

ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

Appropriate Tourism Factors for International Tourist : A Case Study of Kalasin Province

ฟังก์เกียรติ มหิพันธ์¹ มยุรดา ประทุมรัตน์¹ และกฤษฎณ์ ศรทัตต์¹

Received: July, 2015; Accepted: September, 2015

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ งานวิจัยนี้ใช้การเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งเชิงปริมาณนั้นใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 323 คน และเชิงคุณภาพนั้นใช้การสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 7 บริษัท ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ปัจจัยด้านราคาสินค้า ค่าครองชีพที่ไม่แพง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีความพึงพอใจในภาพรวมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ข้างต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านการต้อนรับและความเป็นกันเองของคนในท้องถิ่นเช่นกัน ด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น จะต้องประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตให้มาก เพราะเป็นสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักจังหวัดกาฬสินธุ์มากที่สุด และมีประสิทธิภาพที่สุดในทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากนี้จะต้องเน้นการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

¹ คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

E-mail: fungkiat@gmail.com

ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์มากที่สุดและมีอัตราส่วนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ; ปัจจัยทางการท่องเที่ยว; ปัจจัยที่มีอิทธิพล; ส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to study factors influencing international tourist decision making to visit Kalasin Province and appropriate methods to promote Kalasin tourism to international target tourists. Data collection was carried out by using both qualitative and quantitative research methods. The questionnaire was conducted with international tourists who visited Kalasin Province, totally 323 people and semi-structured interview was conducted with tour operators in Kalasin Province, totally 7 companies. The findings indicated factor influencing International tourist decision making to visit Kalasin Province was inexpensive cost of living. Furthermore, International tourist also satisfied in overall Kalasin tourism image especially very satisfied in tourism products and services and hospitalities of local people. In terms of appropriate methods to promote Kalasin tourism to international target tourists, Internet should be made to promote Kalasin tourism because it was a channel that international tourist recognized Kalasin Province and most effective media in their mind. Moreover, emphasizing marketing promotion to Norwegian tourist was advantage because the number of Norwegian tourist visited Thailand was increasing every year.

Keywords: International Tourist; Tourism Factors; Influencing Factors; Tourism Promotion

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยและประเทศทั่วโลกเป็นอย่างมาก ในปัจจุบันมีการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 1,000 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,400 ล้านคน ในปี 2020 จากการคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2007) ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างต่อเนื่องจากความต้องการการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำนวนมากทั่วโลก ด้วยลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่การลงทุนด้านการก่อสร้างน้อย แต่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นทุนในการสร้างรายได้ในทันที ฉะนั้นประเทศไทยจึงเป็นอีกเป้าหมายหนึ่งทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก ด้วยสภาพความแตกต่างและหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น ความหลากหลายของชนเผ่า ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์

และความมีน้ำใจของคนไทย จึงเป็นเอกลักษณ์และเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาเที่ยวชม ศึกษา เรียนรู้ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ความหลากหลายทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้กระจายอยู่ในแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศ ได้แก่ ภาคเหนือมีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม ภูเขา ป่าไม้ ภาคใต้มีเสน่ห์ที่โดดเด่นด้านทะเล ทาดทราย แนวปะการัง ภาคกลางมีความสวยงามของสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม จิตรกรรม ที่เป็นมรดกล้ำค่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอารยธรรมที่หลากหลาย มากมายด้วยชนเผ่า และจารีตประเพณี เป็นต้น ความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้กระจายความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวออกไปในแต่ละภูมิภาค แต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างงาน การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างมหาศาล

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม ความแตกต่างและหลากหลายของชาติพันธุ์ มีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางธรณีวิทยาที่สำคัญ แต่ทว่าความหลากหลายของปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดกลับสวนทางกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์นั้นมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับจังหวัดข้างเคียงซึ่งมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายคลึงกัน

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (คน)

