

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: RDG4950096

โครงการ: ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

คณะผู้จัดทำ: จิตตานันท์ ติกุล, สฤณี ศรีขาว, พิกุล ประดับศรี, จุไรรัตน์ วิสัยดี,

สุวรรณี แพงดาวงษ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

E-mail Address: [jittanan@g.sut.ac.th](mailto:jittanan@g.sut.ac.th), [sarit@sut.ac.th](mailto:sarit@sut.ac.th), [pikunc@sut.ac.th](mailto:pikunc@sut.ac.th),

[churairat@sut.ac.th](mailto:churairat@sut.ac.th), [suwannee@sut.ac.th](mailto:suwannee@sut.ac.th)

ระยะเวลาโครงการ: 1 มิถุนายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ *ประการแรก* เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สอง* เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สาม* เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ*ประการสุดท้าย* เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ *กลุ่มแรก* เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ *กลุ่มที่สอง* เป็นมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานี จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์การสัมภาษณ์มัคคุเทศก์

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์

โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม 137 ผลิตภัณฑ์ตามลำดับ โดยจังหวัดนครราชสีมามีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

2. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีศักยภาพในระดับสูงเพียงร้อยละ 8 มีศักยภาพในระดับปานกลางร้อยละ 25 และมีศักยภาพในระดับต่ำถึงร้อยละ 67

สำหรับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้นั้น ร้อยละ 58 ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 38 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ

3. ในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา ก่อน 2 อันดับแรก คือ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และความพร้อมปานกลาง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่การพัฒนาความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านที่ยังมีผลการประเมินในระดับปานกลาง โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและมีความพร้อมสูง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่พัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น และการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว

4. ยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ควรดำเนินการ ได้แก่ 1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

**คำหลัก:** ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว, ศักยภาพ, ความพร้อม

## ABSTRACT

**Project Code:** RDG4950096

**Project Title:** Potential and Readiness of Tourism Products in the Lower Northeastern Part of Thailand

**Investigators:** Tikul J., Srikhao S., Pikul P., Wisaidee C., Pangtawong S.  
Suranaree University of Technology

**E-mail Address:** [jittanan@sut.ac.th](mailto:jittanan@sut.ac.th), [sarit@sut.ac.th](mailto:sarit@sut.ac.th), [pikunc@sut.ac.th](mailto:pikunc@sut.ac.th),  
[churairat@sut.ac.th](mailto:churairat@sut.ac.th), [suwannee@sut.ac.th](mailto:suwannee@sut.ac.th)

**Project Duration:** June 1, 2006 – May 31, 2007

This research aimed to examine 1) the tourism products, 2) the potentials and readiness of tourism products, 3) ways of potential developments of tourism products, and 4) the dependable strategies in creating strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries. The population of this research consisted of two groups. The first group included the tourism products in the lower Northeastern provinces, i.e. Nakhon Ratchasima, Buri Ram, Surin, Ubon Ratchathani, Si Sa Ket, and Chaiyaphum. The second group was comprised of 10 tour guides in Nakhon Ratchasima and Ubon Ratchathani. The data were collected using various forms of summary, brief, tour guide interview, and evaluation of potential and readiness of tourism products. The information obtained was analyzed using SPSS for Windows to classify types and to evaluate the potentials and readiness of the tourism products. Also, the content analysis was used to analyze tour guide interviews.

### Findings

1. It was found there were 585 tourism products in the 6 provinces of the lower Northeastern part, with highest amounts in natural products (229), historical sites, ancient remains, antiques and religious objects (219), and lowest products in cultural, traditional activities (137).

2. Only an 8 percent of tourism products was found to have high potentials; 25 percent was found to be moderate, and 67 percent was low.

In case of the readiness of the tourism products of the lower Northeastern provinces, 58 percent of the products was found to be moderate, 38 percent was found to be high, and 3 percent was low.

3. It was found that the first two tourism products needed to be developed were 1) the tourism products having high potentials but with moderate amount of readiness by emphasizing on the development of the tourism products with moderate amount of readiness, especially accommodations and environments, and 2) the tourism products with moderate potentials but with high amount readiness by emphasizing on developing the potentials of tourism products especially special activities promoting the products, and creating attractions that help attract tourists to visit.

4. The dependable strategies in creating strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries included 1) establishing connection points on tourism routes within the 6 provinces of the lower Northeastern area of the country, 2) offering information on tourism products e.g. historical sites, ancient remains, antiques and religious objects, and 3) developing proactive modern marketing to attract tourists to visit these provinces through connections with neighboring countries.

**Keyword:** Tourism Products, Potential, Readiness