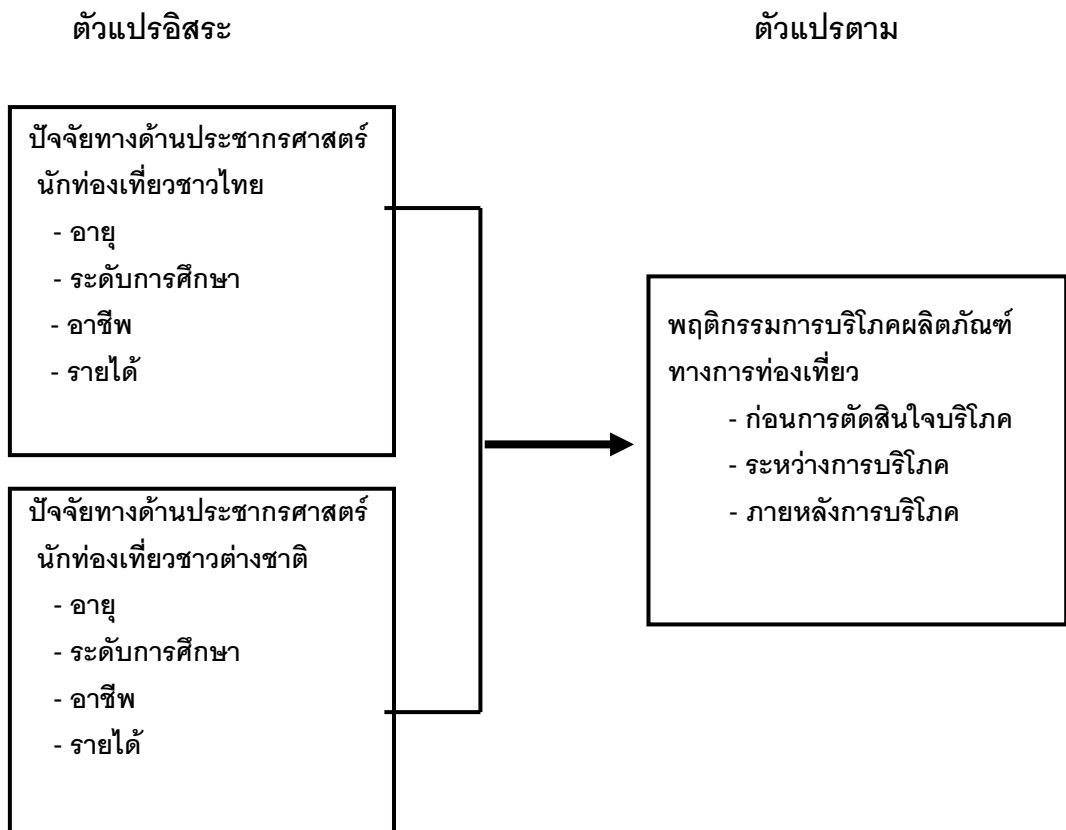
ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” คณะผู้วิจัยจะกล่าวถึงวิธีการศึกษา วิธีการรวบรวมข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2 กรอบความคิดการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส สัญชาติของนักท่องเที่ยว (ชาวไทย , ชาวต่างประเทศ)

3.2.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งแบ่งออกเป็นพฤติกรรมก่อนการบริโภค ระหว่างการบริโภค และภายหลังการบริโภค จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทนำเที่ยว โดยสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบความคิดการวิจัย

3.3 ระเบียบวิธีวิจัย

คณะผู้วิจัยขอเสนอระเบียบวิธีวิจัย โดยอธิบายรายละเอียดจำแนกตามคำถามวิจัยดังต่อไปนี้

คำถามวิจัยข้อที่ 1 พฤติกรรมกรบรีโภคผลิตภันท์ทางการท่องเที่ยวยของนักท่องเที่ยวยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวยชาวไทย และนักท่องเที่ยวยชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยสถานที่ท่องเที่ยวยในพื้นที่กลุ่มจังหวัดในเขตอีสานใต้เป็นการชั่วคราวอย่างสมัครใจด้วยจุดประสงค์ใด ๆ ก็ตาม หรือพักค้างแรมในพื้นที่ท่องเที่ยวยกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อย่างน้อย 1 คืน รายละเอียดดังแสดงตามตาราง 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และ อุบลราชธานี

นักท่องเที่ยว	ชัยภูมิ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรีสะเกษ	อุบลราชธานี	รวม
ชาวไทย	942,374	4,212,394	803,993	665,725	674,653	1,234,941	8,534,020
ชาวต่างประเทศ	2,790	89,004	33,288	11,961	7,145	53,521	197,709
รวม	945,164	4,301,398	837,281	677,686	681,798	1,288,462	8,731,729

ที่มา www.tat.or.th/stast/web/static_tex.php

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาครั้งนี้ได้มาจากการสุ่มจากกลุ่มประชากรข้างต้นโดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป ทาโร ยามาเน (Yamane, 1973 : 125 อ้างใน ยุทธ ไกรวรรณ, 2545 : 107) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 560 คน รายละเอียดดังแสดงตามตาราง 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

นักท่องเที่ยว จังหวัด	ไทยขาว				ชาวต่างชาติ			
	แบบสอบถาม	สัดส่วน (%)	แบบสัมภาษณ์	สัดส่วน (%)	แบบสอบถาม	สัดส่วน (%)	แบบสัมภาษณ์	สัดส่วน (%)
นครราชสีมา	130	32.50	15	30.00	20	20.00	3	30.00
บุรีรัมย์	70	17.50	10	20.00	30	30.00	2	20.00
อุบลราชธานี	60	15.00	10	20.00	10	10.00	2	20.00
สุรินทร์	50	12.50	5	10.00	20	20.00	1	10.00
ชัยภูมิ	50	12.50	5	10.00	10	10.00	1	10.00
ศรีสะเกษ	40	10.00	5	10.00	10	10.00	1	10.00
รวม	400	100.00	50	100.00	100	100.00	10	100.00

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการตอบคำถามวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้อย่างครบถ้วน คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (pilot study) ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จำนวนทั้งสิ้น 30 ชุด ผลการตรวจสอบพบว่าได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.9535 สำหรับโครงสร้างของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลักษณะของเครื่องมือ จำแนกตามจังหวัด ดังรายละเอียดตามตารางที่ 3.3

ตาราง 3.3 ข้อมูลจังหวัดและสถานที่เก็บข้อมูลจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	ประเภทของเครื่องมือและสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวที่เก็บข้อมูล	
	แบบสอบถาม	แบบสัมภาษณ์
ชัยภูมิ	น้ำตกตาดโตน น้ำตกไทรทอง อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม โรงแรมศิริชัย โรงแรมเลิศนิมิต (จำนวน 60 ฉบับ)	อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม น้ำตกตาดโตน อ่าเภอบ้านเขว้า (จำนวน 6 ฉบับ)
นครราชสีมา	อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี โรงแรมสีมาธานี (จำนวน 150 ฉบับ)	อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย โรงแรมสีมาธานี (จำนวน 18 ฉบับ)
บุรีรัมย์	ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ ประเพณีงานแข่งเรือยาว อ่าเภอสตึก โรงแรมพนมพิมาน โรงแรมเทพนคร (จำนวน 100 ฉบับ)	อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง (จำนวน 12 ฉบับ)
สุรินทร์	บ้านเขวาสินรินทร์ หมู่บ้านทอผ้าไหมตำบลบ้านท่าสว่าง โรงแรมทองธารินทร์ (จำนวน 70 ฉบับ)	งานแสดงช้าง โรงแรมทองธารินทร์ (จำนวน 6 ฉบับ)
ศรีสะเกษ	ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ เขาพระวิหาร ผามออีแดง (จำนวน 50 ฉบับ)	เขาพระวิหาร ผามออีแดง (จำนวน 6 ฉบับ)
อุบลราชธานี	ผาแต้ม แก่งสะพือ โรงแรมเนวาด้า (จำนวน 70 ฉบับ)	ผาแต้ม เขตเทศบาลเมือง (จำนวน 12 ฉบับ)

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) (เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test , ANOVA)

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของระดับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีรายละเอียด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 – 2.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 – 3.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 – 4.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจในระดับมากที่สุด

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview) คณะผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับไปใช้ในการอธิบายคำถามวิจัย ข้อที่ 2 ได้อย่างครบถ้วน ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันกับประชากรและกลุ่มตัวอย่างในคำถามวิจัย ข้อ 1

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการตอบคำถามวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้อย่างครบถ้วน คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale และ แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview) เช่นเดียวกับคำถามวิจัยข้อ 1 และ ข้อ 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลักษณะของเครื่องมือ จำแนกตามจังหวัด รายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางที่ 3.3 ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายคำถามวิจัย ข้อที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการเช่นเดียวกับคำถามวิจัยข้อที่ 1

**คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขต
อีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไร
บ้าง**

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับไปใช้ในการอธิบายคำถามวิจัย ข้อที่ 2 ได้อย่างครบถ้วน ผู้วิจัย
ได้เก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันกับประชากรและกลุ่มตัวอย่างในคำถาม
วิจัย ข้อ 1 และ ข้อ 2

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการตอบคำถามวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้อย่างครบถ้วน
คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน
คือ แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale และ แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth
interview) เช่นเดียวกับคำถามวิจัย ข้อ 1 และข้อ 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลักษณะของ
เครื่องมือ จำแนกตามจังหวัด รายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางที่ 3.3 ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นใน
คำถามวิจัย 1

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายคำถามวิจัย ข้อที่ 3 ผู้วิจัย
ดำเนินการเช่นเดียวกับคำถามวิจัย ข้อที่ 1 และข้อ 2

3.4 สรุป

การวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด อีสานใต้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส สัญชาติของนักท่องเที่ยว(ชาวไทย ชาวต่างชาติ) และตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในลักษณะที่เป็นพฤติกรรมก่อนการบริโภค ระหว่างบริโภค และภายหลังการบริโภค จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหาร และภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวพื้นที่กลุ่มจังหวัดในเขตอีสานใต้และสุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป ทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 560 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale และ แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview)

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview) ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

บทที่ 4

ผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4.1 บทนำ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ในบทนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ ดังมีรายละเอียดตามลำดับดังต่อไปนี้

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการด้วยกัน ประกอบด้วย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

สำหรับคำถามวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มี 3 ประการเช่นเดียวกัน ดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไรบ้าง

และเพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการตอบคำถามวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้อย่างครบถ้วน คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน
2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth Interview)

สำหรับในบทนี้ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้เป็น ผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

4.2 ผลการศึกษา

คณะผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 500 ฉบับ ได้รับกลับคืนมาทั้งสิ้น 500 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
3. ข้อมูลเพิ่มเติมที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยว

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังต่อไปนี้ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นเพศชายจำนวน 162 คนคิดเป็นร้อยละ 40.5 เพศหญิงจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีจำนวนสูงสุดคือ 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และสูงกว่า 60 ปี มีจำนวนไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 4.3 และ 2.3 ตามลำดับ สำหรับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้างหรือพนักงานของบริษัทเอกชน และนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 119 คน และ 109 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ 27.3 ตามลำดับ นักเรียนนักศึกษาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว

ที่มีจำนวนมากเป็นอันดับสาม คือ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ส่วนอาชีพอื่น ๆ ที่เหลือมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวนสูงสุด คือ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวนมากเป็นลำดับที่สอง คือ มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวนมากเป็นลำดับที่สาม คือ 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

ส่วนที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังต่อไปนี้ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน เป็นเพศชายจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 เพศหญิงจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และกลุ่มอายุ 51 – 60 ปี มีจำนวนมากเป็นลำดับที่สาม ซึ่งมีจำนวนเท่ากันคือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 สำหรับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีธุรกิจส่วนตัวมีจำนวนสูงสุดคือ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือเป็นลูกจ้าง หรือพนักงานของบริษัทเอกชนจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อันดับสามนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือนมีจำนวนสูงสุด คือ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0

4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ในการนำเสนอผลการศึกษา จะนำเสนอผลเพื่อตอบคำถามวิจัยแต่ละข้อตามลำดับ โดยจะจำแนกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นผลการศึกษาที่ได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย และส่วนที่ 2 เป็นผลการศึกษาที่ได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

คำถามวิจัยข้อที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลของการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังนี้

พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้แบ่งเป็นสองประเด็น คือ การวางแผนการเดินทาง และการกำหนดวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านการวางแผนก่อนการเดินทาง จากการศึกษาพบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 62.8 ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 69.3 จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่พัก รวมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเอง ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นวันหยุดราชการ (เสาร์-อาทิตย์) คิดเป็นร้อยละ 75.5 นักท่องเที่ยววางแผนมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา มากกว่าจังหวัดอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาคือจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดชัยภูมิ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ 8.0 ตามลำดับ

นอกจากนี้เส้นทางที่นักท่องเที่ยววางแผนสำหรับการเดินทางคือ เส้นทางบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี และเส้นทางชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ 11.0 ตามลำดับ สำหรับประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวที่พบว่ามีนักท่องเที่ยววางแผนที่จะมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ คิดเป็นร้อยละ 41.5 ในด้านการสืบค้นข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากการบอกเล่าของญาติ หรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาเป็นการรับรู้จากสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และจากการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 27.5 ตามลำดับ

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศเป็นลำดับที่ 1 เพื่อศึกษาวัฒนธรรม เทศกาลและประเพณี เป็นลำดับที่ 2 และเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ เป็นลำดับที่ 3

นอกจากนี้ การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเพราะชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เป็นลำดับที่ 1 เพราะมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ เป็นลำดับที่ 2 สถานที่ตั้งหรือภูมิประเทศน่าสนใจ เป็นลำดับที่ 3

พฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ขอค้นพบหลายประเด็นดังต่อไปนี้ ในเรื่องเกี่ยวกับระยะเวลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5 วัน โดยใช้เวลาอยู่ ณ แหล่งท่องเที่ยว ระหว่าง 2 – 3 วัน มีจำนวนสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือระยะเวลา 4 – 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และระยะเวลา 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ระยะเวลาที่พำนักตามเส้นทางทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพำนัก 1 – 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาไม่มีการพำนัก คิดเป็นร้อยละ 32.8 สำหรับพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 68.3 และพาหนะที่ใช้บริการระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ยังคงใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คิดเป็นร้อยละ 65.3 มีร้อยละ 16.3 ที่ใช้บริการรถเช่าหรือจ้างเหมาของท้องถิ่น ด้านที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้บริการที่พักจากโรงแรมในเขตตัวเมือง คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาเป็นการพักตามบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน และพักตามรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 40.3 และ 22.5 ตามลำดับ

ในส่วนของแหล่งรับประทานอาหาร พบว่า แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าใช้บริการคือ ร้านอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาคือร้านอาหารประเภทข้าวราดแกงหรือประเภทอาหารจานด่วน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ในกรณีที่มีการพักรถ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารเข้าจากร้านอาหารทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือที่ร้านอาหารของโรงแรมที่พัก คิดเป็นร้อยละ 34.5 สำหรับอาหารกลางวัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาจะเป็นการรับประทานอาหารข้าวแกงหรืออาหารจานด่วน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ส่วนอาหารเย็นนักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมารับประทานอาหารจากโรงแรมที่พัก คิดเป็นร้อยละ 20.8 ด้านค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มในช่วงเดินทางท่องเที่ยวพบว่า คิดเป็นร้อยละ 35.0 ของจำนวนนักท่องเที่ยวใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 300 บาท ซึ่งค่าร้อยละดังกล่าวเป็นค่าที่ใกล้เคียงกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายประมาณ 300 – 400 บาทต่อวัน

ในการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมหลักของการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นการทัศนอาจรเป็นหลัก รองลงมาคือ การช้อปปิ้ง โดยมีรูปแบบของการใช้จ่ายเงินเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 78.3 และมีจำนวนน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 3.0 ที่ใช้บัตรเครดิตในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สำหรับผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์ ของที่ระลึกท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 47.3 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังนิยมซื้อของใช้และของประดับตกแต่งจากท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 45.8 สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นสมุนไพรไม่ใช่อาหาร มีจำนวน

