

การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

Tourism Market Development in the Northeast : A Case Study of Southern I-SAN :
Buri Ram, Nakhon Ratchasima, Surin, Si Sa Ket and Ubon Ratchathani

เพ็ญศรี เจริญวานิช (Pensri Jaroenwanit)* บุญเลิศ เล็กสมบูรณ์ (Boonlert Leksomboon)**
ปรมรัตน์ เพ็ญนอก (Poramat Pianok)*** ชื่นจิตร์ อังวรารวงค์ (Chuenjit Aungvaravong)****

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการสำรวจภาคสนาม (Field Survey Research) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดเคยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จำนวนวันที่เดินทางโดยเฉลี่ย 1 วัน ใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ย ต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้งต่อคน วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนให้รางวัลตนเอง เดินทางในช่วงสุดสัปดาห์ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้โดยรวมและรายจังหวัด ค่อนข้างสูง และอนาคตพื้นที่อีสานใต้มีโอกาสทางการตลาดดีขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่จะได้รับความนิยมและสนใจในการท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวมาก คือโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่ควรเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนา ควรใช้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาตลาดและปรับปรุงการคมนาคมและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความสะดวก ปลอดภัย และพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคโดยรวมในระดับปานกลาง คือการขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลแนะนำนักท่องเที่ยว ขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เฉพาะทาง และขาดการสนับสนุนจากองค์กรของรัฐ จึงควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวภาครัฐ และเอกชนร่วมมือกันสนับสนุนการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดีขึ้น

Abstract

This is descriptive and field survey research study of traveling behaviors, marketing opportunities for tourism, opinions about tourism market development, and problems and obstacles to the development in Southern I-san. The sample groups were government tourism authorities, executives or representatives of private tourism agencies, and tourists. The results of the study reveal that the tourists have visited Southern I-san on an average of one day and an expenditure of less than 1,000 baht per person on one trip. The purposes of their traveling are to relax, give themselves a reward, travel on the weekend, travel by private car and eat at food shops. By and large, opportunities of tourism marketing in Southern I-san as a whole and in each province are considerably high with prospective flourishing future. The tourist destinations which are popular and very attractive to tourists are ancient places, historical sites, and natural parks. The highlights of tourist destinations in the areas should be historical sites, ancient places as well as religious sanctuaries. In terms of tourism marketing development, it can be done through advertising and public relations. Moreover, public transportation in the areas and the environment of those tourist attractions should be developed for convenience and safety reasons. Due to the problems in Southern I-san, they are moderately found on the whole. Major problems and obstacles are the lack of officers who can take care of or give advice to tourists, the lack of tourist guides of specific expertise, and the lack of support from government sectors. To some extent, it is suggested that there should be officers who can provide help and give advice to tourists; government and private sectors should cooperate and give support to tourism. Lastly, tourist destinations and public utilities should be developed.

คำสำคัญ: การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว โอกาสทางการตลาด

Keywords: Tourism Market Development; Traveling Behaviors; marketing opportunities

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ

** อาจารย์ หน่วยงานการนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ

*** อาจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการเงินและบัญชี คณะวิทยาการจัดการ

บทนำ

ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางประเทศต่างๆ ได้มีการตื่นตัวทางด้านการท่องเที่ยวและนำเอาทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น โบราณสถานที่มีอยู่มาใช้เป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศนั้นๆ อย่างมาก สำหรับประเทศไทยถือได้ว่าเพิ่งจะเริ่มพัฒนาการท่องเที่ยว ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2523) รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 48 และในช่วงของ 3 ปีแรกของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 5 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีจำนวนเฉลี่ยปีละ 25,400 ล้านบาท รายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวนี้ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การสร้างงาน การกระจายรายได้ให้กับประชากร การพัฒนาทางด้านอุปโภคและสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่กระจายออกไปสู่ทุกภูมิภาค ปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเร่งด่วนในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและได้อนุมัติจัดงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือ Amazing Thailand 1998-1999 โดยตั้งเป้าหมายว่าตลอดช่วง 2 ปีดังกล่าว จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 17 ล้านคน และจะทำรายได้เข้าประเทศได้ไม่ต่ำกว่า 60,000 ล้านบาท (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานเป็นภูมิภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่งดงามที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่อีสานใต้ นั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงทั่วโลก ได้แก่ ประสาทเขาพนมรุ้งในจังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทหินพิมายในจังหวัดนครราชสีมา และปราสาทเขาพระวิหารในเขตชายแดนไทย-เขมรในจังหวัดศรีสะเกษ แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทุก ๆ ปี จึงสามารถ

