

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5140035

ชื่อโครงการ : ศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการสร้างรายได้ใน
จังหวัดอุบลราชธานี

ชื่อนักวิจัย : บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข, กิติพร โชประการ, พัชรี ธานี, นวทิวา พลทอม, ปวีรวรรต สมนึก,
สุวภัทร ศรีจางแสง, รุจิรา วงษ์สามารถ, สิริรัตน์ ซอบชาย, ใจแก้ว แถมเงิน, กมลพร
นครชัยกุล, วรรัตน์ บุญแฝง, อรุณรัตน์ เสวตธรรม
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

E-mail Address : kwan224@hotmail.com, choprakarnk@hotmail.com,

pachey_t@hotmail.com, lanawapo@ubu.ac.th, khunpariwat@yahoo.com,

ajarn_tae@yahoo.com, tik_space@yahoo.co.th, chobor@hotmail.com,

kaew_2520@hotmail.com, farsang_k@hotmail.com, nuiwararat@hotmail.com,

gink_ka@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ 15 กันยายน 2551 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2553

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัด
อุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเพื่อศึกษาศักยภาพ เงื่อนไข
กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัด
อุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการ
จ้างงานและสร้างคนในท้องถิ่น และเพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่นักวิชาการ
ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และสร้าง
คนในท้องถิ่น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ
Diamond Model

ผลการวิจัยพบว่าในด้านศักยภาพนั้น ผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจต่อ
ศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุดคือ การจัดการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ
รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่

นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่มีความโดดเด่นที่สุด คือ ธุรกิจนำเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก และธุรกิจคมนาคม

ในด้านมูลค่าพบว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีรายได้มากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดประชุมสัมมนา และนิทรรศการ และด้านมูลค่าคือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในเชิงคุณค่ามากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ด้านเงื่อนไข กลไก และข้อจำกัด พบว่าภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคแรงงาน และภาคชุมชนท้องถิ่น มีเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคที่เกิด ในด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยว การจ้างงาน การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐได้แก่นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านปัจจัยการผลิต นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุปสงค์ นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านโอกาส นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านรัฐบาล

ผลการวิจัยจะนำไปสู่การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญของการตรึงคนและลดการเคลื่อนย้ายแรงงานให้ออกนอกจังหวัดอุบลราชธานี อันเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีอีกประการหนึ่ง

คำหลัก : ศักยภาพทางการท่องเที่ยว, ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว, องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว, มูลค่าทางการท่องเที่ยว, คุณค่าทางการท่องเที่ยว, แรงงานการท่องเที่ยว

ABSTRACT

Project Code : RDG5140035

Project Title : Potential, Price, and Value of Tourism Products for Income Generating for
Ubon Ratchathani Province

Investigators : Aneksuk B, Choprakarn K, Thanee P, Polthom N, Somnuek P, Sregongsang
S, Wongsamart R, Chobkhay S, Thaemnguen J, Nakhornchaikun K,
Boonfang W, Sawettham A
Ubon Ratchathani University

E-mail Address : kwan224@hotmail.com, choprakarnk@hotmail.com,
pachey_t@hotmail.com, lanawapo@ubu.ac.th, khunpariwat@yahoo.com,
ajarn_tae@yahoo.com, tik_space@yahoo.co.th, chobor@hotmail.com,
kaew_2520@hotmail.com, farsang_k@hotmail.com,
nuiwararat@hotmail.com, gink_ka@hotmail.com

Project Duration : September15, 2008 to May 31, 2010

The aims of this research were to investigate the potential of tourism products and factors related to tourism in Ubon Ratchathani province, and conditions, mechanisms, and limitations of the involved organizations: government sectors, private sectors, local people and communities in developing, managing, and promoting tourism and the creating employment opportunities in the province. The results would lead to the suggestions in terms of policy and strategy for the government sectors in order to implement appropriate plans for the locals. This research employed both quantitative and qualitative methods. The analysis technique was Diamond Model.

The results indicated that the tourism products which received the most satisfaction in terms of tourism potential in Ubon Ratchathani was MICE industry, followed by religious tourism and cultural tourism. The most satisfactory tourism activity was religious tourism,

followed by special activities and cultural tourism. In addition, the most outstanding factor of tourism in this province was tour business, followed by souvenirs and transportations.

In terms of price, it was found that the tourism products which generated the most income for the province was event tourism, followed by cultural tourism and MICE industry. The tourism products which had the most potential in terms of value was ecotourism and adventures, followed by cultural tourism, and religious tourism.

In terms of conditions, mechanism and limitations, government sectors, private sectors, scholars, non government organizations, labors and local communities experienced problems in tourism product management, tourist service, employment and job satisfaction.

Policies and strategies recommendations for the government sectors were policies and strategies on factors of condition, related and supported industries, demands, supplies, strategies, structures and competitions, opportunities, and government.

The results of the research would lead to the use of tourism as a tool to reduce the rate of labor migrations and develop tourism in Ubon Ratchathani.

Keywords : Potential of Tourism, Tourism Products, Tourism Structure, Value of Tourism, Price of Tourism, Labor of Tourism