นักท่องเที่ยวสนใจซื้อเพียงร้อยละ 25.8 และผลการศึกษเกี่ยวกับสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวร่วมกัน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีสมาชิกเดินทางร่วมกันมากกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก พบว่า สมาชิกที่มาท่องเที่ยวร่วมกันนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนหรือครอบครัวเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 83.1

พฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังจากที่ได้เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่า

ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว” คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ “ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว” คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ ลำดับที่สามคือ “บรรยากาศไม่ตรีของคนในพื้นที่” คิดเป็นร้อยละ 41.0

ด้านสถานที่พัก โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “สถานที่พักมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย” มีจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ “การบริการของพนักงาน” คิดเป็นร้อยละ 42.5 และลำดับที่สามคือ “ความหลากหลายของที่พัก” คิดเป็นร้อยละ 39.5

ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ระดับราคาของอาหาร/และเครื่องดื่มที่บริการ” คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ “ความหลากหลายของร้านอาหาร” คิดเป็นร้อยละ 39.5 และ ลำดับที่สามคือ “การให้บริการของพนักงานภายในร้าน” คิดเป็นร้อยละ 39.3

ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ความหลากหลายของร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก” และ “ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก” คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ “ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก” คิดเป็นร้อยละ 42.3 และลำดับที่สามคือ “คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก” คิดเป็นร้อยละ 41.8

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ป้ายแนะนำบอกทิศทางและข้อมูลต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว” คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ “การบริการน้ำดื่มสะอาด ห้องน้ำสาธารณะ ณ แหล่งท่องเที่ยว” คิดเป็นร้อยละ 42.3 และ ลำดับที่สามคือ “ความเพียงพอของสาธารณูปโภค” คิดเป็นร้อยละ 41.5

ด้านบริษัทท่องเที่ยว โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “การให้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์” คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ “สถานที่ท่องเที่ยวเป็นไปตามโปรแกรมที่ระบุไว้” คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ ลำดับที่สามคือ “พาหนะ/สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่บริษัทนำเที่ยวจัดให้” คิดเป็นร้อยละ 31.3

ส่วนที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผลของการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีดังนี้

พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ การวางแผนการเดินทาง และการกำหนดวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านการวางแผนก่อนการเดินทาง จากการศึกษาพบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 43.0 ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน รองลงมาใช้เวลาระหว่าง 1 – 3 เดือน มีร้อยละ 28.0 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 74.0 จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่พัก รวมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเอง ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 48.0 นักท่องเที่ยววางแผนมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์มากกว่าจังหวัดอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 22.0 นอกจากนี้เส้นทางที่นักท่องเที่ยววางแผนสำหรับการเดินทางมากที่สุดคือ เส้นทางนครราชสีมา – บุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 12.0 สำหรับประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยววางแผนที่จะมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ ร้อยละ 29.0 ในด้านการสืบค้นข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือสืบค้นจากหนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37.0

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศ เป็นลำดับที่ 1 เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ เป็นลำดับที่ 2 และเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี เป็นลำดับที่ 3

นอกจากนี้ การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเพราะชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เป็นลำดับที่ 1 เพราะมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ เป็นลำดับที่ 2 และเพราะความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น เป็นลำดับที่ 3

พฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ขอค้นพบหลายประเด็นดังนี้ ในเรื่องเกี่ยวกับระยะเวลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 5 วัน มีจำนวนสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาใช้ระยะเวลาอยู่ระหว่าง 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ระยะเวลา 2 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ระยะเวลาที่พำนักตามเส้นทางทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพำนักมากกว่า 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา 1 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 27.0 สำหรับพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาใช้รถส่วนตัว และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และเมื่อถึงจังหวัดแล้วนักท่องเที่ยวยังคงใช้รถโดยสารประจำทางในการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาเป็นการใช้รถส่วนตัวในการไปยังแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.0 ด้านที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้บริการที่พักจากโรงแรมในเขตเมือง คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาเป็นการพักที่เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 17.0

ในส่วนของการรับประทานอาหาร พบว่า แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าใช้บริการคือ ร้านอาหารท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 55.0 ในกรณีที่มีการพักรแรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารเข้าจากโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือที่ร้านอาหารทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 37.9 สำหรับอาหารกลางวัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาจะเป็นการรับประทานอาหารในภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 18.0 ส่วนอาหารเย็นนักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมารับประทานอาหารประเภทตลาดกลางคืน/ตลาดโต้รุ่ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 ด้านค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวพบว่า ร้อยละ 40.0 ของจำนวนนักท่องเที่ยวใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 300 บาท รองลงมาคือใช้จ่ายระหว่าง 300 - 400 บาท และ ใช้จ่ายมากกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0

ในการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมหลักของการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นการทัศนศึกษาเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 45.0 โดยมีรูปแบบของการใช้จ่ายเงินเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 70.0 และมีจำนวนน้อยมากที่ใช้บัตรเครดิตในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 5.0 สำหรับผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์/ของที่ระลึกท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และผลการศึกษาเกี่ยวกับสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวร่วมกัน พบว่านักท่องเที่ยวมีสมาชิกเดินทางร่วมกันจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก พบว่าสมาชิกที่มาท่องเที่ยวร่วมกันนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนหรือครอบครัวเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 72.0

พฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้สอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหาร ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก และบริษัทท่องเที่ยว พบว่า

ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว” และ “ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว” คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ “สถานที่ท่องเที่ยวไม่แออัดไปด้วยนักท่องเที่ยว” คิดเป็นร้อยละ 42.0 และลำดับที่สาม คือ “ความเหมาะสมของสภาพอากาศและอุณหภูมิ” คิดเป็นร้อยละ 38.0

ด้านสถานที่พัก โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “สถานที่พักมีปริมาณเพียงพอและหาง่าย” คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ “ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างที่พัก” คิดเป็นร้อยละ 48.0 และลำดับที่สาม คือ “การบริการของพนักงาน” และ “ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก” คิดเป็นร้อยละ 45.0

ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ระดับราคาของอาหาร/เครื่องดื่มที่บริการ” คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมา คือ “ความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหาร” คิดเป็นร้อยละ 44.0 ลำดับที่สามคือ “การให้บริการของพนักงานภายในร้าน” คิดเป็นร้อยละ 43.0

ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ความหลากหลายของร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก” คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ “ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก” คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ ลำดับที่สามคือ “ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก” คิดเป็นร้อยละ 41.0

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “ความเพียงพอของสาธารณูปโภค” คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ “การบริการน้ำดื่มสะอาด ห้องน้ำสาธารณะ แหล่งท่องเที่ยว” คิดเป็นร้อยละ 36.0 และลำดับที่สาม คือ “สภาพถนนและการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมระหว่างแหล่งท่องเที่ยว

ด้านบริษัทท่องเที่ยว โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดเกี่ยวกับ “พาหนะ/สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่บริษัทนำเที่ยวจัดให้” คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ “สถานที่ท่องเที่ยวเป็นไปตามโปรแกรมที่ระบุไว้” คิดเป็นร้อยละ 41.0 และลำดับที่สามคือ “ระยะเวลาในการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง” คิดเป็นร้อยละ 40.0

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติภายหลังจากการท่องเที่ยว ซึ่งพิจารณาจากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่ามีลักษณะที่เหมือน และแตกต่างกันดังรายละเอียดที่นำเสนอตามตาราง 4.1 – 4.2

ตาราง 4.1 สรุปผลพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง

นักท่องเที่ยว	พฤติกรรมการเดินทาง		พฤติกรรมระหว่างการเดินทาง
	การวางแผนการเดินทาง	การกำหนดวัตถุประสงค์	
ชาวไทย	<p>- ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน</p> <p>- จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่พร้อมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเอง</p> <p>- ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นวันหยุดราชการ (เสาร์-อาทิตย์)</p> <p>- นักท่องเที่ยววางแผนมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา มากกว่าจังหวัดอื่น ๆ</p> <p>- นักท่องเที่ยววางแผนที่จะมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ</p> <p>- ในด้านการสืบค้นข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว นั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากการบอกเล่าของญาติหรือเพื่อนมากที่สุด</p>	<p>- เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศมากที่สุด</p> <p>- เพื่อศึกษาวัฒนธรรม เทศกาลและประเพณี</p> <p>- นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพราะชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว</p>	<p>- ใช้เวลาในการท่องเที่ยวไม่เกิน 2-3 วัน</p> <p>- พาหนะหลักคือรถยนต์ส่วนตัว</p> <p>- ใช้บริการที่พักจากโรงแรมในเขตตัวเมือง</p> <p>- แหล่งอาหารที่นิยมคือร้านอาหารท้องถิ่น</p> <p>- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันประมาณ 300 บาท</p> <p>- กิจกรรมหลักคือเน้นการทัศนศึกษา</p> <p>- ใช้จ่ายเป็นเงินสด</p> <p>- ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อเป็นของฝากคือผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์/ของที่ระลึก</p> <p>- สมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2 คนและส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัวเดียวกัน</p>

ตาราง 4.1 สรุปผลพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง (ต่อ)

นักท่องเที่ยวต่างชาติ	พฤติกรรมการเดินทาง		พฤติกรรมระหว่างการเดินทาง
	การวางแผนการเดินทาง	การกำหนดวัตถุประสงค์	
<p>นักท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน - จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่พักรวมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเอง - ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ - เส้นทางที่นักท่องเที่ยววางแผนสำหรับการเดินทางมากที่สุดคือ เส้นทางนครราชสีมา บุรีรัมย์ - แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาเที่ยวคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ - ในด้านการสืบค้นข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในส่วนใหญ่วิธีการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสืบค้นจากหนังสือแนะนำเที่ยว 	<p>นักท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศมากที่สุด - นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพราะชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย 	<p>พฤติกรรมระหว่างการเดินทาง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้รถในการท่องเที่ยวอยู่มากกว่า 5 วัน - พาหนะหลักคือรถประจำทาง - ใช้บริการที่พักจากโรงแรมในเขตตัวเมือง - แหล่งอาหารที่นิยมคือร้านอาหารท้องถิ่น - ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันประมาณ 300 บาท - กิจกรรมหลักคือเน้นการทัศนอาชรมิใช่เป็นเงินสด - ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อเป็นของฝากคือผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์ของที่ระลึก - สมาชิกที่ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คนและส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกัน 	

ตาราง 4.2 ระดับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	พึงพอใจมาก		พึงพอใจน้อย	
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	-ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว -ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีมากพอมีป้ายบอกทางชัดเจน	ข้อเสียคือไม่มีดีของคนในพื้นที่
ด้านสถานที่พัก	มีปริมาณเพียงพอและห่างไกล	มีปริมาณเพียงพอและห่างไกล	ระดับราคากับการบริการ	การให้บริการที่เท่าเทียมกันระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ
ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร	ระดับราคาของอาหารและเครื่องดื่ม	ระดับราคาของอาหารและเครื่องดื่ม	ความสะดวกสบายของภาพระบบบรรจุอาหาร	ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ

ตาราง 4.2 ระดับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	พึงพอใจมาก			พึงพอใจน้อย	
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวต่างชาติ
ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก	-ความหลากหลายของร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก -ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก	ความหลากหลายของร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ป้ายแนะนำบอกทิศทางและข้อมูลต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว	ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	สภาพถนนและการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคม	ป้ายแนะนำบอกทิศทางและข้อมูลต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว	ป้ายแนะนำบอกทิศทางและข้อมูลต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว
ด้านบริษัทนำเที่ยว	การใช้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์	พหุประสงค์อำนวยความสะดวกและอื่น ๆ ที่บริษัทนำเที่ยวจัดให้	การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง	การใช้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์	การใช้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์

จากลักษณะความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติภายหลังจากการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจระดับมาก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ “ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว”

ด้านสถานที่พัก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ “มีปริมาณเพียงพอและหาง่าย”

ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ “ระดับราคาของอาหารและเครื่องดื่ม”

ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ “ความหลากหลายของร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก”

สำหรับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติภายหลังจากการท่องเที่ยว ที่มีความพึงพอใจระดับน้อยเช่นเดียวกันใน **ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก** คือ “ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก”

และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบข้อสังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติภายหลังจากการท่องเที่ยว คือใน**ด้านบริษัทนำเที่ยว** พบว่า**ชาวไทย**พึงพอใจต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์ในระดับมาก ซึ่งตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยว**ชาวต่างชาติ** พึงพอใจต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์ในระดับ**น้อยที่สุด** ซึ่งมีสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยพาหนะของตนเอง ไม่นิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ดังนั้นจึงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเป็นประจำ และเคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวหลากหลายบริษัท จึงทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบในด้านการให้บริการ ประกอบกับบริษัทนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ อาจเผชิญกับสภาพภูมิอากาศที่นักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคย สภาพพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับบริการกับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำที่สะอาดที่อยู่ระหว่างเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ จึงส่งผลให้มีความพึงพอใจในระดับน้อย

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ พบว่า

พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ในด้านการวางแผนการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้เวลาในการวางแผนระหว่าง 1 – 3 เดือน มีจำนวนสูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการวางแผนน้อยกว่า 1 เดือน ในด้านการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาตินิยมจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง พฤติกรรมที่พบว่าแตกต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวที่จังหวัดบุรีรัมย์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวที่จังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตและหนังสือนำเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากการบอกเล่าของเพื่อนหรือญาติ สำหรับด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวพบว่าวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เป็นการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ และการตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวก็มีเหตุผลเดียวกันทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย คือตัดสินใจจากชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว

พฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน สำหรับพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้รถโดยสารประจำทาง ด้านที่พักนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมพักตามโรงแรมหรือเกสต์เฮ้าส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมพักโรงแรมหรือบ้านญาติและบ้านเพื่อน

ด้านแหล่งอาหาร นักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยนิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกันทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือมีค่าใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 300 บาท สำหรับในด้านการซื้อของนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมซื้อของมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบริษัทท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

จากข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สามารถสรุปพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน และต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังตาราง 4.3 - 4.6

ตาราง 4.3 สรุปลักษณะที่เหมือนกันของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของไทยและชาวต่างชาติ
 จำแนกตามพฤติกรรมการเดินทาง และพฤติกรรมการเดินทาง

พฤติกรรมการเดินทาง		
การวางแผนการเดินทาง	การกำหนดวัตถุประสงค์	พฤติกรรมระหว่างการเดินทาง
- ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน - จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่พักรวมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเอง - เส้นทางที่นักท่องเที่ยววางแผนสำหรับการเดินทางมากที่สุด คือ เส้นทางนครราชสีมา, นครราชสีมา - บุรีรัมย์ - นักท่องเที่ยววางแผนที่จะมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ	- เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเปลี่ยนแปลงบรรยากาศมากที่สุด - เพื่อศึกษาวัฒนธรรม เทศกาลและประเพณี - นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพราะชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	- ใช้บริการที่พักจากโรงแรมในเขตตัวเมือง - แหล่งอาหารที่นิยมคือร้านอาหารท้องถิ่น - ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันประมาณ 300 บาท - กิจกรรมหลักคือเน้นการทัศนอาจร - ใช้จ่ายเป็นเงินสด - ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อเป็นของฝากคือผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์ของที่ระลึก

ตาราง 4.4 สรุปลักษณะที่แตกต่างกันของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
 จำแนกตามพฤติกรรมก่อนการเดินทาง และพฤติกรรมระหว่างการเดินทาง (ต่อ)

พฤติกรรมก่อนการเดินทาง		พฤติกรรมระหว่างการเดินทาง
การวางแผนการเดินทาง	การกำหนดวัตถุประสงค์	
<p>-ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวต่างชาติต่างชาตินิยมเที่ยวในวันหยุดนักชัตตกซ์ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเที่ยวในวันหยุดราชการ (เสาร์-อาทิตย์)</p> <p>-ในด้าน การสืบค้นข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสืบค้นจากหนังสือนำเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากการบอกเล่าของญาติหรือเพื่อนมากที่สุด</p>	<p>- ไม่มีความแตกต่างกัน -</p>	<p>-ระยะเวลาในการท่องเที่ยว : สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 5 วัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวระหว่าง 2-3 วัน</p> <p>-พาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้รถประจำทาง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้รถส่วนตัว</p> <p>-จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง : นักท่องเที่ยวต่างชาติมีสมาชิกที่ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน และส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2 คน และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัวเดียวกัน</p>