สร้างงานและสร้างรายได้เป็นจำนวนมากแก่ประชากรในพื้นที่และถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางด้านการตลาดค่อนข้างสูง (ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540)

ดังนั้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยว และเพื่อสามารถสร้างข้อได้เปรียบและสร้างสิ่งจูงใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายในพื้นที่อีสานใต้มากขึ้น รวมทั้งพัฒนาให้ตลาดการท่องเที่ยวของอีสานใต้มีการขยายตัวมากขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องมีข้อมูลที่สำคัญเพื่อใช้เป็นแนวทางและสร้างโอกาสทางการตลาดในการวางแผนดำเนินการตลาด ประกอบด้วย ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลต่างๆ ดังกล่าวนั้น หากมีวิธีการดำเนินการวิจัยอย่างถูกต้องและเป็นระบบ จะทำให้สามารถได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผนพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่อีสานใต้ให้เติบโตมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามนโยบายที่สำคัญของรัฐบาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้
- 2) เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้
- 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้
- 4) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการสำรวจภาคสนาม (Field Survey Research) กำหนดพื้นที่ในการวิจัยใน 5 จังหวัด คือ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้ ได้แบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม ตามการเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ ที่ดูแลรับผิดชอบในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี จำนวน 99 คน

2. ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว ในขอบเขตพื้นที่เดียวกันกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ จำนวน 17 คน

3. นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใน 5 จังหวัด คือ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี จำนวน 544 คน

เลือกตัวอย่างโดยใช้วิธี Quota Sampling และ Judgment Sampling ได้จำนวนตัวอย่างรวมทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 660 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและมีการตรวจสอบและทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ชุด คือ

1. แบบสอบถามสำหรับเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ

2. แบบสอบถามสำหรับผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว

3. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว
แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามต่างๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ การศึกษาขั้นสูงสุด และในส่วนของแบบสอบถามสำหรับเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐและผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว จะมีคำถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ข้อมูลของหน่วยงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของ

ผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย

1) การสัมภาษณ์ สัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มต่างๆ เพื่อทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

2) การใช้แบบสอบถาม หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วได้นำข้อมูลต่างๆ มาประกอบการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมคำถามต่างๆ ทั้งหมดที่ต้องการสอบถามซึ่งผลการรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 722 คน ได้แบบสอบถามที่มีข้อมูลคำตอบที่สมบูรณ์ครบถ้วนจำนวน 660 ชุด คิดเป็นร้อยละ 91.4

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูล โดยแยกการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล โดยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ ดังนี้ คือ

การวิเคราะห์ความถี่ร้อยละและค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งในการหาค่าเฉลี่ยจะมีการให้คะแนนสำหรับอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คือ

มากที่สุด = 5 คะแนน

มาก = 4 คะแนน

ปานกลาง = 3 คะแนน

น้อย = 2 คะแนน

น้อยที่สุด = 1 คะแนน

การวิเคราะห์ ระดับคะแนนด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วจัดระดับคะแนนโดยใช้หลักเกณฑ์ คือ

- คะแนน 4.51 - 5.00 แสดงว่า มากที่สุด
- คะแนน 3.51 - 4.50 แสดงว่า มาก
- คะแนน 2.51 - 3.50 แสดงว่า ปานกลาง
- คะแนน 1.51 - 2.50 แสดงว่า น้อย
- คะแนน 1.00 - 1.50 แสดงว่า น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.3 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 38.6 การศึกษาชั้นสูงสุดระดับอุดมศึกษา ร้อยละ 52.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 64.2 มีอาชีพ นักศึกษา,แม่บ้าน,พ่อบ้าน ร้อยละ 37.3 และรายได้ ส่วนตัวต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 50.4

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้

นักท่องเที่ยวทั้งหมดเคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จำนวนวันโดยเฉลี่ยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ 1 วัน ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวพื้นที่อีสานใต้ต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้งต่อคน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและให้รางวัลตนเอง มักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงสุดสัปดาห์ เดินทางท่องเที่ยวกับญาติและครอบครัว ส่วนใหญ่จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรมที่บ้านญาติและบ้านเพื่อน และรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ภัตตาคาร และโรงแรม

3. โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้

พบว่า มีโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในแต่ละจังหวัด (จังหวัดบุรีรัมย์ นครราชสีมา ศรีสะเกษ สุรินทร์ และอุบลราชธานี) มีโอกาสและมีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีเหตุผลส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมคือ เป็นเขตพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว

ธรรมชาติ มีประวัติศาสตร์ที่ควรแก่การศึกษาและมีศิลปวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังพบว่า แนวโน้มในอนาคตของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้จะดีขึ้น

4. ความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้

ความคิดเห็นว่า จังหวัดบุรีรัมย์, นครราชสีมา และศรีสะเกษ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ควรจะเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนา

จังหวัดสุรินทร์ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ควรจะเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม

จังหวัดอุบลราชธานี แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ควรจะเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งธรรมชาติ การบริการทางการท่องเที่ยวที่ควรพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข เป็นต้น

จังหวัดบุรีรัมย์, นครราชสีมา และสุรินทร์ ควรจะพัฒนาปรับปรุง แก้ไข สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดศรีสะเกษ ควรจะพัฒนาปรับปรุง แก้ไข การรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

จังหวัดอุบลราชธานี ควรจะพัฒนาปรับปรุง แก้ไข การคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับหน่วยงานของภาครัฐควรมีต่อวิธีการในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ เป็นต้น

จังหวัดจังหวัดบุรีรัมย์, นครราชสีมา และสุรินทร์ หน่วยงานของภาครัฐควรมีวิธีการในการที่จะพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

จังหวัดศรีสะเกษ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพที่พร้อมรับการท่องเที่ยวอยู่เสมอ

จังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น

วิธีการที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรใช้ในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้คือ คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ รองลงมาคือ มีบริการที่ได้มาตรฐาน ในราคาที่เหมาะสมและร่วมมือกับองค์กรของรัฐจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

วิธีการที่ประชาชนทั่วไปควรมีส่วนในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ คือการช่วยอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น รองลงมาคือ ให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม วิธีการที่หน่วยงานของภาครัฐจะพัฒนาตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ควรที่จะโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ และสำหรับประชาชนทั่วไปควรที่จะอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น

5. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่อีสานใต้มีนั้น ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาต่างๆ ในระดับสำคัญมาก มีเพียงบางปัญหาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดและปานกลาง ดังนี้

ปัญหาและอุปสรรคในระดับสำคัญมากที่สุด คือ ขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลแนะนำนักท่องเที่ยวและความไม่สะดวกของที่พักรับ เช่น ราคาแพง ไม่มีที่พักรับที่เพียงพอ

ปัญหาและอุปสรรคในระดับความสำคัญมาก คือ ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่างๆ ความไม่สะดวกสบายในเรื่องสถานที่

ปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง คือ ขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เฉพาะทาง ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาเรื่องที่พัก และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูง

วิธีการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ คือ ควรสร้างจิตสำนึกและให้ความรู้แก่ประชาชน ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยควบคุมดูแล ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ให้เป็นที่รู้จักให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นคือ โบราณสถานและอุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และควรเน้นถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ไม่แพง และสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวก

2. ควรมีการพัฒนา ปรับปรุง การคมนาคม และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ปลอดภัย และสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะขยายตัวในอนาคตได้ รวมทั้งคำนึงถึงคุณภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

3. ควรพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการบริการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. ภาครัฐควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ในการดูแลแนะนำนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่นในการดูแลแนะนำนักท่องเที่ยวพัฒนาทรัพยากรบุคคลทางด้านบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 2540.
โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการ
ท่องเที่ยวภาคอีสาน. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2544.
แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยว “โครงการ
ศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงาน การพัฒนา
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผน
พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9
(พ.ศ.2545-2549)”. วารสารธุรกิจท่องเที่ยว.
4 (เมษายน).