ปี	กาฬสินธุ์	ขอนแก่น	สาร์คาม	ร้อยเอ็ด	สกลนคร
พ.ศ. 2555	1,566	37,329	4,749	2,093	2,509
พ.ศ. 2554	1,124	33,666	4,763	2,195	2,532

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์มีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับจังหวัดข้างเคียงที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน และตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรม เกสเฮาส์ และรีสอร์ทในจังหวัดกาฬสินธุ์มีจำนวนน้อยมากเช่นกันเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดข้างเคียง

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรม เกสเฮาส์ รีสอร์ท (คน)

ปี	กาฬสินธุ์	ขอนแก่น	สาร์คาม	ร้อยเอ็ด	สกลนคร
พ.ศ. 2555	661	2,4482	3,821	1,632	2,366
พ.ศ. 2554	742	23,667	3,300	1,509	2,244
พ.ศ. 2553	656	31,924	3,461	2,424	1,051
พ.ศ. 2552	180	6,791	374	853	279

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นต้องศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ แบ่งเป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ซึ่งมีความสำคัญเหนือการตอบสนองของแต่ละบุคคลที่มีวัตถุประสงค์และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค คือปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อมกับผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม บุคคล และจิตวิทยาของผู้บริโภค (พิมพิพร, 2546) วีรยุทธ์ เกื้อกิม (วีรยุทธ์, 2547) กล่าวว่าปัจจัยจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ปัจจัยจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยจูงใจที่เกิดจากการรับรู้ข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแล้วแต่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สุรัญญา ทรงหอม (สุรัญญา, 2554) กล่าวว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการท่องเที่ยวโดยรวมและความสำคัญมากที่สุด 4 ด้าน คือด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน และความสำคัญที่รองลงมาคือ ด้านความคุ้มค่าเงิน และการคมนาคมขนส่ง กิริติ ตรีการศิริวานิช (กิริติ, 2555) ได้อธิบายในมุมมองที่แตกต่างของปัจจัยที่ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีนที่ตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเพราะภาพลักษณ์ทางการค้า แหล่งข้อมูลทางการค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และแหล่งข้อมูลที่ไม่หวังผลทางการค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด และช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างความเข้าใจระหว่างนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้ศึกษาถึงการแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (บุญเลิศ, 2555) ให้คำจำกัดความพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทยไม่ได้พึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงอย่างเดียว นักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นเป็นแหล่งรายได้สำคัญที่จะสร้างความมั่นคงให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้งคือ การสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยบริการที่มีคุณภาพ และผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจและยอมรับถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติโดยไม่ยกเอาวัฒนธรรมของตนเองเป็นที่ตั้ง (สุวีร์ณัสชัย, 2555)

ด้านการศึกษการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ศึกษาถึงการสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความพิเศษ สามารถกระตุ้น สร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งการส่งเสริม (Promotion) นั้นเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่สำคัญ เป็นทฤษฎีที่นักวิจัยยอมรับในวงกว้าง นิศา ชัชกุล (นิศา, 2555) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดหรือการจัดการสื่อสารทางการตลาด เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยผู้ผลิตแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ราคา

สถานที่จัดจำหน่าย ฯลฯ ถ้าผู้ประกอบการรับรู้ให้ความสนใจและเชื่อถือข่าวสารนั้น ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้น การจะสร้างโอกาสเพื่อแบ่งส่วนตลาดและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ให้มากขึ้นนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ 2) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Research Method) ประกอบด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ใช้การสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็นประชากรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ และประชากรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การคำนวณโดยการใส่สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G.cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ได้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 323 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ระหว่างเดือนเมษายน - กรกฎาคม พ.ศ. 2557 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างการวิจัยบนพื้นฐานของความต้องการสัมภาษณ์คนที่มีความเกี่ยวข้องกับคำถามของงานวิจัยหรือมีความรู้ความสามารถตอบคำถามงานวิจัยได้ ผู้วิจัยได้เลือกประชากรซึ่งเป็นเจ้าของหรือตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ทั้งหมด จำนวน 7 บริษัท ตามจำนวนบริษัทจัดนำเที่ยวที่ได้ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา

งานวิจัยนี้ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) แบบสอบถามใช้ในการได้มาซึ่งข้อมูลลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

2) การสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างนำมาใช้เพื่อสัมภาษณ์เจ้าของหรือตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งการสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยได้เตรียมแบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1) สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) สำหรับการหาค่าอำนาจจำแนกใช้ Item - Total Correlation

2) สถิติพื้นฐานใช้การหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง นำเสนอข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) สถิติทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติ t - test และวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่ากลางระหว่างประชากรโดยการวิเคราะห์ผ่านค่าความแปรปรวนใช้สถิติ Analysis of Variance (ANOVA)

ผลการวิจัย

ผลการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ส่วนใหญ่ คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.80 ที่เหลือคือเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 41.20 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.10 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30 - 39 ปี และอายุเกิน 60 ปี มีอัตราส่วนที่เท่า ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 16.70 ที่เหลือคืออายุต่ำกว่า 20 ปี อายุระหว่าง 40 - 49 ปี และ 50 - 59 ปี รวมกันคิดเป็นร้อยละ 32.50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาคือ กลุ่มโสด คิดเป็นร้อยละ 41.50 และหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 3.70 นับถือศาสนาคริสต์ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือกลุ่มนับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 44.80 และศาสนาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.20 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.10 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 22.30 และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 13.60 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 51.10 รองลงมาคือ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 16.7 ใกล้เคียงกับกลุ่มนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 14.90 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 12.40 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ส่วนใหญ่เป็นชาวนอร์เวย์ (Norwegian) คิดเป็นร้อยละ 14.50 รองลงมาคือ ชาวเวียดนาม (Vietnamese) คิดเป็นร้อยละ 11 และชาวญี่ปุ่น (Japanese) คิดเป็นร้อยละ 8.50 ใกล้เคียงกับชาวอเมริกา (American) คิดเป็นร้อยละ 8.25

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 76.50 นอกจากนั้นกลับมาเที่ยวอีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.50 ส่วนใหญ่รู้จักจังหวัดกาฬสินธุ์จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 55.40 รองลงมาคือ รู้จักจากครอบครัวและญาติ คิดเป็นร้อยละ 22.90 ใกล้เคียงกับการรู้จักจากนิตยสารและเอกสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 18.60 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ 4 - 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 40.60 รองลงมาคือ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 27.90 ส่วนใหญ่พักแรมอยู่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ คิดเป็นร้อยละ 74 นอกจากนั้นเดินทางต่อไปต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 26 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินต่อวันต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาคือวันละ 1,001 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.10 และนิยมซื้อสินค้าของ

ที่ระลึกจำพวกสินค้ากลุ่มผ้าท้องถิ่น ผ้าไหม เสื้อ หมอน คิดเป็นร้อยละ 50.20 ซึ่งมีปริมาณใกล้เคียงกับสินค้ากลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน จักสาน ทำมือ คิดเป็นร้อยละ 46.20 ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เขื่อนลำปาว คิดเป็นร้อยละ 97 รองลงมาคือ สวนสละออนคิดเป็นร้อยละ 5.60 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ พิพิธภัณฑ์สิรินธรคิดเป็นร้อยละ 94.40 นอกจากนั้นคือ รอยเท้าไดโนเสาร์ วนอุทยานภูแฝกคิดเป็นร้อยละ 2.50 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ พุทธสถานภูสิงห์คิดเป็นร้อยละ 43.70 ใกล้เคียงกับวัดพุทธนิมิตร ภูคำว คิดเป็นร้อยละ 41.80 และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เมืองฟ้าแดดสูงยางคิดเป็นร้อยละ 16.40 ใกล้เคียงกับพระธาตุยาคูคิดเป็นร้อยละ 15.80