ตาราง 4.5 สรุปลักษณะที่เหมือนกันของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ
 จำแนกตามพฤติกรรมการเดินทาง (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	พึงพอใจมาก (ชาวไทย – ชาวต่างชาติ)	พึงพอใจน้อย (ชาวไทย – ชาวต่างชาติ)
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	-
ด้านสถานที่พัก	มีปริมาณเพียงพอและหาง่าย	-
ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร	ระดับราคาของอาหารและเครื่องดื่ม	-
ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก	ความหลากหลายของร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-	-
ด้านบริษัทนำเที่ยว	-	-

ตาราง 4.6 สรุปลักษณะที่แตกต่างกันของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
 จำแนกตามพฤติกรรมการเดินทาง (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	พึงพอใจมาก		พึงพอใจน้อย	
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	-	-	ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีมากพอ มีป้ายบอกทางชัดเจน	อัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่
ด้านสถานที่พัก	-	-	ระดับราคากับการบริการ	การให้บริการที่เท่าเทียมกันระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ
ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร	-	-	ความสะดวกสบายของภาชนะบรรจุอาหาร	ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ
ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก	-	-	-	-
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ป้ายแนะนำบอกทิศทางและข้อมูลต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว	ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	สภาพถนนและการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคม	ป้ายแนะนำบอกทิศทางและข้อมูลต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว
ด้านบริษัทนำเที่ยว	การให้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์	พาหนะ/สิ่งอำนวยความสะดวก	การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง	การให้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไรบ้าง

ส่วนที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลของการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวไม่สนใจที่จะเดินทางมีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 มีความสนใจที่จะเดินทางต่อไปในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และสนใจจะไปประเทศกัมพูชาจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และเมื่อมีการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านแล้วมีความสนใจที่พักผ่อนในประเศเพื่อนบ้านสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 30.3 ในเรื่องของแนวทางการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านกับสถานที่ท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวร้อยละ 31.3 เห็นว่าควรมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านเพื่อกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน และนักท่องเที่ยวอีกร้อยละ 29.8 เห็นว่าควรมีการพัฒนาเส้นทางการเดินทางให้มีความสะดวกมากขึ้น

ส่วนที่ 2 นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลของการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวไม่สนใจที่จะเดินทางมีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 มีความสนใจที่จะเดินทางต่อไปในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และสนใจจะไปประเทศกัมพูชาจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และเมื่อมีการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านแล้วมีความสนใจที่พักผ่อนในประเศเพื่อนบ้านสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือพักผ่อนในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ในเรื่องของแนวทางการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านกับสถานที่ท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้นักท่องเที่ยว เห็นว่าควรมีการพัฒนาเส้นทางการเดินทางให้มีความสะดวกมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ควรมีความร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านเพื่อกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยง คิดเป็นร้อยละ 27.0

4.2.3 ข้อมูลเพิ่มเติมที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

คณะผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเพิ่มเติมในบางประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการดูความสอดคล้องกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถาม และเพื่อเป็นการเติมเต็มข้อมูลบางส่วนที่อาจจะขาดตกไปในแบบสอบถาม ในการนำเสนอผลการสัมภาษณ์ จะนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นผลการสัมภาษณ์ที่ได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย และส่วนที่ 2 เป็นผลการสัมภาษณ์ที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สำหรับจังหวัดที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในครั้งนี้คือจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ และมีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยที่เที่ยวต่อไปในจังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบมากที่สุดส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน เช่น วัด ปราสาท ฯลฯ รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น น้ำตกเขาใหญ่ เป็นต้น สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนมากมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศ ในขณะเดียวกันก็ได้เรียนรู้เกี่ยวกับโบราณสถานและวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือท่องเที่ยว แผ่นพับ และรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ รองลงมาคือทราบจากเพื่อน/ญาติ

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 500 – 5,000 บาท โดยค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นค่าเดินทาง ค่าน้ำมัน ค่าที่พักและค่าอาหาร สำหรับค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าต่ำสุดคือ 500 บาทนั้นจะเป็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว และที่มีค่าใช้จ่ายสูงถึง 5,000 บาทขึ้นไปนั้นส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่ไกลออกไปเช่น กรุงเทพฯ สมุทรสาคร เป็นต้น สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ มีจำนวน 3-5 คน และส่วนใหญ่เป็นเพื่อน / สมาชิกในครอบครัว หลังจากที่ได้จากนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็นอย่างไรก็ตามเมื่อได้สัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคที่นักท่องเที่ยวประสบในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนมากกล่าวตรงกันว่าไม่มีปัญหาหรืออุปสรรค มีเพียงนักท่องเที่ยวส่วนน้อยที่มีปัญหาเกี่ยวกับเส้นทางการไปแหล่งเที่ยว และอุปสรรคด้านอากาศ กล่าวคือ อากาศค่อนข้างร้อนและแหล่งท่องเที่ยวมีที่นั่งให้พักร่มไม่เพียงพอ สำหรับคำถามเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการพัฒนาด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ร่มรื่น รวมทั้งควรมี

ร้านอาหารที่สะอาดและใกล้แหล่งท่องเที่ยว และในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมีความสนใจที่จะไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน โดยสนใจที่จะไปเที่ยวประเทศกัมพูชามากที่สุด รองลงมาคือประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สำหรับแนวทางการส่งเสริมความสัมพันธ์การท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านนั้น นักท่องเที่ยวได้มีข้อเสนอว่าควรมีการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เพราะจะได้สร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศอีกทั้งวัฒนธรรมก็มีความคล้ายคลึงกัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สำหรับจังหวัดที่อยู่ในเส้นทางทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในครั้งนี้คือบุรีรัมย์ และสุรินทร์ สถานที่ท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุดส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน เช่น วัด ปราสาท ฯลฯ สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศ รองลงมาคือเพื่อศึกษาวัฒนธรรมชม โดยนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติมากที่สุด รองลงมาคือทราบจากสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือ สำหรับค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในครั้งนี้ สำหรับค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในครั้งนี้ ส่วนมากมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 25,000 – 50,000 บาท สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ มีจำนวน 3-5 คน และส่วนใหญ่เป็นเพื่อน / สมาชิกในครอบครัว หลังจากที่ได้จากนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกประทับใจ ในความยิ่งใหญ่ของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะ อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เขาพระวิหาร และในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมีปัญหาในด้านการสื่อสารกับชาวบ้านในท้องถิ่นมากที่สุด นอกจากนั้นยังพบปัญหาเกี่ยวกับการเดินทาง คือความล่าช้าของรถโดยสารประจำทาง เช่น รถไฟ รถทัวร์ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการเพิ่มเส้นทางคมนาคมขนส่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพิ่มสัญลักษณ์ / ป้ายบอกทางที่เป็นภาษาอังกฤษให้มากขึ้นเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว และควรเพิ่มแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้มีมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดีในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน โดยสนใจที่จะไปเที่ยวประเทศกัมพูชามากที่สุด รองลงมาคือประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศเวียดนาม ตามลำดับ สำหรับแนวทางการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านนั้น นักท่องเที่ยวได้มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาเส้นทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย กับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านให้สะดวกมากขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ให้มากขึ้น และต่อเนื่อง

สำหรับข้อค้นพบที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้นำเสนอแนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังรายละเอียดตามตาราง 4.7

ตาราง 4.7 ข้อค้นพบ สิ่งที่ต้องการปรับปรุง และแนวทางการเชื่อมโยง ตามมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ข้อค้นพบ	สิ่งที่ควรปรับปรุง	แนวทางการเชื่อมโยง
<p>1. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเมื่อเดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ส่วนมากไม่สนใจที่จะเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>2. ประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเดินทางต่อภายหลังจากการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คือประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว</p> <p>3. เมื่อมีการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านแล้วมีความสนใจที่พิกัดค้างแรมในประเทศเพื่อนบ้านมากกว่าประเทศไทย</p>	<p>1. ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว : ควรได้รับการพัฒนาโดยเฉพาะในด้านความสะดวกสบายของแหล่งเที่ยว</p> <p>2. ด้านการคมนาคมขนส่ง : ควรเพิ่มเส้นทางเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น อีกทั้งควรปรับปรุงสภาพถนนให้อยู่ในสภาพที่ดี</p> <p>3. แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว : เนื่องจากปัจจุบันมีจำนวนน้อย ควรเพิ่มแหล่งข้อมูลให้มากขึ้น โดยอาจขอความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สถานประกอบการการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกประเภท เช่น ร้านอาหาร โรงแรม/ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ</p>	<p>1. ควรมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปิดช่องทางขายแผนทุกช่องทางที่เกี่ยวข้องและสามารถเดินทางไปเที่ยวได้ เพื่อความหลากหลายของเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว)</p> <p>2. ควรมีการพัฒนาเส้นทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านให้สะดวกมากขึ้น</p> <p>3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ให้มากขึ้น และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง</p>

4.2.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยว

จากการสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ได้ข้อมูลเพิ่มเติมดังนี้

1. ปัญหาและอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวประสบในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีหลายประเด็นดังนี้

1.1 ป้ายบอกสถานที่ ป้ายบอกเส้นทาง ไม่ชัดเจนหรือให้ข้อมูลน้อยเกินไป นอกจากนี้จำนวนป้ายก็มีน้อยเกินไป

1.2 การคมนาคม เส้นทางไม่ค่อยสะดวก ถนนไม่ค่อยดี ระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งค่อนข้างไกล

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำไม่เพียงพอและไม่สะอาด ถึงขยะมีน้อยที่จอดรถไม่พอ ร้านอาหารไม่ค่อยได้มาตรฐาน ที่พักร้านอาหารอยู่ไกลแหล่งท่องเที่ยว

1.4 รถโดยสารประจำทางที่ไปยังแหล่งท่องเที่ยว ค่อนข้างร้อน และขี้ฝุ่นมาก

2. แนวทางการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

2.1 ควรมีการทำป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกเส้นทางให้มากกว่านี้

2.2 ควรมีการพัฒนาเส้นทาง ปรับปรุงถนนให้ดีตลอดสาย โดยเฉพาะเส้นทางที่มุ่งตรงไปยังแหล่งท่องเที่ยว

2.3 พัฒนาร้านอาหารให้สะอาดได้มาตรฐาน สำนักงานสาธารณสุขควรเข้ามามีบทบาทในการควบคุมมาตรฐานของร้านอาหาร และเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าควรควบคุมไม่ให้ขายของเกินราคาตามความเป็นจริง

2.4 ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม น่าเที่ยวชมมากกว่านี้

2.5 ควรมีมัคคุเทศก์นำชมสถานที่บางแห่งหรือนักท่องเที่ยวอาจจะมีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวมาล่วงหน้า

3. แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ควรได้รับการพัฒนาในด้านใด

3.1 เกี่ยวกับความสะดวกของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ถนน และเส้นทางในการท่องเที่ยว

3.2 อนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรม อนุรักษ์โบราณสถานและโบราณวัตถุ

3.3 ให้มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

3.4 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

3.5 ควรมีการจัดงานประเพณี ที่มีลักษณะแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด หรือชุมชน

3.6 ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

4.3 การอภิปรายผล

คณะผู้วิจัยได้แยกประเด็นการอภิปรายผลการวิจัย เป็น 3 ประเด็นดังนี้

4.3.1 ข้อมูลทั่วไป

ด้วยเหตุที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดช่วงอายุในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เป็น 15 – 24 ปี, 25 – 34 ปี, 35 – 44 ปี, 45 – 54 ปี, 55 -64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งการวิจัยครั้งนี้กำหนดช่วงอายุแตกต่างจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็กน้อย จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ก็พิจารณาได้ว่าผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับสถิติของนักท่องเที่ยวที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 (www.tat.or.th/stst/web/ststic_tst.php) ที่พบว่าอายุของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อยู่ระหว่าง 25 -34 ปี การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20 -30 ปีสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวัยที่ชอบความแปลกใหม่ และพร้อมจะเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ อีกทั้งมีหน้าที่การงานที่ค่อนข้างจะมั่นคงแล้ว มีรายได้เป็นของตนเอง จึงต้องการที่จะท่องเที่ยว

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือปริญญาตรี ที่เป็นเช่นนี้อาจจะอธิบายได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นแหล่งโบราณสถาน มีโบราณวัตถุ และมีวัฒนธรรมขอม ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สนใจจะเรียนรู้เชิงวิชาการด้วยนอกเหนือจากการได้เที่ยวพักผ่อนหย่อนใจแต่เพียงอย่างเดียว

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากปัจจุบันแหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวมีมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ จึงทำให้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาน้อยลง สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง 2) การติดต่อธุรกิจ (ฉลองศรีพิมลสมพงศ์, 2548 : v) และนับว่าเป็นข้อเท็จจริงที่ปฏิเสธไม่ได้ที่ว่า การที่บุคคลทุกคนจะเดินทางท่องเที่ยวก็เพื่อเป็นการพักผ่อน หลังจากที่เหน็ดเหนื่อยจากการปฏิบัติงานประจำ หรือเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจจากที่บ้านหรือในที่ทำงาน สำหรับในประเด็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ พบว่าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติตัดสินใจเลือกเดินทางมาเที่ยวเพราะ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ฯลฯ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาเที่ยว สนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริงตามที่ได้รับฟังมา

4.3.2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาในการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดอีสานใต้ ประมาณ 2 – 3 วัน สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 5 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่มากกว่าที่ข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 อาจจะอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงที่จะมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเพียงจังหวัดเดียวเท่านั้น นอกจากนี้ส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง ซึ่งก็จะส่งผลให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

สำหรับค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 300 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้ความสำคัญต่อการซื้อของระหว่างการเดินทางน้อยลง ประกอบกับของฝากของที่ระลึกที่มีจำหน่ายมีขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก ยากต่อการขนย้ายในระหว่างที่เดินทาง ในขณะที่อาหารสำเร็จรูปที่ราคาไม่แพงมีจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อมากขึ้น ร้านอาหารท้องถิ่นมีจำนวนมากและราคาถูก ที่พอกมีราคาให้เลือกที่หลากหลายระดับ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความพร้อมของค่าใช้จ่ายที่มีอยู่ จึงมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยลง

4.3.3 ความพึงพอใจหลังจากที่ได้มาท่องเที่ยว

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่ามีผลการวิจัยที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริษัทท่องเที่ยว โดยเฉพาะแล้ว ระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกด้าน ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ไปท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งแปลกใหม่ และนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้คาดหวังสูงเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ก่อนมาท่องเที่ยว เมื่อได้มาแล้วและพบว่าดีกว่าที่คาดไว้จึงมีความพึงพอใจมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตามระดับความพึงใจในทุกด้านของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยอยู่ระหว่าง 2.73 – 3.87 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง ถึงปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังต้องได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้ดีมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านร้านอาหารและภัตตาคาร อาจจะสามารถอธิบายได้ว่า ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี และมีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุอีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งสองกลุ่มอาจส่งผลให้ระดับความพึงพอใจสองด้านนี้แตกต่างกัน และผลการวิจัยก็ปรากฏผลเช่นเดียวกันคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ที่แยกได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มที่มีรายได้สูงกับกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ดังนั้นจึงอาจทำให้มีความต้องการหรือความพึงพอใจในเรื่องของอาหารแตกต่างกัน สำหรับในเรื่องของอาชีพที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่ามีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันในขณะที่ไม่ว่าจะเป็นระดับการศึกษา ช่วงอายุ รายได้ หรืออาชีพที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในทุกด้านโดยภาพรวมแล้วไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะอธิบายได้ว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งอาจจะเน้นความสะดวกสบาย ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นประเด็นหลัก

4.4 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีข้อเสนอแนะสำหรับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด สมาคม/ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ในการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน ดังตาราง 4.8

