

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม
ชื่อนักศึกษา	อุบลรัตน์ จำนงสุข
รหัสประจำตัว	57B53330114
ปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ พลเอก ดร.เกษมชาติ นเรศเสนีย์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม 2) ศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับกลยุทธ์การจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม และ 4) เสนอกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมของจังหวัดมหาสารคาม โดยศึกษาเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาร์โร ยามาเน่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติที ค่าสถิติเอฟ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1) กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสร้างเครือข่าย อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการสร้างจิตสำนึก การส่งเสริมกิจกรรมการตลาด และด้านการวัดและประเมินผล ตามลำดับ

2) กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในด้านการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม

3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกทุกด้าน เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ($r = 0.543$) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ($r = 0.540$) ด้านการเสริมสร้างภูมิปัญญาท้องถิ่น ($r = 0.534$) ด้านการสืบสานวัฒนธรรม ($r = 0.494$) และด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ($r = 0.480$) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม รายด้านทุกด้าน ได้แก่ การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมกิจกรรมการตลาด การสร้างจิตสำนึก และการวัดผลและประเมินผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมของจังหวัดมหาสารคามที่เหมาะสมประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ (1) การส่งเสริมกิจกรรมการตลาด โดยควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ได้แก่ การเผยแพร่ผ่านแผ่นพับ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผ่านทางเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (2) การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยควรสร้างจิตสำนึกให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการรักษาสภาพแวดล้อมและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และควรมีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าชมพื้นที่

ที่เหมาะสมตามตลอดจนช่วงเวลาของวัน หรือฤดูกาล และ (3) การสร้างภาพลักษณ์ โดยสร้างสัญลักษณ์
ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้มีความแตกต่างที่โดดเด่นจนสามารถสร้างความผูกพันกับนักท่องเที่ยว
และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ : กลยุทธ์การท่องเที่ยว



GRAD VRU

Independent Study Title	Strategy for Cultural Tourism in Maha Sarakham Province
Student	Ubonrat Jumnongsuk
Student ID	57B53330114
Degree	Master of Public Administration
Field of Study	Public Administration
Independent Study Advisor	General Dr.Kasemchart Naressenie

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the strategy for cultural tourism in Maha Sarakham province, 2) study the strategy for cultural tourism in Maha Sarakham province classified by personal factors, 3) study the relationship between the factors related to cultural tourism and the strategy for cultural tourism in Maha Sarakham province, and 4) propose appropriate changes to the strategy for cultural tourism in Maha Sarakham province. This research was conducted by studying a sample of 400 people. The sample size was calculated using Taro Yamane's formula. A questionnaire was used to collect the data. The statistics used for data analysis consisted of percentage, mean, standard deviation, and the hypothesis was tested by t-test, F-test and Pearson's product moment correlation coefficient.

The research results showed that:

1) The strategy for cultural tourism in Maha Sarakham province was, overall, at a high level. Considering each aspect individually, it was found that networking creating was the highest, followed by awareness promoting, marketing activities, and measurement and evaluation, respectively.

2) The study of the strategy for cultural tourism classified by personal factors revealed that the factors gender, age, status, education level, occupation and monthly income produced no differences in the cultural tourism strategy in Maha Sarakham province.

3) The cultural tourism factors in Maha Sarakham province had positive relationships with the cultural tourism strategy. Ranking them from the highest to the lowest relationship, they were the aspects of image creation ($r = 0.543$), support from the government ($r = 0.540$), local wisdom promotion ($r = 0.534$), cultural preservation ($r = 0.494$), and tourist place conservation ($r = 0.480$). All of these factors had relationships with the strategy for cultural tourism of Maha Sarakham province for all of the aspects which consisted of networking promoting, marketing activities, creating awareness and measurement and evaluation at the level of statistical significance of 0.05.

4) The proposed appropriate changes to the strategy for cultural tourism in Maha Sarakham province consisted of 3 different approaches: (1) approach to promote marketing activities by continuously and regularly promoting them with published leaflets, electronic media and through the website of the Tourism Authority of Thailand, (2) approach for the conservation of tourist attractions by creating awareness about the preservation of tourist places and tourism regeneration and defining the proper time of the day or season and appropriate areas for visitors, and (3) approach for image creation by creating an eminent brand of tourist attractions with distinct differences to bring about concrete commitments from the tourists and create lasting impressions on them.

Keywords: Strategy for Cultural Tourism



GRAD VRU