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้

สาเหตุที่ต้องการเดินทาง ท่องเที่ยว	จังหวัด											
	บุรีรัมย์		นครราชสีมา		สุรินทร์		ศรีสะเกษ		อุบลราชธานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อน	38	38.8	43	43.0	37	37.4	32	29.9	26	37.1	176	37.0
ติดต่องาน, ทำงาน	3	3.06	3	3.0	2	2.0	6	5.6	7	10.0	21	4.4
หาประสบการณ์	15	15.3	18	18.0	6	6.1	18	16.8	7	10.0	64	13.5
ทัศนศึกษา	9	9.2	9	9.0	9	9.1	21	19.6	8	11.4	56	11.7
เยี่ยมญาติ, เพื่อน	1	1.0	9	9.0	5	5.0	8	7.5	7	10.0	32	6.7
ประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวและประเพณีพื้นบ้าน	4	4.1	2	2.0	3	3.0	10	9.4	3	4.3	22	4.6
ใกล้, เดินทางสะดวก	6	6.1	13	13.0	10	10.1	10	9.4	2	2.9	41	8.6
สถานที่ท่องเที่ยวมีมากมายยังเที่ยวไม่หมด	22	22.5	3	3.0	27	27.3	2	1.8	10	14.3	64	13.5
รวม	98	20.7	100	21.1	99	20.9	107	22.5	72	14.1	476	100.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่จะได้รับความนิยมและสนใจในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด

จังหวัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	จังหวัดที่มีความคิดเห็นว่าจะได้รับความนิยมและสนใจในการท่องเที่ยว											
	บุรีรัมย์		นครราชสีมา		สุรินทร์		ศรีสะเกษ		อุบลราชธานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บุรีรัมย์	36	47.4	26	17.3	3	9.1	10	15.4	39	17.7	114	21.0
นครราชสีมา	6	7.9	82	54.7	3	9.1	2	3.1	24	10.9	117	21.5
สุรินทร์	12	15.8	19	12.7	20	60.6	10	15.4	53	24.1	114	21.0
ศรีสะเกษ	10	13.1	14	9.3	5	15.1	39	60.0	51	23.2	119	21.9
อุบลราชธานี	12	15.8	9	6.0	2	6.1	4	6.1	53	24.1	80	14.7
รวม	76	14.0	150	27.6	33	6.1	65	11.9	220	40.4	544	100.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวนตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่สามใต้

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด													
	บุรีรัมย์		นครราชสีมา		สุรินทร์		ศรีสะเกษ		อุบลราชธานี		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
อุทยานแห่งชาติ,สวนรุกขชาติ	28	5.5	31	5.8	46	8.9	39	10.2	33	7.4	177	7.4		
สวนสัตว์	82	16.1	12	2.3	8	1.5	9	2.4	13	2.9	124	5.2		
ภูเขา, แม่น้ำ, น้ำตก, ถ้ำ, เกาะ	85	16.7	103	19.4	93	18.1	6	1.6	85	19.1	372	15.6		
แก่ง, แหล่งน้ำจัดธรรมชาติ														
เขื่อน, อ่างเก็บน้ำ	23	4.5	18	3.4	19	3.7	19	5.0	28	6.3	107	4.5		
วัด, ศาสนสถาน	10	2.0	13	2.4	27	5.5	15	3.9	22	5.0	87	3.7		
โบราณสถาน,	93	18.3	91	17.1	80	15.5	80	21.0	56	12.6	400	16.8		
อุทยานประวัติศาสตร์														
อุทยานประวัติศาสตร์	10	2.0	33	6.2	20	3.9	31	8.2	34	7.7	128	5.4		
พิพิธภัณฑ์สถาน	9	1.8	11	2.1	9	1.7	10	2.6	16	3.6	55	2.3		
อนุสาวรีย์, อนุสรณ์สถาน	56	11.0	65	12.2	64	12.4	44	11.6	44	9.9	273	11.5		
งานประเพณี	17	3.3	41	7.7	37	7.2	28	7.4	32	7.2	155	6.5		
การแสดงศิลปวัฒนธรรม	8	1.6	9	1.7	8	1.5	9	2.4	11	2.5	45	1.9		
กีฬา	13	2.5	16	3.0	5	1.0	9	2.4	12	2.7	55	2.3		
แหล่งบันเทิง, ตัวเมือง	17	3.3	18	3.4	20	3.9	14	3.7	11	2.5	80	3.4		
แหล่งช้อปปิ้ง, ศูนย์การค้า	14	2.8	14	2.6	20	3.9	18	4.7	15	3.4	81	3.4		
สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของ ชนบทท้องถิ่น														
สวน, ไร่, นา, ฟาร์ม	20	3.9	19	3.6	15	2.9	12	3.2	11	2.5	77	3.2		
สินค้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์	24	4.7	38	7.1	43	8.4	37	9.7	21	4.7	163	6.9		
กิจกรรมพื้นบ้าน, บ้านขยายของ ที่ระลึก														
รวม	509	21.4	532	22.3	514	21.6	380	16.0	444	18.6	2,379	100.0		
			6			6				6		0		