ตาราง 4.8 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษานี้ไปใช้ จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้
<p data-bbox="486 1720 518 1939">ด้านแหล่งท่องเที่ยว</p>	<p data-bbox="486 262 630 1585">จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากพบปัญหาด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสกปรก แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไม่ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กองอุทยานต่าง ๆ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้</p> <ol data-bbox="646 262 1125 1585" style="list-style-type: none"> 1. จัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการจัดการ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดและความปลอดภัยให้แก่แหล่งท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณที่เป็นอันตรายแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติในขณะท่องเที่ยว 2. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวตระหนักในด้านความร่วมมือช่วยกันรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงความสวยงามเช่นเดิม 3. จัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับคนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับการสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ 4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรปรับแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น และเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเฉพาะให้มากยิ่งขึ้นด้วย 5. หน่วยงานภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงอีสานใต้สู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปิดช่องทางขายแดนทุกช่องทางที่เกี่ยวข้องและสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เพื่อความหลากหลายของเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว)

ตาราง 4.8 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษานี้ไปใช้ จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ต่อ)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้
ด้านสถานที่พัก	<p>จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมพักโรงแรมในเขตตัวเมืองมากที่สุด รองลงมาคือบ้านญาติ/เพื่อนสำหรับชาวไทย และเกสต์เฮ้าส์สำหรับชาวต่างชาติ ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มการเข้าพักโรงแรม ณ ที่พักประเภทต่าง ๆ ให้มากขึ้นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมควรสร้างพันธมิตรกับบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้นโดยเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ กับภาครัฐ การกำหนดอัตราค่าห้องพักควรรักษามาตรฐานที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเดือดร้อน ที่พักจะต้องมีระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด พัฒนากิจกรรมบริการแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง</p>
ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร	<p>ผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร ภัตตาคาร ควรวางแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานสาธารณสุข ในการตรวจสอบมาตรฐานของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง พัฒนากิจกรรมบริการให้แก่พนักงานในด้านการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า</p>
ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก	<p>เพื่อให้ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ควรใช้แนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายควรมีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากท้องถิ่นของตนเองเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง 2. ควรมีมาตรฐานด้านบริการกำหนดระดับราคาที่มีมาตรฐานกับนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ 3. ควรสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เดียวกันเพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

ตาราง 4.8 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษานี้ไปใช้ จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ต่อ)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้
<p data-bbox="619 1677 655 1977">ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</p>	<p data-bbox="491 255 624 1585">จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยตนเองโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากหนึ่งก็นิยมเช่ารถเพื่อเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น กรมทางหลวง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีแนวทางดังต่อไปนี้</p> <ol data-bbox="639 255 879 1585" style="list-style-type: none"> 1. ปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน เส้นทางคมนาคมหลัก/รอง ปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีภาษาต่างประเทศควบคู่ไปด้วยจัดบริการนำดื่มที่สะอาดให้กับนักท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและดูแลความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ 2. กรมการขนส่งควรเพิ่มระบบการคมนาคมขนส่ง และเพิ่มรถเมลล์ในเส้นทางท่องเที่ยวให้มากขึ้น ตลอดจนกำกับดูแลในเรื่องระยะเวลาปล่อยรถให้เป็นไปตามตารางเวลาที่กำหนด
<p data-bbox="991 1715 1027 1939">ด้านบริษัทท่องเที่ยว</p>	<p data-bbox="911 255 1094 1585">จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางด้วยตนเอง และเดินทางไปแบบไปเที่ยวคนเดียว ดังนั้นบริษัทท่องเที่ยวควรมีกลยุทธ์การตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มการใช้บริการจากบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และควรมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายควบคู่กันไปด้วย</p>

4.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

4.5.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ รวมถึงผลดี ผลกระทบของการเปิดเส้นทาง การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ที่จะต้องใช้จุดผ่านแดนในเขตชายแดนที่ติดกับประเทศกัมพูชา และ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นทางผ่านไปสู่แหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

4.5.2 ควรมีการศึกษาในด้านองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในแต่ละจังหวัดของกลุ่มอีสานใต้ เพื่อนำไปสู่การจัดทำ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ที่แตกต่างกัน

4.5.3 ในแต่ละจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่อีสานใต้ควรมีการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อที่จะได้ปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่อยู่ใน พื้นที่รับผิดชอบของแต่ละจังหวัด ให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4.6 สรุป

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือปริญญาตรี

พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีลักษณะที่เหมือนกันในด้าน การใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งซึ่งใช้เวลาวางแผนน้อยกว่า 1 เดือน การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่พักรวมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางด้วยตนเอง ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นวันหยุดราชการ (เสาร์-อาทิตย์) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่าประเภทอื่น ๆ รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ

พฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีลักษณะที่เหมือนกันในด้าน การใช้บริการที่พักจากโรงแรมในเขตตัวเมือง แหล่งอาหารที่นิยมคือร้านอาหารท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อวันประมาณ 300 บาท กิจกรรมหลักคือเน้นการทัศนอาจร รูปแบบการใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นเงินสด ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อเป็นของฝากคือผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์ของที่ระลึก

พฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว) ด้านสถานที่พัก (มีปริมาณเพียงพอและหาง่าย) ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร (ระดับราคาของอาหารและเครื่องดื่ม) และด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก (ความหลากหลายของร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก) ส่วนพฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับน้อยเช่นเดียวกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก (ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก) สำหรับระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว คือ ด้านบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยพอใจในระดับมากเกี่ยวกับการให้บริการมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัทนำเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับน้อยเกี่ยวกับการให้บริการมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัทนำเที่ยว

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 บทนำ

การวิจัย “พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้” เป็นรายงานการวิจัยในชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ) ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอประเด็นหลักสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย การสรุปสาระสำคัญในแต่ละบท ตั้งแต่บทที่ 1 ถึง บทที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป และสรุป โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.3.2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

1.3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

5.3 คำถามการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดคำถามวิจัยไว้ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไรบ้าง

5.4 การทบทวนวรรณกรรม

เพื่อให้ได้คำตอบตามที่ได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย คำถามการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำเสนอบริบททางการท่องเที่ยวในเขตกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทฤษฎีพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว ทฤษฎีแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของกระบวนการตัดสินใจซื้อมาเป็นแนวทางหลักของการศึกษา และสำหรับในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่ง Wilkie และ Teare ได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าวและสร้างแผนภาพแสดงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนด้วยกัน (สายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และ สรายุทธ มัลลัม, 2548 : 19-23) คือ ขั้นตอนก่อนการซื้อ (Pre-purchase stage) ขั้นตอนการซื้อ (Purchase/Consumption stage) และขั้นตอนภายหลังการซื้อ (Post-purchase / Consumption stage) นอกจากนั้นได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เป็นจำนวน 10 เรื่อง ซึ่งสามารถแบ่งประเด็นการวิจัยที่ค้นพบได้เป็น 4 กลุ่มด้วยกัน คือ 1) การวิจัยเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 2) การวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) การวิจัยเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคการท่องเที่ยว / ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 4) การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

5.5 ระเบียบวิธีวิจัย

สำหรับระเบียบวิธีวิจัยในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการบริโภค 3 ชั้นตอนด้วยกันคือ พฤติกรรมก่อนการบริโภค พฤติกรรมระหว่างการบริโภค และพฤติกรรมภายหลังการบริโภคของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประกอบด้วยจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

โดยนำมาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน และเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 60 คน

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) (เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่าง โดยใช้ t-test และ ANOVA) ข้อมูลเชิงคุณภาพนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

5.6 สรุปผลการวิจัย

จากข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย สามารถนำมาอธิบายเพื่อตอบคำถามวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

คำถามวิจัยข้อที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวใน เขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี แต่อย่างไรก็ตามจากการที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนด ช่วงอายุในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เป็น 15 – 24 ปี, 25 – 34 ปี, 35 – 44 ปี, 45 – 54 ปี, 55 -64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงอายุที่แตกต่างจาก สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็กน้อย จากผลการวิจัยที่ค้นพบในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่า ผลการวิจัยที่ได้รับมีความสอดคล้องกับสถิติของนักท่องเที่ยวที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 (www.tat.or.th/stst/web/ststic_tst.php) ที่พบว่าอายุ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อยู่ระหว่าง 25 -34 ปี การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 20 -30 ปี สามารถอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวอยู่ในช่วงวัยที่ชอบ ความแปลกใหม่ และพร้อมจะเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ อีกทั้งมีหน้าที่การงานที่ค่อนข้างจะมั่นคง แล้ว มีรายได้เป็นของตนเองจึงต้องการที่จะท่องเที่ยว

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือปริญญาตรี ที่เป็นเช่นนี้สามารถอธิบาย ได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นแหล่งโบราณสถาน มีโบราณวัตถุ และมีวัฒนธรรมขอมที่มีชื่อเสียงระดับที่นานาชาติยอมรับ ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่จะ มาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ที่สนใจจะเรียนรู้เชิงวิชาการ ต้องการศึกษาดูประวัติ ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ อย่างจริงจัง นอกเหนือจากการได้เที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ แต่เพียงอย่างเดียว

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากปัจจุบันแหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนการ ท่องเที่ยวมีมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต แพนพับ บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ จึงทำให้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาน้อยลง สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวทั้ง นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนหรือ เปลี่ยนบรรยากาศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ที่ผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง 2) การติดต่อธุรกิจ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2548 : v) และนับว่าเป็นข้อเท็จจริงที่ปฏิเสธไม่ได้ที่ว่าคนที่บุคคลทุกคนจะเดินทางท่องเที่ยวก็เพื่อเป็นการพักผ่อน หลังจากที่เหน็ดเหนื่อยจากการปฏิบัติงานประจำ หรือเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจจากที่บ้านหรือในที่ทำงาน สำหรับในประเด็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ พบว่าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติตัดสินใจเลือกเดินทางมาเที่ยวเพราะชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เขาพระวิหาร ฯลฯ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาเที่ยว สนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริงตามที่ได้รับฟังมา

สำหรับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประมาณ 2 – 3 วัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 5 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่มากกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 อาจจะอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงที่จะมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเพียงจังหวัดเดียวเท่านั้น นอกจากนี้ส่วนใหญ่ยังนิยมเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง ซึ่งก็ส่งผลต่อการที่จะทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางเพิ่มขึ้น

สำหรับค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 300 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้ความสำคัญต่อการซื้อของระหว่างการเดินทางน้อยลง ประกอบกับของฝาก/ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายมีขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก ยากต่อการขนย้ายในระหว่างที่เดินทาง ในขณะที่อาหารสำเร็จรูปที่ราคาไม่แพงมีจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อมากขึ้น ร้านอาหารท้องถิ่นมีจำนวนมากและราคาถูก ที่พักราคาให้เลือกที่หลากหลายระดับ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความพร้อมของค่าใช้จ่ายที่มีอยู่ จึงมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยลง

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัด อีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่ามีผลการวิจัยที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริษัทท่องเที่ยว โดยเฉพาะแล้วระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกด้าน ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ไปท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งแปลกใหม่ และนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้คาดหวังสูงเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ก่อนมาท่องเที่ยว เมื่อได้มาแล้วและพบว่าดีกว่าที่คาดไว้จึงมีความพึงพอใจมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตามระดับความพึงใจในทุกด้านของนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยอยู่ระหว่าง 2.73 – 3.87 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลางถึงปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังต้องได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านร้านอาหารและภัตตาคาร อาจอธิบายได้ว่า ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี และมีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุอีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งสองกลุ่มอาจส่งผลให้ระดับความพึงพอใจสองด้านนี้แตกต่างกัน และผลการวิจัยก็ปรากฏผลเช่นเดียวกันคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ที่แยกได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มที่มีรายได้สูงกับกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ดังนั้นจึงอาจทำให้มีความต้องการหรือความพึงพอใจในเรื่องของอาหารแตกต่างกัน สำหรับในเรื่องของอาชีพที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่ามีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันในขณะที่ไม่ว่าจะเป็นระดับการศึกษา ช่วงอายุ รายได้ หรืออาชีพที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในทุกด้านโดยภาพรวมแล้วไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะอธิบายได้ว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งอาจจะเน้นความสะดวกสบาย ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นประเด็นหลัก

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไรบ้าง

สำหรับแนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านนั้น จากการศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด สมาคม/ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ในการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน ดังต่อไปนี้

1. **ด้านแหล่งท่องเที่ยว** : จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากพบปัญหา ด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสกปรก แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไม่ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กองอุทยานต่าง ๆ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1.1 จัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการจัดการ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณที่เป็นอันตรายแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติในขณะท่องเที่ยว

1.2 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวตระหนักในด้านการร่วมด้วยช่วยกันรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงความสวยงามเช่นเดิม

1.3 จัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับคนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับการสร้างสรรค์พันธมิตรที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

1.4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรปรับแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น และควรวางแผนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านได้ด้วย เพื่อให้เกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

1.5 หน่วยงานภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงอีสานใต้สู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปิดช่องทางชายแดนทุกช่องที่เกี่ยวข้องและสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เพื่อความหลากหลายของเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา ลาว)

2.ด้านสถานที่พัก : จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นิยมพักโรงแรมในเขตตัวเมืองมากที่สุด รองลงมาคือบ้านญาติ/เพื่อนสำหรับชาวไทย และเกสต์เฮ้าส์ สำหรับชาวต่างชาติ ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มการเข้าพักแรม ณ ที่พักประเภทต่าง ๆ ให้มากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักควรรสร้างพันธมิตรกับบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ กับภาครัฐ การกำหนดอัตราค่าห้องพักควรรักษามาตรฐานที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเดือดร้อน ที่พักจะต้องมีระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด พัฒนากิจกรรมบริการแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร : ผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร ภัตตาคาร ควรวางแผนงานในการเพิ่มคุณภาพการบริการโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานสาธารณสุข ในการตรวจสอบมาตรฐานของร้านอย่างต่อเนื่อง พัฒนากิจกรรมบริการให้แกพนักงานในด้านการสร้างสัมพันธ์ไมตรีต่อลูกค้า

4 ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก : เพื่อให้ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ควรใช้แนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายควรเน้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากท้องถิ่นของตนเองเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

4.2 ควรมีมาตรฐานด้านการกำหนดระดับราคาที่มีมาตรฐานกับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.3 ควรรสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เดียวกันเพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก : จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาด้วยตนเองโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนหนึ่งก็นิยมเช่ารถเพื่อเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น กรมททางหลวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีแนวทางดังต่อไปนี้

5.1 ปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน เส้นทางคมนาคมหลัก/รอง ปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีภาษาต่างประเทศควบคู่ไปด้วยจัดบริการน้ำดื่มที่สะอาดให้กับนักท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและดูแลความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

5.2 กรมการขนส่งควรเพิ่มระบบการคมนาคมขนส่ง และเพิ่มรถเมลล์ในเส้นทาง การท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น ตลอดจนกำกับดูแลในเรื่องระยะเวลาการปล่อยรถให้เป็นไปตามตารางเวลาที่กำหนด

6. **ด้านบริษัทท่องเที่ยว :** จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางด้วยตนเอง และเดินทางไปแบบไปด้วยตนเอง ดังนั้นบริษัทท่องเที่ยวควรมีกลยุทธ์การตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มการใช้บริการจากบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดย จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และตามวัยต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายควบคู่กันไปด้วย

5.7 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

5.7.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ รวมถึงผลดี ผลกระทบของการเปิดเส้นทาง การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ที่จะต้องใช้จุดผ่านแดนในเขตชายแดนที่ติดกับประเทศกัมพูชา และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นทางผ่านไปสู่แหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

5.7.2 ควรมีการศึกษาในด้านองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในแต่ละจังหวัดของกลุ่มอีสานใต้ เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ที่แตกต่างกัน

5.7.3 ในแต่ละจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่อีสานใต้ควรมีการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อที่จะได้ปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของแต่ละจังหวัด ให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5.8 สรุป

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศมากกว่าปีละ 250,000 ล้านบาท ซึ่งนับว่าเป็นอันดับต้น ๆ ของรายได้ที่นำมาใช้ในการพัฒนาประเทศ และเมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว จะเห็นว่าพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นเขตพื้นที่ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด คือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ ปราสาทศรีขรภูมิ ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งพบมากในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา อุบลราชธานี และชัยภูมิ เช่น น้ำตก ภูเขา (เขาใหญ่) สวนดอกไม้ (ทุ่งทานตะวัน ทุ่งดอกกระเจียว ฯลฯ) แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย (ฟาร์มโชคชัย) แต่การที่จะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มนั้น จำเป็นต้องทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และที่สำคัญคือหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทจำเป็นต้องทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ครบทุกด้านเพื่อจะได้จัดบริการที่สนองตอบได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบกับพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นเขตพื้นที่ที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ คือ กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เวียดนาม ฯลฯ ซึ่งมีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ง่ายต่อการที่จะร่วมมือกันสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว

ดังจะเห็นได้ว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในครั้งนี้ จะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญที่ใช้ในการวางแผนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ ได้อย่างยั่งยืน และนำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเวียดนาม) เพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการเชื่อมโยง ต่อเนื่องกัน ซึ่งส่งผลดีต่อการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและในอนาคต

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.Tat.or.th/province.asp?prov_id=31
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาลาดการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยภูมิ. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.hamanan.com/tour/chaiyaphum/index.htm>
- ชัยภูมิ ที่พัก ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.thai-tour.com/thai-tour/Northeast/Chaiyaphum/main.htm>
- ชัยภูมิ แผนที่จังหวัดชัยภูมิ ทุ่งดอกกระเจียว. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก www.moohin.com/041/
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2546). **สถิติเพื่อการวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : เนรมิตการพิมพ์
- ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. (2545). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ พัชชา ขอเพิ่มกลาง และ สุพรรณตรี อุปฮาด. (2548). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ค้นเมื่อ สิงหาคม 2549, จาก <http://vdo.kku.ac.th>
- ตติยาพร จารุมนรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา. (2548). **การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน**. คณะอุตสาหกรรมบริการ : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เตือนจิต เหมพงศ์พันธ์. (2539). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- นครราชสีมา. (2549). ค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.hamanan.com/tour/nakhonratsima/index.htm>
- นครราชสีมา. (2549). ค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.moohin.com/043/nakhonratsima/index.htm>

บรรณานุกรม (ต่อ)

นครราชสีมา. (2549). ค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/Nakornratchsima/main.htm>

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิคม จารุมนี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ.