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ คือ ราคาสินค้า ค่าครองชีพไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 22.30 และการโฆษณาประชาสัมพันธ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีค่าร้อยละเท่ากันที่ 14.90 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมมีความพึงพอใจภาพรวมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 และผลรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 รองลงมาคือ ได้รับการต้อนรับและความเป็นกันเองจากคนในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านการสื่อสารกับคนท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 อาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 ที่พัก (โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์ อพาร์ทเมนต์) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14 สินค้าของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11 โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 ความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 และสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96 และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวสาธารณะ มีคคฤเทศก์นำเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 ป้ายสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 บริษัททัวร์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39

การส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ในประเทศที่ตนอยู่ คิดเป็นร้อยละ 73.20 นอกจากนั้นได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 26.80 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ในต่างประเทศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 39.20 เท่ากับการรู้จักผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ รู้จักผ่านโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 16 และงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 5.60 ตามลำดับในประเทศไทยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 65.3 นอกจากนั้นได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 34.70 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ในประเทศไทยผ่านสื่อโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 24.10 และงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 16.40 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่า

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมาคือ งานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19 และนิตยสารคิดเป็นร้อยละ 15.30 และสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแนะนำให้สร้างขึ้น ในจังหวัดกาฬสินธุ์ คือ สวนน้ำคิดเป็นร้อยละ 16.10 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้าคิดเป็นร้อยละ 13.50 และพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านคิดเป็นร้อยละ 12.40 ตามลำดับ

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์นั้น ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ กิ่งโครงสร้างกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา จำนวน 7 บริษัท โดยผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ตรงประเด็นและสามารถตอบวัตถุประสงค์งานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์มีดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งหมดให้บริการจัดนำเที่ยวแบบ Domestic Tourism กล่าวคือ พานักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวเฉพาะภายในประเทศ และแบบ Outbound Tourism กล่าวคือ พานักท่องเที่ยวชาวไทยออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยการให้บริการจัดนำเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในจังหวัดกาฬสินธุ์นั้น ส่วนใหญ่แล้วสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดนำเที่ยว ไม่ได้อยู่ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ แต่จะเป็นการพานักท่องเที่ยวที่พำนักอาศัยอยู่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ออกไปเที่ยว ยังต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไม่มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ หรือภาษาต่างประเทศใด ที่ใช้ประชาสัมพันธ์บริษัทหรือแม้แต่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ มีบ้างเพียงแค่อีเมลประชาสัมพันธ์ของบริษัททัวร์อื่นที่เป็นเครือข่าย แต่ก็ยังเป็นข้อมูลประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ไม่ใช่จังหวัดกาฬสินธุ์ หรือแม้แต่ที่เป็นภาษาไทยก็เป็นโปรแกรมทัวร์ที่เป็น ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งไม่มีโปรแกรมทัวร์ที่เป็นของจังหวัด กาฬสินธุ์ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่มีแผนที่จะขยายกลุ่มลูกค้ามายังกลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน แต่ทว่าการมีข้อจำกัดด้านบุคลากรที่มีความสามารถ ด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ เช่น พนักงานในบริษัทหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ จึงไม่สามารถ ดำเนินการได้ ประกอบกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศทำให้ยังไม่จำเป็นที่จะขยายกลุ่มตลาดในตอนนี้ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว คือ พิพิธภัณฑ์สิรินธร วัดพุทธนิมิต พุทธสถานภูสิงห์ เขื่อนลำปาว และพระธาตุยาคู แต่ทว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ข้อมูล ตรงกันว่า สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ยังไม่มีที่น่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ได้เป็นจำนวนมาก หากจะมีเพียงจำนวนน้อยที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมเท่านั้น ในทัศนะของผู้ประกอบการสาขาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดกาฬสินธุ์จำนวนน้อยน่าจะมาจากสาเหตุหลัก ๆ ดังนี้