หมายเหตุ: ผลไปตรงกับค่า 1 ค่าเดิม

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของ
ท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้

จังหวัดของผู้ตอบ แบบสอบถาม	กลุ่มผู้ตอบ	ความคิดเห็น									
		มีโอกาส		ไม่มีโอกาส		ไม่แน่ใจ		รวม			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บุรีรัมย์	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	19	95.0	-	0.0	1	5.0	20	14.6		
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำ ธุรกิจนำเที่ยว	2	66.7	-	0.0	1	33.3	3	2.2		
	-นักท่องเที่ยว	90	78.9	4	3.5	20	17.6	114	83.2		
	รวม	111	81.0	4	2.9	22	16.1	137	100.0		
นครราชสีมา	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	16	94.1	-	0.0	1	5.8	17	12.3		
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำ ธุรกิจนำเที่ยว	3	75.0	-	0.0	1	25.0	4	2.9		
	-นักท่องเที่ยว	101	86.3	1	0.9	15	12.8	117	84.8		
	รวม	120	87.0	1	0.7	17	12.3	138	100.0		
ศรีสะเกษ	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	20	95.2	-	0.0	1	4.8	21	14.5		
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำ ธุรกิจนำเที่ยว	1	100.0	-	0.0	-	0.0	1	0.6		
	-นักท่องเที่ยว	94	82.5	4	3.5	16	14.0	114	83.8		
	รวม	115	84.6	4	2.9	17	12.5	136	100.0		
สุรินทร์	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	25	80.7	1	3.2	5	16.1	31	20.7		
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำ ธุรกิจนำเที่ยว	-	0.0	-	0.0	-	0.0	-	0.0		
	-นักท่องเที่ยว	100	84.0	-	0.0	19	16.0	119	79.3		
	รวม	125	83.3	1	0.7	24	16.0	150	100.0		
อุบลราชธานี	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	10	100.0	-	0.0	-	0.0	10	10.1		
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำ ธุรกิจนำเที่ยว	-	0.0	-	0.0	9	100.0	9	9.1		
	-นักท่องเที่ยว	64	80.0	2	2.5	14	17.5	80	80.8		
	รวม	74	74.8	2	2.0	23	23.2	99	100.0		
	รวม	545	82.6	12	1.8	103	15.6	660	100.0		

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจะเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

จังหวัด	ผู้ตอบแบบสอบถาม	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ควรเป็นจุดเด่น										รวม	
		แหล่งธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์, โบราณสถาน, ศาสนา	ศิลปวัฒนธรรม, ประเพณีและกิจกรม	แหล่งติดต่อกาย	อื่นๆ	รวม						
บุรีรัมย์	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	2	10.0	9	45.0	1	5.0	8	40.0	-	0.0	20	14.6
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว	-	0.0	2	66.7	1	33.3	-	0.0	-	0.0	3	2.2
	-นักท่องเที่ยว	23	20.0	69	60.5	21	18.4	-	0.0	1	0.9	114	83.2
	รวม	25	18.3	80	58.4	23	16.8	8	5.8	1	0.7	137	100.0
นครราชสีมา	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	4	23.5	4	23.5	1	5.9	8	47.1	-	0.0	17	12.3
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว	-	0.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0	-	0.0	4	2.9
	-นักท่องเที่ยว	40	34.2	52	44.4	23	19.7	-	0.0	2	1.7	117	84.8
	รวม	44	31.9	57	41.3	25	18.1	10	7.3	2	1.4	138	100.0
สุรินทร์	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	-	0.0	6	28.6	11	52.4	2	9.5	2	9.5	21	15.5
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว	-	0.0	-	0.0	1	100.0	-	0.0	-	0.0	1	0.7
	-นักท่องเที่ยว	24	21.0	37	32.5	50	43.8	2	1.8	1	0.9	114	83.8
	รวม	24	17.7	43	31.6	62	45.6	4	2.9	3	2.2	136	100.0
ศรีสะเกษ	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	5	16.1	16	51.6	2	6.5	8	25.8	-	0.0	31	20.7
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว	-	0.0	-	0.0	-	0.0	-	0.0	-	0.0	0	0.0
	-นักท่องเที่ยว	26	21.8	63	52.9	21	17.6	-	0.0	9	7.7	119	79.3
	รวม	31	20.7	79	52.7	23	15.3	8	5.3	9	6.0	150	100.0
อุบลราชธานี	-เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในหน่วยงานของภาครัฐ	8	80.9	1	10.0	1	10.0	-	0.0	-	0.0	10	10.1
	-ผู้บริหารหรือตัวแทนของสถานประกอบการที่ทำธุรกิจนำเที่ยว	9	100.0	-	0.0	-	0.0	-	0.0	-	0.0	9	9.1
	-นักท่องเที่ยว	31	38.8	22	27.5	24	30.0	-	0.0	3	3.6	80	60.8
	รวม	48	48.5	23	23.2	25	25.3	-	0.0	3	3.0	99	100.0
	รวม	172	26.1	282	42.7	158	23.9	30	4.6	18	2.7	660	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ แหล่งช้อปปิ้ง, แหล่งศึกษาค้นคว้า, สถานที่พักผ่อน