บุรีรัมย์. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549. จาก <http://www.hamnan.com/tour/buriram/index.htm>

บุรีรัมย์. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.moohin.com/045/>

บุญเลิศ เปเร่รา. (2543). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย**. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.

ประเทศไทย : ท่องเที่ยว : ศรีสะเกษ. ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549. จาก <http://www.relaxzy.com/province/srisaket/index.htm>

ประเทศไทย : ท่องเที่ยว : สุรินทร์. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549. จาก <http://www.relaxzy.com/province/surin/index.htm>

พรพิษณุ พรหมศิระพัลลภ กุลดา เพ็ชรอรุณ และชัชวาล แพนกุดเรือ. (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่**. คณะอุตสาหกรรมบริการ : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

พิบูล ทีปะปาล. (2545). **หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

ราณี อธิชัยกุล.(รองศาสตราจารย์ ดร.) (2548). **กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.**

**เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาวิชา
วิทยาการจัดการ :** มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ 4.

ล้วน สายยศ และ อังคนา สายยศ. (2538). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา.** กรุงเทพฯ :
สุวีริยาสาส์น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วชิราภรณ์ ไหละชาละ. (2545). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการ**

เลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2545). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของธุรกิจนำ**

เที่ยวทางเรือล่องแม่น้ำโขง : กรณีศึกษาแม่สลองทาว์. วิทยานิพนธ์ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). **กลยุทธ์การตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

ศรีสะเกษ. (2549). ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/srisakes/main.htm>

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2540). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย**

“โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย”

สายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และสรายุทธ มัลลัม. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภค**

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ

กระบี่. คณะอุตสาหกรรมบริการ : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตภูเก็ต

สุรินทร์. (2549). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.moohin.com/052/>

สุรินทร์. (2549). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/surin/main.htm>

สุรินทร์ เตชาทวิวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** เอกสารประกอบการสอนคณะ

วิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อุบลราชธานี. (2549). ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/Ubon/main.htm>

อุบลราชธานี. (2549). ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.moohin.com/056/>

อุบลราชธานี. (2549). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549. จาก <http://www.hamanan.com/tour/ubonratchathani/index.htm>

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
The Consuming Behaviors in Tourism Products of Tourists in the Provinces
in Lower Northeastern Region

พิสมัย ประชานันท์

Pisamai Prachanant

ผศ.ดร.นวมินทร์ ประชานันท์

Asst.Prof.Dr.Nawamin Prachanant

ผศ.อรรถกร จัตุกุล

Asst.Prof.Auttakorn Chuttukul

ผศ.ดร.สุนันทา วีรกุลเทวัญ

Asst.Prof.Dr.Sunanta Viragoontavan

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) ศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 500 คน และใช้แบบสัมภาษณ์รายบุคคล กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 60 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐาน (ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ t-test และ ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

ด้านพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 เดือน โดยที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ

ด้านพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือรถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้รถโดยสารประจำทาง ด้านที่พักนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมพักตามโรงแรมหรือเกสต์เฮ้าส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมพักโรงแรมหรือบ้านญาติและบ้านเพื่อน

ด้านแหล่งอาหาร นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกัน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ มีค่าใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 300 บาท

สำหรับด้านพฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านสถานที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบริษัทท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

Abstract

The purposes of this research were: 1) to examine the consuming behaviors in tourism products of tourists in the provinces in lower northeastern region; 2) to compare the consuming behaviors in tourism products between Thai and foreign tourists who travel in the provinces in lower Northeastern region; and 3) to investigate the ways to enhance the relationships between tourism in the lower northeastern provinces of Thailand and the neighboring countries. The research instruments were questionnaire and interview. The former was administered with 500 subjects; whereas, the latter was requested by 60 subjects. The collected data were analyzed by using the percentage, mean, standard deviation, t-test and ANOVA.

The findings were as follows:

1. In terms of the consuming behaviors before traveling, both Thai and foreign tourists spent less than 1 month to plan their program about traveling. Also, both groups stated that the purposes of traveling are for relaxing and visiting new sites.
2. In terms of the consuming behaviors while traveling, foreign tourists spent more time than Thai tourists. The private cars were used by Thai tourists while the bused were used by foreign tourists when traveling in the lower northeastern provinces. Also, foreign tourists preferred to stay in the hotels or guesthouses; whereas, Thai tourists stayed overnight at the hotels or their cousin's and friends' houses. Both Thai and foreign tourists preferred to have their meals in the local food shops and the average expenses for food and beverages per day were less than 300 baht.
3. In terms of the consuming behaviors in tourism products after traveling, there was significant difference at .05 level in "Tourist attractions", "Accommodation", and "Food shops and restaurants" as compared between Thai and foreign tourists.
4. There was significant difference at .05 level in "Tourist attractions", and "Food shops and restaurants" in terms of Thai tourists' age.
5. There was no significant difference of the consuming behaviors in tourism products in terms of foreign tourists' age.
6. There was no significant difference of the consuming behaviors in tourism products in terms of the tourists' educational levels.

7. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in "Food shops and restaurants", "Products and souvenirs" and "Supporting services" in terms of Thai tourists' occupation.

8. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in terms of foreign tourists' occupation.

9. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in terms of "Food shops and restaurants" in terms of Thai tourists' income/ salary.

10. There was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in "Tour company" in terms of foreign tourists' income/ salary.

คำนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศและท้องถิ่น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างประโยชน์แก่ระบบเศรษฐกิจใน 3 ด้าน คือ เป็นสินค้าออกในรูปการบริการ (Service Export) ที่สร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ สร้างกิจกรรม (Jobs Requirement) และรายได้ (Income) ผู้ส่วนต่าง ๆ ของประเทศและกระตุ้นให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการโดยการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม นอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ สันติภาพ ความเป็นมิตรระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ความภาคภูมิใจและสำนึกในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ซึ่งรัฐบาลสมัยที่ผ่านมาได้แถลงนโยบายด้านการท่องเที่ยวไว้ว่า มีเป้าหมายสำคัญคือการนำรายได้หลักเข้าสู่ประเทศโดยมุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นประตูผ่านหลัก (GATE WAY) ด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย มุ่งเน้นตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าในภูมิภาค การส่งเสริมความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว เชื่อมโยงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดจนการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. 2548 : 10-15)

สำหรับในระดับภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือนับเป็นอีกภูมิภาคหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มจังหวัดในเขตภาคอีสานตอนล่าง อดีตเคยเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางด้านอารยธรรมขอมโบราณในยุคพระเจ้าชัยวรมันตามความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่ได้ระบุไว้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์เฉพาะพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนล่างหรืออีสานใต้ (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี) นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเน้นการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สูงขึ้น โดยใช้เส้นทางท่องเที่ยวคู่ขนานจากเส้นทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของประเทศไทยควบคู่กันไปกับนครวัดในประเทศกัมพูชาตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดอีสานใต้ โดยใช้หลักยุทธศาสตร์การตลาดนำการพัฒนา คือพัฒนาศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย กระจายเครือข่ายในการดำเนินการ โดยดึงจุดเด่นของแต่ละจังหวัดมาเป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์ เช่น

จังหวัดนครราชสีมา เป็นศูนย์กลางตลาด การประชุมภูมิภาค ประตูดสู่อีสาน เป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จังหวัดชัยภูมิ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวและเป็นเมืองเก่าแก่มาตั้งแต่สมัยขอมเรื่องอำนาจ

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมขอมภายในประเทศ

จังหวัดสุรินทร์ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสานใต้ และพัฒนาให้เป็นอุทยาน
ช้าง (หัตถกรรม – คหศึกษา)

จังหวัดศรีสะเกษ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมของระหว่างประเทศ ส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวระหว่างไทย – อินโดจีน

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยว แหล่งกำเนิดอารยธรรมไทยอีสาน
(ก่อนประวัติศาสตร์ – หลังประวัติศาสตร์) และประตูสู่อินโดจีน (ลุ่มน้ำโขง) (สำนักประสานงานการพัฒนาและ
จัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. 2548 : 10-15)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการที่ภาครัฐจะมุ่งส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันให้พื้นที่ในเขตภูมิภาค
อีสานตอนใต้ (เส้นทางวัฒนธรรมขอม) เกิดการพัฒนาและมีการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวได้นั้นจำเป็น
อย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะในด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเส้นทางวัฒนธรรม
ของรวมทั้งสร้างความตระหนักให้ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้มี
ส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายเพื่อเตรียมความพร้อมในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการ
ท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนล่าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่
กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่าง
นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่
ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

คำถามการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดคำถามวิจัยไว้ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไรบ้าง

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ดังแสดงจำนวนตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

นักท่องเที่ยว	ชัยภูมิ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรีสะเกษ	อุบลราชธานี	รวม
ชาวไทย	942,374	4,212,394	803,993	665,725	674,653	1,234,941	8,534,020
ชาวต่างประเทศ	2,790	89,004	33,288	11,961	7,145	53,521	197,709
รวม	945,164	4,301,398	837,281	677,686	681,798	1,288,462	8,731,729

ที่มา www.tat.or.th/stast/web/static_tex.php

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มจากกลุ่มประชากรข้างต้นโดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ตารางสำเร็จรูป TARO YAMANE ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 560 คน ดังรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และ อุบลราชธานี

นักท่องเที่ยว จังหวัด	ไทยชาว				ชาวต่างชาติ			
	แบบสอบถาม	สัดส่วน (%)	แบบสัมภาษณ์	สัดส่วน (%)	แบบสอบถาม	สัดส่วน (%)	แบบสัมภาษณ์	สัดส่วน (%)
นครราชสีมา	130	32.50	15	30.00	20	20.00	3	30.00
บุรีรัมย์	70	17.50	10	20.00	30	30.00	2	20.00
อุบลราชธานี	60	15.00	10	20.00	10	10.00	2	20.00
สุรินทร์	50	12.50	5	10.00	20	20.00	1	10.00
ชัยภูมิ	50	12.50	5	10.00	10	10.00	1	10.00
ศรีสะเกษ	40	10.00	5	10.00	10	10.00	1	10.00
รวม	400	100.00	50	100.00	100	100.00	10	100.00

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการตอบคำถามการวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้อย่างครบถ้วน คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ด้วยกัน คือ

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (pilot study) ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จำนวนทั้งสิ้น 30 ชุด ผลการตรวจสอบพบว่าได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.9535 สำหรับโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview)

3. แบบสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 มาสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ร่วมกับผู้ใช้งานวิจัย / ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย

- 1) นำแบบสอบถามไปแจกและรับคืนด้วยตนเอง ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ทั้ง 6 จังหวัด
- 2) ประสานกับตัวแทนในแต่ละจังหวัด และจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) (เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test , ANOVA)

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของระดับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีรายละเอียด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจในระดับมากที่สุด

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview) คณะผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย สามารถนำมาอธิบายเพื่อตอบคำถามวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

คำถามวิจัยข้อที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี แต่อย่างไรก็ตามจากการที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดช่วงอายุในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เป็น 15 - 24 ปี, 25 - 34 ปี, 35 - 44 ปี, 45 - 54 ปี, 55 - 64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงอายุที่แตกต่างจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็กน้อย จากผลการวิจัย ที่ค้นพบในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่าผลการวิจัยที่ได้รับมีความสอดคล้องกับสถิติของนักท่องเที่ยวที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 (www.tat.or.th/stst/web/ststic_tst.php) ที่พบว่าอายุของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอยู่ระหว่าง 25-34 ปี การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี สามารถอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวอยู่ในช่วงวัยที่ชอบความแปลกใหม่ และพร้อมจะเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ อีกทั้งมีหน้าที่การงานที่ค่อนข้างจะมั่นคงแล้ว มีรายได้เป็นของตนเองจึงต้องการที่จะท่องเที่ยว

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือปริญญาตรี ที่เป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นแหล่งโบราณสถาน มีโบราณวัตถุ และมีวัฒนธรรมขอมที่มีชื่อเสียงระดับที่นานาชาติยอมรับ ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ที่สนใจจะเรียนรู้เชิงวิชาการ ต้องการศึกษาด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ อย่างจริงจัง นอกเหนือจากการได้เที่ยวพักผ่อนหย่อนใจแต่เพียงอย่างเดียว

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือนที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากปัจจุบันแหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนการท่องเที่ยวมีมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ จึงทำให้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาน้อยลงสำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพักผ่อน หรือเปลี่ยนบรรยากาศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง 2) การติดต่อธุรกิจ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2548 : v) และนับว่าเป็นข้อเท็จจริงที่ปฏิเสธไม่ได้ที่ว่า การที่บุคคลทุกคนจะเดินทางท่องเที่ยวก็เพื่อเป็นการพักผ่อนหลังจากที่เหน็ดเหนื่อยจากการปฏิบัติงานประจำ หรือเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจจากที่บ้านหรือในที่ทำงาน สำหรับในประเด็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ พบว่าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติตัดสินใจเลือกเดินทางมาเที่ยวเพราะ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติมาก่อน เช่น อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เขาพระวิหาร ฯลฯ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาเที่ยว สนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริงตามที่ได้รับฟังมา

สำหรับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาในการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดอีสานใต้ประมาณ 2 – 3 วัน สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 5 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่มากกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 อาจจะอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติได้รวมระยะเวลาทั้งหมดที่เดินทางในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง นอกจากนี้ส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง ซึ่งก็จะใช้เวลาในการเดินทางเพิ่มขึ้น

สำหรับค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 300 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้ความสำคัญต่อการซื้อของระหว่างการเดินทางน้อยลง ประกอบกับของฝาก/ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายมีขนาดใหญ่ น้ำหนักมากยากต่อการขนย้ายในระหว่างที่เดินทาง ในขณะที่เดียวกันอาหารสำเร็จรูปที่ราคาไม่แพงมีจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อมากขึ้น ร้านอาหารท้องถิ่นมีจำนวนมากและราคาถูก ที่พักมีราคาให้เลือกที่หลากหลายระดับ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความพร้อมของค่าใช้จ่ายที่มีอยู่ จึงมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยลง

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่ามีผลการวิจัยที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริษัทท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยแล้วระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกด้าน ทั้งนี้ อาจอธิบายได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ไปท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งแปลกใหม่ และนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้คาดหวังสูงเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ก่อนมาท่องเที่ยว เมื่อได้มาแล้วและพบว่าดีกว่าที่คาดไว้จึงมีความพึงพอใจมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตามระดับความพึงพอใจในทุกด้านของนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยอยู่ระหว่าง 2.73 – 3.87 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง ถึงปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังต้องได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนรวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านร้านอาหารและภัตตาคาร อาจจะอธิบายได้ว่า ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี และมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งบุคคลทั้งสองกลุ่มอาจส่งผลให้ระดับความพึงพอใจทั้งสองด้านนี้แตกต่างกัน และผลการวิจัยก็ปรากฏผลเช่นเดียวกันคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ที่แบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มที่มีรายได้สูงกับกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ดังนั้นจึงอาจทำให้มีความต้องการหรือมีความพึงพอใจในเรื่องของอาหารแตกต่างกัน สำหรับในเรื่องอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่ามีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีระดับการศึกษา ช่วงอายุ รายได้ และอาชีพ ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในทุกด้านโดยภาพรวมแล้วไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ทักษะติดต่อการท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกับทักษะติดต่อการท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในส่วนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมุ่งเน้นความสะดวกสบาย ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นประเด็นหลักสำหรับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ทำได้อย่างไรบ้าง

สำหรับแนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านนั้น จากการศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีข้อเสนอแนะสำหรับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด สมาคม/ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ในการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืนดังต่อไปนี้

1. **ด้านแหล่งท่องเที่ยว** : จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากพบปัญหาด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสกปรก แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไม่ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กองอุทยานต่าง ๆ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางในภาพพัฒนาดังนี้

1.1 จัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการจัดการ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณที่เป็นอันตรายแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติในขณะท่องเที่ยว

1.2 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวตระหนักในด้านการร่วมด้วยช่วยกันรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงความสวยงามเช่นเดิม

1.3 จัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับคนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับการสร้างสัมพันธ์ไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

1.4 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรปรับแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น และควรวางแผนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านได้ด้วยเพื่อให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

1.5 หน่วยงานภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงอีสานได้สู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปิดช่องทางผ่านชายแดนทุกช่องที่เกี่ยวข้องและสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เพื่อความหลากหลายของเส้นท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว)

2. **ด้านสถานที่พัก :** จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมพักโรงแรมในเขตตัวเมืองมากที่สุด รองลงมาคือบ้านญาติ/เพื่อนสำหรับชาวไทย และเกสต์เฮ้าส์สำหรับชาวต่างชาติ ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มการเข้าพักโรงแรม ณ ที่พักประเภทต่าง ๆ ให้มากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจพักรีสอร์ทสร้างพันธมิตรกับบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น เข้าร่วมโครงการต่าง ๆ กับภาครัฐ การกำหนดอัตราค่าห้องพักควรรักษามาตรฐานที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเดือดร้อน ที่พักจะต้องมีระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด พัฒนาทักษะการบริการแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

3. **ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร :** ผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร ภัตตาคาร ควรวางแผนทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานสาธารณสุข ในการตรวจสอบมาตรฐานของร้านอย่างต่อเนื่อง พัฒนาทักษะการบริการให้แก่พนักงานในด้านการสร้างสัมพันธ์ไมตรีต่อลูกค้า

4. **ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก :** เพื่อให้ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ควรใช้แนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายควรเน้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากท้องถิ่นของตนเองเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

4.2 ควรมีมาตรฐานด้านการกำหนดระดับราคาที่มีมาตรฐานกับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.3 ควรสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เดียวกันเพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

5. **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก :** จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาด้วยตนเอง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนหนึ่งนิยมใช้บริการเช่ารถเพื่อเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น กรมทางหลวง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีแนวทางดังต่อไปนี้

5.1 ปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน เส้นทางคมนาคมหลัก/รอง ปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีภาษาต่างประเทศควบคู่ไปด้วยจัดบริการน้ำดื่มที่สะอาดให้กับนักท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและดูแลความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

5.2 กรมการขนส่งควรเพิ่มระบบการคมนาคมขนส่ง และเพิ่มรถเมลล์ในเส้นทางท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนกำกับดูแลในเรื่องระยะเวลาการปล่อยรถให้เป็นไปตามตารางเวลาที่กำหนด

6. **ด้านบริษัทท่องเที่ยว :** จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางด้วยตนเอง และเดินทางไปแบบไปด้วยตนเอง ดังนั้นบริษัทท่องเที่ยวควรมีกลยุทธ์การตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มการใช้บริการจากบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดย จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และตามวัยต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายควบคู่กันไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ รวมถึงผลดี ผลกระทบ ของการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ที่จะต้องใช้จุดผ่านแดนในเขตชายแดนที่ติดกับประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นทางผ่านไปสู่อำเภอท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน
2. ควรมีการศึกษาในด้านองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในแต่ละจังหวัดของกลุ่มอีสานใต้ เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ที่แตกต่างกัน
3. ในแต่ละจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่อีสานใต้ควรมีการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อที่จะได้ปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของแต่ละจังหวัด ให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.Tat.or.th/province.asp?prov_id=31
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยภูมิ. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.hamanan.com/tour/chaiyaphum/index.htm>
- ชัยภูมิ ที่พัก ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.thai-tour.com/thai-tour/Northeast/Chaiyaphum/main.htm>
- ชัยภูมิ แผนที่จังหวัดชัยภูมิ ทุ่งดอกกระเจียว. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก www.moohin.com/041/
- ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. (2545). การ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของ **ประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บรรณานุกรม

- บุรีรัมย์. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.moohin.com/045/Buriram/main.htm>
- นครราชสีมา. (2549). ค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/Nakornratchsima/main.htm>
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิคม จารุมณี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย**. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- ประเทศไทย : ท่องเที่ยว : ศรีสะเกษ. ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549. จาก <http://www.relaxzy.com/province/srisaket/index.htm>
- สายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และสรายุทธ มัลลัม. (2548). **พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่**. คณะอุตสาหกรรมบริการ: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตภูเก็ต
- สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. (2549). ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2550 จาก www.ttresearch.org/E-Journal/index.asp?ID=&tpid=0
- ศรีสะเกษ. (2549). ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/srisakes/main.htm>
- สุรินทร์. (2549). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/surin/main.htm>
- สุรินทร์ เตชะทวิวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อุบลราชธานี. (2549). ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.thai-tour/Northeast/Ubon/main.htm>
- อุบลราชธานี. (2549). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549. จาก <http://www.hamanan.com/tour/ubonratchathani/index.htm>

แบบสอบถาม

เรื่อง

พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

(ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาวิจัยในโครงการพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัดด้วยกัน คือ ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ จะนำไปเก็บรวบรวมไว้เป็นฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัด อีสานใต้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ภายหลังจากที่ท่านได้เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ในการตอบแบบสอบถาม ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อตามสภาพความเป็นจริง ข้อมูลที่เป็นคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่เป็นภาพรวมไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในลำดับต่อไป

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

นางพิสมัย ประชานันท์ และคณะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

เรื่อง

พฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ใน () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. ปัจจุบันท่านมีอายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี () 20 – 30 ปี
() 31 – 40 ปี () 41 – 50 ปี
() 51 – 60 ปี () มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน

() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี () อื่น ๆ ระบุ.....

4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ

() รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ () นักศึกษา
() ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน () แม่บ้าน
() ธุรกิจส่วนตัว () เกษตรกร
() อื่น ๆ ระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

() ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 - 10,000 บาท
() 10,001- 15,000 บาท () 15,001 – 20,000 บาท
() 20,001 – 25,000 บาท () 25,001 – 30,000 บาท
() มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่
กลุ่มจังหวัด อีสานใต้**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงในการท่องเที่ยวของท่าน

- จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ในรอบปีที่ผ่านมา (ปี 2548)
() น้อยกว่า 3 ครั้ง () 3 – 5 ครั้ง
() มากกว่า 5 ครั้ง () อื่น ๆ ระบุ.....
- จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี)
() ครั้งแรก () ครั้งที่ 2
() มากกว่า 2 ครั้ง
- ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งของท่าน
() 1 วัน () 3 – 5 วัน
() 1 – 3 วัน () มากกว่า 5 วัน
() อื่น ๆ ระบุ.....
- ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ท่านใช้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางประมาณ
() น้อยกว่า 1 เดือน () 1 – 3 เดือน
() 4 – 6 เดือน () มากกว่า 6 เดือน (ระบุ).....
- ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านมีการจัดการด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่พัก และพาหนะในการท่องเที่ยวอย่างไร
() จัดการด้วยตนเองทั้งหมด
() ซื้อบริการจากบริษัทท่องเที่ยวบางส่วนหรือทั้งหมด
() หน่วยงาน หรือ สมาคมเป็นผู้จัดการให้
() อื่น ๆ ระบุ.....
- ระยะเวลาในการพำนักตามเส้นทางท่องเที่ยวของท่านประมาณ
() ไม่พำนัก (ไป-กลับ) () 1-3 วัน
() 4 – 7 วัน () มากกว่า 7 วัน
() อื่น ๆ ระบุ.....
- ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ
() วันหยุดราชการ(เสาร์-อาทิตย์) () วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)
() วันหยุดนักขัตฤกษ์ () อื่น ๆ ระบุ.....

8. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จังหวัดที่อยู่ในเส้นทาง
การท่องเที่ยว คือ
- () ชัยภูมิ () นครราชสีมา
() บุรีรัมย์ () สุรินทร์
() ศรีสะเกษ () อุบลราชธานี
() ชัยภูมิ และนครราชสีมา () ชัยภูมิ นครราชสีมา
() ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ () นครราชสีมา บุรีรัมย์
() นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ () สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี
() สุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ () สุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี
() ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี
9. สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่ท่านชอบมากที่สุดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว
ประเภทใด
- () โบราณสถาน/โบราณวัตถุ () แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
() ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต () แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา
() แหล่งศึกษาเรียนรู้ทางภูมิปัญญา () อื่น ๆ ระบุ.....
10. ในการเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดย
เฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ
- () น้อยกว่า 300 บาท () 301 – 500 บาท
() 501 – 1,000 บาท () 1,001 – 1,500 บาท
() 1,501 – 2,000 บาท () 2,001 – 2,500 บาท
() 2,501 – 3,000 บาท () มากกว่า 3,001 บาทขึ้นไป
11. ในการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ของท่านครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ
- (จัดอันดับ 3 อันดับ โดยใส่หมายเลข 1 , 2 , 3)
- () พักผ่อน / เปลี่ยนบรรยากาศ () เยี่ยมชมสถานที่ใหม่
() ประชุมสัมมนา ทัศนศึกษา () การกีฬา
() การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ () ศึกษาวัฒนธรรม เทศกาล / งานประเพณี
() การศึกษา () เยี่ยมญาติ / เพื่อน
() ฮันนีมูน () ศาสนา
() ธุรกิจ / การงาน () อื่น ๆ ระบุ.....

12. แหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () บริษัทนำเที่ยว () อินเทอร์เน็ต
() งานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว () การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
() การบอกเล่าของเพื่อน / ญาติ
() ซื่อหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มาศึกษา
() สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ
() อื่น ๆ ระบุ.....

13. ยานพาหนะหลักที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ...

- () รถส่วนตัว () รถเช่า / จ้างเหมา
() เครื่องบิน () รถโดยสารประจำทาง
() เครื่องบินและรถเช่า / จ้างเหมา () พาหนะของบริษัทนำเที่ยว
() รถไฟ () อื่น ๆ ระบุ.....

14. ยานพาหนะที่ท่านใช้บริการในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คือ...

- () รถส่วนตัว () รถเช่า / จ้างเหมา
() รถจักรยานยนต์รับจ้าง () รถจักรยาน
() รถโดยสารประจำทาง () พาหนะของบริษัทนำเที่ยว
() รถไฟ () อื่น ๆ ระบุ.....

15. ที่พักในข้อใดที่ท่านใช้บริการขณะเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () โรงแรมในตัวเมือง () เกสเฮาส์
() รีสอร์ท () อพาร์ทเมนท์
() บ้านญาติ / เพื่อน () โฮมสเตย์
() บังกะโล () บ้านพักรับรอง
() กางเต็นท์ () อื่น ๆ ระบุ.....

16. แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่ท่านนิยมเข้าใช้บริการขณะเดินทางท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คือ

- () ร้านอาหารท้องถิ่น () ร้านอาหารของโรงแรมที่พัก
() ร้านอาหารจานด่วน () ทำอาหารรับประทานเอง
() ภัตตาคาร () อื่น ๆ ระบุ.....

17. ในกรณีที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และต้องพักค้างแรม ท่านเลือกรับประทานอาหารมื้อเช้าอย่างไร
- () ไม่รับประทาน () รับประทานอาหารของโรงแรม / ที่พัก
- () รับประทานอาหารทั่วไป () อื่น ๆ ระบุ.....
18. เมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ท่านเลือกรับประทานอาหารมื้อกลางวันจากร้านอาหารในข้อใด
- () ร้านอาหารท้องถิ่น () ร้านอาหารจานด่วน
- () ทำอาหารรับประทานเอง () ภัตตาคาร
- () ร้านอาหารจากศูนย์ของฝากของที่ระลึก () อื่น ๆ ระบุ.....
19. เมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ท่านเลือกรับประทานอาหารมื้อเย็นจากร้านอาหารในข้อใด
- () ร้านอาหารท้องถิ่น () ร้านอาหารของโรงแรมที่พัก
- () ร้านอาหารจานด่วน () ทำอาหารรับประทานเอง
- () ภัตตาคาร () ร้านอาหารจากศูนย์ของฝากของที่ระลึก
- () ร้านอาหารจากตลาดกลางคืน () อื่น ๆ ระบุ.....
20. ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม ต่อคน ต่อวัน ขณะที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประมาณวันละเท่าใด
- () ต่ำกว่า 300 บาท () 300 – 400 บาท
- () 401 - 500 บาท () มากกว่า 500 บาท ขึ้นไป
21. กิจกรรมหลักในระหว่างที่ท่านเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คือกิจกรรมในข้อใด (จัดอันดับ 3 อันดับ โดยใส่หมายเลข 1 , 2 , 3)
- () ชီးปิ้ง () เล่นกอล์ฟ
- () ว่ายน้ำ () ประชุม
- () ทักษนาจร () สป่าและนวดแผนไทย
- () ท่องเที่ยวแบบผจญภัย () อื่น ๆ ระบุ.....

22. รูปแบบของการใช้จ่ายเงินของท่านขณะที่เดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- () เงินสด () บัตรเครดิต
- () เงินสดและบัตรเครดิต () อื่น ๆ ระบุ.....
23. โดยทั่วไป เมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ มีผู้เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับท่านประมาณ
- () 1 คน () 2 คน
- () 3 คน () มากกว่า 3 คน (ระบุจำนวน.....คน)
24. จากข้อ 23 บุคคล / คณะบุคคล ที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับท่านอย่างไร
- () เพื่อน () ครอบครัว
- () คู่สมรส () เพื่อนและครอบครัว
- () เพื่อนและคู่สมรส () อื่น ๆ ระบุ.....
25. เพราะเหตุใดท่านจึงตัดสินใจมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (จัดอันดับ 3 อันดับ โดยใส่หมายเลข 1 , 2 , 3)
- () ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว () ชื่อเสียงของจังหวัด
- () สถานที่ตั้ง / ภูมิประเทศน่าสนใจ () มีวัฒนธรรม/ประเพณีที่น่าสนใจ
- () ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น () มีความปลอดภัย
- () อื่น ๆ ระบุ.....
26. ผลกระทบของฝากของที่ระลึกที่ท่านสนใจที่จะซื้อกลับไปจากการเดินทางมาเที่ยวในครั้งนี้คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () ผลกระทบประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย
- () ผลกระทบประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
- () ผลกระทบประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง
- () ผลกระทบประเภทศิลปะประติมากรรม และของที่ระลึก
- () ผลกระทบประเภทอาหาร
- () ผลกระทบประเภทเครื่องดื่ม
27. ระหว่างที่ท่านเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในครั้งนี้ ท่านมีความสนใจที่จะเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน (ลาว กัมพูชา) หรือไม่
- () สนใจ เพราะ..... (ถ้าเลือกข้อนี้ โปรดให้ข้อมูลต่อในข้อ 28 - 30)
- () ไม่สนใจ เพราะ.....