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาด	จังหวัด										รวม	ระดับของปัญหาและอุปสรรค
	บุรีรัมย์		นครราชสีมา		สุรินทร์		ศรีสะเกษ		อุบลราชธานี			
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
ขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแล, แนะนำแก่นักท่องเที่ยว	3.65	0.88	3.77	0.83	3.65	1.00	3.57	1.01	2.15	1.13	3.44	ปานกลาง
ขาดมีคู่มือการท่องเที่ยวที่มีความรู้เฉพาะทาง	3.67	0.92	3.70	0.87	3.64	1.10	3.56	1.15	2.23	1.08	3.43	ปานกลาง
ขาดการสนับสนุนจากองค์กรของรัฐ, ททท.	3.58	0.93	3.62	0.96	3.47	1.25	3.40	1.14	2.36	1.14	3.35	ปานกลาง
ขาดความร่วมมือในการรับผิดชอบจากองค์กรท้องถิ่นและคนทั่วไปท้องถิ่น	3.40	1.01	3.63	0.40	3.54	1.15	3.36	1.04	2.38	1.13	3.32	ปานกลาง
ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่างๆ	3.26	0.89	3.62	0.94	3.75	0.93	3.29	1.20	2.53	1.17	3.34	ปานกลาง
การเดินทางไม่สะดวกสบาย เช่น ถนนไม่ดี, กั้นดง	3.33	1.03	3.39	1.04	3.43	1.02	3.19	1.21	2.73	1.17	3.24	ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางมีราคาสูง	3.34	0.96	3.60	0.97	3.15	0.99	3.03	1.14	2.73	1.06	3.20	ปานกลาง
ความไม่สะดวกของที่พัก เช่น ราคาแพง, โน้ทีขาด	3.38	0.87	3.68	0.94	3.38	1.18	3.14	1.21	2.60	1.06	3.28	ปานกลาง
ระยะทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ห่างกันเกินไป	3.37	0.95	3.62	0.94	3.47	1.04	3.35	1.16	2.46	1.21	3.31	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวไม่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวและไม่สวยงาม	3.06	1.15	3.25	1.03	3.13	1.09	2.66	1.09	2.73	1.31	2.98	ปานกลาง
สภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว เช่น แดดร้อน ฝนตกชุก	3.02	1.06	3.26	1.01	3.16	1.02	3.05	1.20	2.96	1.21	3.10	ปานกลาง
ปัญหาของอาหาร, เครื่องดื่ม เช่น บริการเฉพาะอาหารท้องถิ่นไม่สะอาด, ราคามอาหารที่จำกัด	3.33	0.98	3.48	1.07	3.32	0.92	2.98	1.25	2.30	1.14	3.13	ปานกลาง
ความไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยว เช่น อาชญากรรม ไรภคภัย และอุบัติเหตุ	3.21	1.14	3.52	1.02	3.10	1.21	2.88	1.15	2.56	1.20	3.09	ปานกลาง
นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจวัฒนธรรม, ความเชื่อท้องถิ่น	3.18	1.02	3.43	0.99	3.12	1.01	2.80	1.14	2.55	1.12	3.05	ปานกลาง
การผูกเอาความเปรียบจากภูมิประเทศสถานที่ท่องเที่ยว	3.28	1.05	3.70	1.05	3.23	1.16	2.90	1.15	2.43	1.24	3.15	ปานกลาง
รวม	3.14	0.45	3.34	0.54	3.17	0.46	2.96	0.65	2.38	0.71	3.00	ปานกลาง