28. จากข้อ 27 ท่านสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศใดต่อจากที่ท่านมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- () ประเทศลาว ระบุสถานที่.....
- () ประเทศกัมพูชา ระบุสถานที่.....
29. หากท่านเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน (ลาว กัมพูชา) ท่านคิดว่าท่านจะเที่ยวอย่างไร
- () แบบไป – กลับ () พักค้างแรมในประเทศเพื่อนบ้าน
- () พักค้างแรมในประเทศไทย () อื่น ๆ ระบุ.....
30. ท่านคิดว่าแนวทางในการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านควรดำเนินการอย่างไร
- () พัฒนาเส้นทางการเดินทางให้มีความสะดวกมากขึ้น
- () ควรร่วมมือกันระหว่างภาครัฐของประเทศไทย และภาครัฐของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง / เชื่อมโยงกัน
- () ททท. ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และทั่วถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
- () อื่น ๆ ระบุ.....

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ภายหลังจากที่ท่านได้เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่
กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง พอใจมากที่สุด 4 หมายถึง พอใจมาก
3 หมายถึง พอใจปานกลาง 2 หมายถึง พอใจน้อย
1 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

ลำดับ ที่	ความรู้สึกรายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					
		มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น
ด้านแหล่งท่องเที่ยว							
1	ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว						
2	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว						
3	สถานที่ท่องเที่ยวไม่แออัดยัดเยียดไปด้วยนักท่องเที่ยว						
4	ความเหมาะสมของสภาพอากาศและอุณหภูมิ						
5	ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ มีป้ายบอกทางชัดเจน						
6	อภัยภัยไม่ตรีของคนในพื้นที่						
ด้านสถานที่พัก							
7	มีปริมาณเพียงพอ และหาได้ง่าย						
8	ความหลากหลายของที่พัก						
9	ระดับราคาที่ให้บริการ						
10	ความเหมาะสมของระดับราคาที่พัก						
11	ความรวดเร็วในการเช็คอินและเช็คเอาท์ที่พัก						
12	มีการให้บริการที่เท่าเทียมกันระหว่างชาวไทยและ ชาวต่างชาติ						
13	การบริการของพนักงาน						
14	ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก						
15	ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของที่พัก						
ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร							
16	หาง่ายและมีความเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว						
17	ความหลากหลายของร้านอาหาร						
18	ระดับราคาของอาหาร/เครื่องดื่มที่บริการ						
19	การให้บริการของพนักงานภายในร้าน						

ลำดับ ที่	ความรู้สึกภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น
20	ความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหาร เครื่องดื่ม						
21	ความเพียงพอของบริเวณจอดรถ						
ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก							
22	ความหลากหลายของร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก						
23	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก						
24	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก						
25	คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก						
26	ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก						
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							
27	สภาพถนนและการเชื่อมของของเส้นทางคมนาคม						
28	ความเพียงพอของสาธารณูปโภค						
29	ป้ายแนะนำ บอกทิศทางและข้อมูลต่าง ๆ ณ แหล่ง ท่องเที่ยว						
30	การบริการน้ำดื่มสะอาด ห้องน้ำสาธารณะ ณ แหล่ง ท่องเที่ยว						
ด้านบริษัทท่องเที่ยว							
31	การให้บริการของมัคคุเทศก์และพนักงานของบริษัททัวร์						
32	สถานที่ท่องเที่ยวเป็นไปตามโปรแกรมที่ระบุไว้						
33	การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง						
34	ระยะเวลาในการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง						
35	พาหนะ / สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่บริษัทนำเที่ยว จัดให้						

**ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่
เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้**

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา / อุปสรรคที่พบในระหว่างท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา

1. ในระหว่างที่ท่านได้เดินทางมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี) ท่านมีปัญา / อุปสรรคในด้านใดบ้าง.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. จากปัญหา / อุปสรรคที่ท่านพบจากการที่ท่านได้เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ท่านคิดว่าควรมีแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา/อุปสรรคดังกล่าวข้างต้นได้อย่างไร.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ควรพัฒนาในด้านใดบ้าง.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ขอขอบคุณในความร่วมมืตอบแบบสอบถาม
คณะผู้วิจัย

QUESTIONNAIRE

The Consuming Behaviors in Tourism Products of Tourists in the Provinces in Lower Northeastern Region

This questionnaire is conducted for study the consuming behaviors in tourism products of tourists in the provinces in lower northeastern region supported by the budget of Research Supplement Fund (RSF). This research aims to investigate the consuming behaviors in tourism products of both Thai and foreign tourists who travel in the area of six lower northeastern provinces, that is, Chaiyaphum, Nakhonratchasima, Buriram, Surin, Srisaket and Ubonratchathani. The result of this research would be served as the database of tourism in the provinces in lower northeastern region, Tourism Authority of Thailand(TAT).

Instructions: This questionnaire is divided into four sections as follows:-

Section 1: General data of applicants

Section 2: Basic tourism data of tourist's traveling in the provinces in lower northeastern region

Section 3: Satisfaction after traveling in the provinces in lower northeastern region

Section 4: Open questionnaire of expressing tourists' opinions and suggestions in the provinces in lower northeastern region

Please complete all items in this questionnaire as it is true. The data given will be secretly kept. The whole data will be used to develop tourism location in the provinces in lower northeastern region in correspondence with what tourists need.

Thank you for your cooperation

Mrs. Pisamai Prachanant

Buriram Rajabhat University

Section 1: General Data of applicants (Demographic)

Instructions: Please tick / in () in front of the messages directly related to your personal data.

1. Gender

() Male () Female

2. Age

() less than 20 years old () 20-30 years old
() 31- 40 years old () 41-50 years old
() 51-60 years old () more than 60 years old

3. Nationality (please specify) _____

4. Level of highest education

() less than bachelor's degree () Bachelor's degree
() more than bachelor's degree () Others (specify)

5. Recent occupation

() government official/ enterprise () Student
() Employee/ Company's employee () housekeeper
() Private business () farmers/ agriculturist
() Others (specify)

6. income/salary per month

() less than 5,000 baht () 5,001-10,000 baht
() 10,001-15,000 baht () 15,001-20,000 baht
() 20,001-25,000 baht () 25,001-30,000 baht
() more than 30,000 baht

Section 2: Basic tourism data of tourist's traveling in the provinces in lower northeastern region

Instructions: Please tick / in () in front of the messages directly related to your traveling.

1. The number of times that you ever traveled in both domestic and abroad around the last year (2005)

- less than 3 times 3-5 times
 more than 5 times Others (specify)

2. The number of times that you ever traveled in the provinces in lower northeastern region (Chaiyaphum, Nakhonratchasima, Buriram, Surin, Srisaket, Ubonratchathani)

- the first time the second time
 more than 2 times

3. The average date in each of your traveling

- 1 day 3-5 days
 1-3 days more than 5 days
 Others (specify).....

4. How long did you plan to travel in each of your traveling?

- less than 1 month 1-3 months
 4-6 months more than 6 months
 Others (specify)

5. How did you manage your program about traveling, accommodation and vehicle in this traveling plan?

- by my own program
 by tourist agency's partial or whole service
 by Organization or Association
 Others (specify).....

6. The length of your stay along the trip (approximately)

- non-staying guest 1-3 days
 4-7 days more than 7 days
 Others (specify).....

7. When did you like to travel best?

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> On weekend | <input type="checkbox"/> On weekday |
| <input type="checkbox"/> Holiday | <input type="checkbox"/> Others (specify)..... |

8. While traveling in the area of lower northeastern region, which provinces are in your traveling route?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Chaiyaphum | <input type="checkbox"/> Nakhonratchasima |
| <input type="checkbox"/> Buriram | <input type="checkbox"/> Surin |
| <input type="checkbox"/> Srisaket | <input type="checkbox"/> Ubonratchathani |
| <input type="checkbox"/> Chaiyaphum and Nakhonratchasima | |
| <input type="checkbox"/> Chaiyaphum Nakhonratchasima Buriram | |
| <input type="checkbox"/> Nakhonratchasima and Buriram | |
| <input type="checkbox"/> Nakhonratchasima, Buriram and Surin | |
| <input type="checkbox"/> Surin, Srisaket and Ubonratchathani | |
| <input type="checkbox"/> Surin, Buriram and Srisaket | |
| <input type="checkbox"/> Surin, Buriram, Srisaket and Ubonratchathani | |
| <input type="checkbox"/> Chaiyaphum, Nakhonratchasima, Buriram, Surin, Srisaket and Ubonratchathani | |

9. What type of tourist attractions in lower northeastern provinces do you like most?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ancient sites | <input type="checkbox"/> Natural Attractions |
| <input type="checkbox"/> Cultures, Festivals and Events | <input type="checkbox"/> Temples |
| <input type="checkbox"/> Places of Wisdom | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

10. How much did you pay when traveling to visit the tourist attractions in lower northeastern provinces?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> less than 300 ฿ | <input type="checkbox"/> 301 - 500 ฿ |
| <input type="checkbox"/> 501 - 1,000 ฿ | <input type="checkbox"/> 1,001 - 1,500 ฿ |
| <input type="checkbox"/> 1,501 - 2,000 ฿ | <input type="checkbox"/> 2,001 - 2,500 ฿ |
| <input type="checkbox"/> 2,501 - 3,000 ฿ | <input type="checkbox"/> more than 3,000 ฿ |

11. What are the purposes of traveling to visit the tourist attractions in lower northeastern provinces?

(Please rank the top three: 1, 2, 3)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Relaxing | <input type="checkbox"/> Visiting new sites |
| <input type="checkbox"/> Conference & Seminar | <input type="checkbox"/> Sport activities |
| <input type="checkbox"/> Health tourism | <input type="checkbox"/> Cultures, Festivals & Events |
| <input type="checkbox"/> Education | <input type="checkbox"/> Visiting relatives/ friends |
| <input type="checkbox"/> Honeymoon | <input type="checkbox"/> Religions |
| <input type="checkbox"/> Business | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

12. How did you get information about the tourist attractions in lower northeastern provinces?

- | | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Tour companies | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Tourist Exhibition | <input type="checkbox"/> TAT |
| <input type="checkbox"/> Printed devices; newspapers, brochure, leaflets | |
| <input type="checkbox"/> From friends/ cousins | |
| <input type="checkbox"/> Tourist guide books | |
| <input type="checkbox"/> Others (specify) | |

13. How did you go to travel here?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Private car | <input type="checkbox"/> Rental car |
| <input type="checkbox"/> Airplane | <input type="checkbox"/> Bus |
| <input type="checkbox"/> Airplane and Rental car | <input type="checkbox"/> Tour company's coach |
| <input type="checkbox"/> Train | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

14. What type of vehicles did you use when traveling in Lower Northeastern provinces?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Private car | <input type="checkbox"/> Rental car |
| <input type="checkbox"/> Rental motorbike | <input type="checkbox"/> bicycle |
| <input type="checkbox"/> Bus | <input type="checkbox"/> Tour company's coach |
| <input type="checkbox"/> Train | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

15. Where did you stay when traveling in lower northeastern provinces?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Hotels | <input type="checkbox"/> Guesthouses |
| <input type="checkbox"/> Resorts | <input type="checkbox"/> Apartments |
| <input type="checkbox"/> Cousin's / friend's houses | <input type="checkbox"/> Home stay |
| <input type="checkbox"/> Bungalow | <input type="checkbox"/> Residential house |
| <input type="checkbox"/> Tents | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

16. Where did you have your meals when traveling in Lower Northeastern provinces?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Local food shop | <input type="checkbox"/> Hotel restaurants |
| <input type="checkbox"/> Fast food shop | <input type="checkbox"/> Cook by yourself |
| <input type="checkbox"/> Restaurants | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

17. While traveling in lower northeastern provinces and you stayed overnight, what place did you prefer to have your breakfast?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> None | <input type="checkbox"/> Hotel restaurants |
| <input type="checkbox"/> Any food shops | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

18. While traveling in lower northeastern provinces, what place did you prefer to have your lunch?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Local food shops | <input type="checkbox"/> Fast food shops |
| <input type="checkbox"/> cooked by yourself | <input type="checkbox"/> restaurants |
| <input type="checkbox"/> restaurant in souvenirs shop | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

19. While traveling in lower northeastern provinces, what place did you prefer to have your dinner?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Local food shops | <input type="checkbox"/> Hotel restaurants |
| <input type="checkbox"/> Fast food shops | <input type="checkbox"/> cooked by yourself |
| <input type="checkbox"/> restaurants | <input type="checkbox"/> restaurant in souvenirs' shop |
| <input type="checkbox"/> night market food shops | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

20. The average expenses for food& beverage per day for each person while traveling in lower northeastern provinces.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> less than 300 ₪ | <input type="checkbox"/> 300-400 ₪ |
| <input type="checkbox"/> 401-500 ₪ | <input type="checkbox"/> more than 500 ₪ |

21. What activities did you do when traveling in lower northeastern provinces?

(Please rank the top three: 1, 2, 3)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Shopping | <input type="checkbox"/> Playing Golf |
| <input type="checkbox"/> Swimming | <input type="checkbox"/> Conference/ Seminar |
| <input type="checkbox"/> Sight-seeing | <input type="checkbox"/> Spa and Thai massage |
| <input type="checkbox"/> Adventure tour | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

22. What were your terms of payment when traveling in lower northeastern provinces?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Cash | <input type="checkbox"/> Credit cards |
| <input type="checkbox"/> Cash and Credit cards | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

23. Excluding you, how many people are in your group?

- | | |
|----------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> more than 3 (specify) |

24. From item 23, whom did you go with?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Friends | <input type="checkbox"/> Family |
| <input type="checkbox"/> Spouse | <input type="checkbox"/> Friends and family |
| <input type="checkbox"/> Friends and spouse | <input type="checkbox"/> Others (specify) |

25. Why did you decide to visit the tourist attractions in lower northeastern provinces?

(Please rank the top three: 1, 2, 3)

- Well-known of tourist sites
- Well-known of province
- Interesting location/ topography
- Interesting Cultures/ festivals
- Hospitality of local people
- Safety
- Others (specify)

26. What souvenirs did you buy?

- Clothes and dressing
- Herbs
- Decorating things
- hand-made products and souvenirs
- Foods
- Beverages

27. While traveling in lower northeastern provinces, are you interested in visiting the neighboring countries?

- Yes, because.....(Please continue on no. 28-30)
- No, because.....

28. From item 27, what country do you want to visit after traveling in lower northeastern provinces of Thailand?

- Lao (Please specify the places).....
- Cambodia (Please specify the places).....

29. If you wish to visit the neighboring countries, where do you decide to stay?

- non-staying guests stay overnight in that country
- stay in Thailand Others (specify).....

30. In your opinion, what is the best way to enhance the relationship between tourism in lower northeastern provinces of Thailand and the neighboring countries?

- improving the routes
- creating the cooperation between governments
- Advertisement of TAT
- Others (Specify).....

Section 3: Satisfaction of tourists after traveling in provinces in Lower Northeastern Region

Instructions: Please tick / in each item according to your opinions.

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| 5 means very satisfied | 4 means satisfied |
| 3 means fair | 2 means unsatisfied |
| 1 means very unsatisfied | |

Item	Attitudes after Traveling	Levels of Satisfactory				
		5	4	3	2	1
	Tourist Attractions					
	Tourism Recourses					
1.	Cleanliness and beauty of tourist sites					
2.	Variety of tourist sites					
3.	Uncrowned tourist sites					
4.	Suitability of photography and temperature					
5.	Tourist signs					
6.	Hospitality of local people					
	Accommodation					
7.	Sufficiency and availability					
8.	Variety of accommodation					
9.	Room rates					
10.	Reasonable prices					
11.	Effective check-in and check-out process					
12.	Equality of services between Thai and Foreigners					
13.	Hotel staff services					
14.	Sufficiency of room facilities					
15.	Safety and security					

Item	Attitudes after Traveling	Levels of Satisfactory				
		5	4	3	2	1
	Food shops and Restaurants					
16.	Sufficiency and availability					
17.	Variety of food shops and restaurants					
18.	Prices of food and beverages					
19.	Services of waiter/ waitress					
20.	Cleanliness of food and beverages' containers					
21.	Sufficiency of car parking					
	Products and souvenirs					
22.	Variety of souvenirs' shops					
23.	Variety of products and souvenirs					
24.	Prices of products and souvenirs					
25.	Quality of products and souvenirs					
26.	Uniqueness of products and souvenirs					
	Supporting services					
27.	Roads and transportation routes					
28.	Sufficiency of public utility					
29.	Tourist signs					
30.	Services of drinking water and clean toilets in tourist sites					
	Tour company					
31.	Guides and staff					
32.	Visiting tourist sites following the itinerary					
33.	Itinerary					
34.	Times for visiting each tourist sites					
35.	Vehicles/ services of tour company					

Section 4: Open questionnaire of expressing tourists' opinions and suggestions in the provinces in lower northeastern region

Instructions: Please give your opinions related to problems faced and suggestions for application and development.

1. Did you have problems when traveling to the lower northeastern provinces?

2. From item 1, how can you solve those problems?

3. In your opinion, how can the tourist attractions in lower northeastern provinces be developed?

Thank you for your cooperation

แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย

เรื่อง

พฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่ปัจจุบัน.....

ตำแหน่งงาน.....

1. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี) ก่อนหน้าที่จะมาในครั้งนี้อหรือไม่.....

2. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จังหวัดที่อยู่ในเส้นทาง การท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้ คือจังหวัดใดบ้าง.....

3. สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่ท่านชอบมากที่สุดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทใดเพราะเหตุใด.....

4. ในการเดินทางมาเที่ยว..... ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ.....

5. ท่านได้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว / งานประเพณี ครั้งนี้ จากแหล่งข้อมูล ใดบ้าง.....

6. ค่าใช้จ่ายสำหรับการมาเที่ยวในครั้งนี้ของท่าน ประมาณเท่าใด และใช้จ่ายในเรื่องใดมากที่สุด.....

.....
.....
7. โดยทั่วไป เมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ มีผู้เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับท่าน
ประมาณกี่คน และมีความสัมพันธ์กับท่านอย่างไร

.....
.....
8. หลังจากที่ท่านได้เดินทางมาเที่ยว.....แล้ว ท่านมีความรู้สึก
อย่างไรกับการมาเที่ยวในครั้งนี้.....

.....
.....
9. ในระหว่างที่ท่านได้เดินทางมาเที่ยว..... ท่านมี
ปัญหา / อุปสรรคในด้านใดบ้าง.....

.....
.....
10. ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ควรได้รับการพัฒนาในด้าน
ใดบ้างเพราะเหตุใด

.....
.....
11. ระหว่างที่ท่านเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในครั้งนี้ ท่านมีความสนใจที่
จะเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน (ลาว กัมพูชา)หรือไม่

.....
.....
12. ท่านคิดว่าควรมีการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวเขต
พื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....
.....



ศึกษาริบทการท่องเที่ยว : ศรีสะเกษ





ศึกษาริบทการท่องเที่ยว : สุรินทร์





ศึกษาริบทการท่องเที่ยว : นครราชสีมา





ศึกษาริบทการท่องเที่ยว : ชัยภูมิ





ศึกษาริบทการท่องเที่ยว : อุบลราชธานี



ศึกษาริบทการท่องเที่ยว : อุบลราชธานี





การประชุมหนุนเสริม (12 ก.ย. 49 : อุบลราชธานี)





การประชุมหนุนเสริม (12 ก.ย. 49 : อุบลราชธานี)





เก็บรวบรวมข้อมูล : นครราชสีมา





เก็บรวบรวมข้อมูล : นครราชสีมา





เก็บรวบรวมข้อมูล : ศรีสะเกษ





เก็บรวบรวมข้อมูล : ศรีสะเกษ





เก็บรวบรวมข้อมูล : ศรีสเกษ





เก็บรวบรวมข้อมูล : อุบลราชธานี





เก็บรวบรวมข้อมูล : ชัยภูมิ





เก็บรวบรวมข้อมูล : ชัยภูมิ





เก็บรวบรวมข้อมูล : ชัยภูมิ





จัดประชุมกลุ่ม (Focus group)





จัดประชุมกลุ่ม (Focus group)





จัดประชุมกลุ่ม (Focus group)



ประวัติผู้วิจัย

1. **หน้าโครงการ** (ชื่อ – สกุล ภาษาไทย) : นางพิสมัย ประ찬ันท์

(ชื่อ – สกุล ภาษาอังกฤษ) : PISAMAI PRACHANANT

คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา :

พ.ศ. 2537 กศ.บ.(ธุรกิจศึกษา) (เกียรติคุณอันดับ 2) มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

พ.ศ. 2541 กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

หน่วยงานสังกัด : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ที่อยู่ : 439/131 ถนนจรัส อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

โทรศัพท์/โทรสาร : 09-8444797 E-mail : prachanant@thaimail.com

ประวัติการรับราชการ

2537 บรรจุตำแหน่ง อาจารย์ 1 ระดับ 3 โรงเรียนหนองตากยาวิทยาคม
สังกัด สำนักงานสามัญศึกษา จังหวัดกาญจนบุรี

2538 โอนมารับตำแหน่งอาจารย์ 1 ระดับ 3 สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์

2545 ตำแหน่งอาจารย์ 2 ระดับ 7 สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์

ปัจจุบัน ตำแหน่งอาจารย์ ระดับ 7 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ผลงานทางวิชาการ/เอกสาร ตำรา

1. การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอกสารประกอบการสอน)
2. วิจัยวิจัยทางธุรกิจ (เอกสารประกอบการสอน)

ประสบการณ์ในการทำวิจัย :

1. พ.ศ. 2548 โครงการวิจัย “แนวโน้มความต้องการรับบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์” ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. พ.ศ. 2548 โครงการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อเพิ่มศักยภาพกลุ่มแม่บ้านในการพัฒนาธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มแปรรูปสมุนไพรสดรี บ้านระกาใต้ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์
3. พ.ศ. 2549 โครงการวิจัย “รายงานการติดตามผลบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2547-2548”
4. พ.ศ. 2549 โครงการวิจัย “ การพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อแก้ปัญหาความยากจน : กรณีศึกษาบ้านหนองมะเขือ ต.สะแกโพรง อ. เมือง จ.บุรีรัมย์” เสนอขอทุนวิจัยจาก วช.

5. พ.ศ. 2549 โครงการวิจัย “พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้” ได้รับทุนสนับสนุนจาก สกว.
6. พ.ศ. 2549 โครงการวิจัย “ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตและภาวะการปฏิบัติงานของบัณฑิตและ ที่สำเร็จการศึกษาจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปีการศึกษา 2548 - 2549”
7. พ.ศ.2550 โครงการวิจัย”แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์” ได้รับทุนสนับสนุนจาก สกว.
8. พ.ศ.2550 โครงการวิจัย”การศึกษาแบบบูรณาการเพื่อแก้ปัญหาความยากจนในชุมชนโดยใช้ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาบ้านหัวฝาย ตำบลหัวฝาย กิ่งอำเภอแคนดง จังหวัดบุรีรัมย์ เสนอขอทุนวิจัยจาก วช. ปีงบประมาณ 2551

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1. สอนวิชาการวิจัยทางธุรกิจ , วิจัยทางธุรกิจ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ตำแหน่งหน้าที่การทำงาน

1. 2546 - 2547 รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ
2. 2547 - ปัจจุบัน รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ประวัติผู้วิจัย

2.ผู้ร่วมงานวิจัย (ชื่อ – สกุล ภาษาไทย) : ผศ.ดร.นวมินทร์ ประชานันท์

(ชื่อ – สกุล ภาษาอังกฤษ) : Asst.Prof.Dr.NAWAMIN PRACHANANT

คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา :

พ.ศ. 2537 กศ.บ.(เกียรตินิยมอันดับ1) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม

พ.ศ. 2540 กศ.ม. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พ.ศ. 2550 ศศ.ด. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

หน่วยงานสังกัด : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ที่อยู่ : 439/131 ถนนจิระ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

โทรศัพท์/โทรสาร : 09-7196778 E-mail : nawaminpt@yahoo.com

ประวัติการรับราชการ

2537 บรรจุตำแหน่ง อาจารย์ 1 ระดับ 3 โรงเรียนกกดตาลดงบังวิทยา สปจ. ร้อยเอ็ด

2541 โอนมารับตำแหน่งอาจารย์ 1 ระดับ 5 สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์

2545 ตำแหน่งอาจารย์ 2 ระดับ 7 สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์

2548 ตำแหน่งอาจารย์ ระดับ 7 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

2550 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8

ผลงานตีพิมพ์

- บทความ “ESP : การปฏิวัติการสอนภาษาอังกฤษระดับอุดมศึกษา” สาร
ประชาสัมพันธ์ราชพฤกษ์ ฉบับที่ 1 ปีที่ 10

- บทความ “ A Genre-Based Approach to Teaching Business Letters” วารสาร
รวมสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 ปี
การศึกษา 2548.

- บทความวิจัย “ Business English: What Skills do students need?” วารสารรวม
สาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 ปี
การศึกษา 2547.

- บทความวิจัย (ร่วม) “การวิจัยและพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของครูผู้สอนภาษาอังกฤษเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์” รมยสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ปีการศึกษา 2548.

ผลงานนำเสนอที่ประชุม

- บทความเรื่อง “ Teaching Business Writing through A Genre-Based Approach” ในการสัมมนาหัวข้อ “Sut TESOL” ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปี พ.ศ. 2547.

- ผลงานวิจัยเรื่อง “Complaint Responses by Thai EFL Learners: A Study of Interlanguage Pragmatics in Hotel and Tourism Industry” ในการสัมมนาหัวข้อ “บทบาทของงานวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ” ณ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล วันที่ 7 มกราคม 2548.

- ผลงานวิจัยเรื่อง “Responses to Complaints: A Cross-Cultural Study of Thai and English Native Speakers in Hotel Business” ในการสัมมนาหัวข้อ “Oral Communication” ณ RELC ประเทศสิงคโปร์ วันที่ 21-24 เมษายน 2548

- ผลงานวิจัยเรื่อง “Responses to Complaints in the Hotel Business: A Cross-Cultural Study of Thai and English Native Speakers” ในการประชุมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา (Suan Sunandha Research Symposium) ณ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วันที่ 8-12 พฤศจิกายน 2549

- ผลงานวิจัยเรื่อง “Responses to Complaints : A Cross-Cultural Study of Pragmatic Strategies and Transfers Used by English and Thai Native Speakers in the Hotel Industry” ในการสัมมนาหัวข้อ “Communication Skills in University Education Conference: Intercultural Communication Across University Settings: Myths and Realities” ณ The University of Auckland ประเทศนิวซีแลนด์ วันที่ 29 พฤศจิกายน – 1 ธันวาคม 2549

- ผลงานวิจัยเรื่อง “Responses to Complaints of Thai and English Native Speakers in the Hotel Business” ในการประชุมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา (7th National Graduate Research Conference GRAD-RESEARCH 2007) ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี วันที่ 4-5 เมษายน 2550

ผลงานด้านวิจัย

1. การวิจัยและพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของครูผู้สอนภาษาอังกฤษเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ (The Study and Development of Learning Process of Teachers of English for Supporting Long Life Local Tourism: A Case Study of Phanom Rung Sanctuary, Buriram Province)

2. กลวิธีการเรียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3. Vocabulary Learning Strategies Buriram Rajabhat University Students Use to Deal with New English Words in their English Lessons

4. ความต้องการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงานโรงแรมในเขตจังหวัดอีสานใต้

ประวัติผู้วิจัย

3.ผู้ร่วมงานวิจัย (ชื่อ – สกุล ภาษาไทย) : ผศ.อรรถกร จัตตุกุล

(ชื่อ – สกุล ภาษาอังกฤษ) : Asst.Prof. AUTTAKORN CHUTTUKUL

คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา :

พ.ศ. 2531 บธ.บ. (สาขาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(วิทยาเขตพลศึกษา)

พ.ศ. 2534 บธ.ม (สาขาบริหารธุรกิจ) (การตลาด)

หน่วยงานสังกัด : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ที่อยู่ : 439/ 51 ถนนจิระ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

โทรศัพท์/โทรสาร : 06-6531281 E-mail : tum@thaimail.com

ผลงานทางวิชาการ/เอกสาร ตำรา

1. หลักการตลาด
2. บริหารการตลาด

ผลงานด้านการวิจัย

1. เปรียบเทียบการเลือกซื้อน้ำมันของกลุ่มแม่บ้าน จังหวัดบุรีรัมย์กับกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (พ.ศ.2549)
3. ความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของภาควิชาบริหารธุรกิจและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (พ.ศ.2549)

ประวัติผู้วิจัย

4.ผู้ร่วมงานวิจัย (ชื่อ – สกุล ภาษาไทย) : ผศ.ดร.สุนันทา วีรกุลเทวัญ

(ชื่อ – สกุล ภาษาอังกฤษ) : Asst.Prof.Dr.Sunanta Viragoontavan

คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา :

พ.ศ. 2520 กศ.บ.(คณิตศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน

2525 พศ.ม.(สถิติ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2543 Ph.D. in Quantitative and Statistical Methodology

The Ohio State University, USA

หน่วยงานสังกัด : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ที่อยู่ : บ้านเลขที่ 27 หมู่ 12 ตำบลอิสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

โทรศัพท์/โทรสาร : 01-8794616 E-mail : Sunanta_v@hotmail.com

ประสบการณ์การทำงานและผลงานทางวิชาการ

ผลงานทางวิชาการ

- 1.ทฤษฎีความน่าจะเป็นเบื้องต้น (ตำรา)
2. คณิตศาสตร์ดิสกรีต (เอกสารประกอบการสอน)
3. บทความ เรื่อง Traditional vs. “Resampling” Approaches to Statistical Inferences Regarding Correlation Coefficients (ตีพิมพ์ใน Mid-Western Educational Researcher, V.13, No.2, Spring 2000)
4. บทความเรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ กรณีที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน (ตีพิมพ์ใน วารสาร ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น)
- 5.บทความ เรื่อง “การเปรียบเทียบวิธีการแก้ปัญหาข้อมูลที่ขาดหายไป 6 วิธีภายใต้บริบทของการวิเคราะห์ประเภท” (ตีพิมพ์ใน เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ สถิติประยุกต์ ภาคเหนือ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2545 ที่จังหวัดเชียงใหม่)
- 6.ข้อมูลไม่ครบ: ปัญหาที่นักวิจัยไม่ควรละเลย (ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการราชพฤกษ์ ฉบับปฐมฤกษ์ ปีที่ 1 2548 ตุลาคม - มีนาคม)

ผลงานวิจัย

1. การสำรวจภาวะการขาดโภชนาการของเด็กวัยก่อนเรียนในจังหวัดบุรีรัมย์ (ปี 2533)
2. การติดตามการดำเนินงานทำของบัณฑิตสถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ (ปี 2534)
3. การติดตามภาวะการดำเนินงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (2547)
4. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเชิงบูรณาการระหว่างสถาบันอุดมศึกษา เพื่อรองรับการเป็นศูนย์การศึกษาระดับปริญญาตรี (ระยะที่ 1 ปี 2549)

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1. สอนวิชาคณิตศาสตร์และสถิติ ระดับปริญญาตรี ที่สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 – 2541
2. สอนวิชาคณิตศาสตร์และสถิติ ระดับปริญญาตรี ที่สถาบันราชภัฏสุรินทร์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 –
3. สอนวิชาสถิติเพื่อการวิจัยสำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาโท ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
4. วิทยากรบรรยาย เรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS
5. วิทยากรบรรยาย เรื่อง การวิจัยในชั้นเรียน และหลักการวิจัยทั่วไป
6. เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้กับนักศึกษาระดับปริญญาโท โปรแกรมวิชา การบริหารการศึกษา สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา และการวิจัย และพัฒนาท้องถิ่น
7. เป็นเลขาคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาภูมิภาค
8. ให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาทางด้านสถิติกับบุคคลทั่วไป

ตำแหน่งหน้าที่การทำงาน

3. 2532 - 2535 หัวหน้าทะเบียนและวัดผล วิทยาลัยครูบุรีรัมย์
4. 2536 - 2539 รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์
5. 2543 - 2547 เป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 สังกัด โปรแกรมวิชาสถิติ ประยุกต์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
6. รองคณบดีฝ่ายวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (2548 - 2549)
6. ประธานสาขาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น
7. หัวหน้าสำนักงานวิเทศสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (2549- ปัจจุบัน)