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้
- 2) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีน้อย จึงทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เฉพาะกลุ่ม
- 3) ไม่มีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ที่ให้บริการจัดนำเที่ยว แบบ Inbound Tourism คือ พานักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 4) ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ให้เป็นที่รู้จัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5) ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการท่องเที่ยวใดที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ควรพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัยแตกต่างกัน ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้

1) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น จึงจำเป็นต้องให้เกิดความสะดวกต่อคนเหล่านี้ให้มาก เช่น ระบบขนส่งสาธารณะที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เป็นภาษาอังกฤษสามารถให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าใจง่าย ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภาษาอังกฤษที่ง่ายต่อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

2) ปัจจัยด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว เมื่อมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์มากขึ้นก็ควรจะมีภาคีภาษาอังกฤษที่คอยให้บริการนำเที่ยว หรือ การพัฒนาภาษาอังกฤษให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

3) ปัจจัยด้านบริษัททัวร์ อยากให้มีบริษัททัวร์ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ที่ให้บริการจัดนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยให้มีโปรแกรมท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นหลัก

4) ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อยากให้หน่วยงานภาครัฐช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ด้านการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากกว่านี้ โดยเฉพาะโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ

5) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว อยากให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม ไม่ใช่เพียงกลุ่มที่สนใจด้านวัฒนธรรมเท่านั้น

การอภิปรายผล

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ “ปัจจัยด้านราคาสินค้า ค่าครองชีพที่ไม่แพง” ส่งผลให้การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น ความคุ้มค่า เงินนับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญทางการท่องเที่ยวโดยรวม (สุรัญญา, 2554) ความคุ้มค่าเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงเป็นอันดับต้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตแล้วนำมาเปรียบเทียบด้านราคา และการส่งเสริมการขาย การค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีข้อได้เปรียบในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนมากขึ้น และปัจจัยอื่นรองลงมาคือ “ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว” กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ เพราะอยากมาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นจังหวัดกาฬสินธุ์ เนื่องจากภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นปัจจัยรองที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจภาพรวมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้าน “ราคาสินค้าและบริการ” ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ “ปัจจัยด้านราคาสินค้า ค่าครองชีพที่ไม่แพง” ชำคัน จะเห็นได้ว่าความคุ้มค่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ต่างจากคนไทย การที่จังหวัดกาฬสินธุ์มีอัตราค่าครองชีพที่ไม่สูง ถือเป็นข้อดีที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ได้ นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้าน “การต้อนรับและความเป็นกันเองจากคนในท้องถิ่น” ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการชำคัน เนื่องจากคนท้องถิ่นจังหวัดกาฬสินธุ์นั้น เป็นคนมีน้ำใจไมตรี นิยมต้อนรับขับสู้แขกหรือญาติมิตรเป็นอย่างดี เมื่อมีนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติด้วยแล้ว ยิ่งต้อนรับขับสู้ด้วยความเป็นกันเองเปรียบเสมือนการมอบการบริการที่ดีที่สุดให้กับแขกผู้มาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพพร ยิ่งยง (พิมพพร, 2546) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค คือปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อมกับ ผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม บุคคล และจิตวิทยาของผู้บริโภคนั่นเอง

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์พบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในภาพรวมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์อย่างไม่มี ความแตกต่างกัน นั้นหมายความว่า จังหวัดกาฬสินธุ์มีปัจจัยทางการท่องเที่ยว โดยภาพรวมเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งเพศชายและเพศหญิง และเมื่อการเปรียบเทียบความต่างของอายุที่มีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์พบว่า กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์มากกว่ากลุ่มอายุอื่น นั้นหมายความว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สอดคล้องกับข้อมูลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในสินค้าของที่ระลึกของจังหวัดกาฬสินธุ์พบว่า กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจในสินค้าของที่ระลึกของจังหวัดกาฬสินธุ์มากกว่ากลุ่มอายุอื่น นั้นหมายความว่า สินค้าของที่ระลึกของจังหวัดกาฬสินธุ์นั้นมีความเหมาะสมและถูกใจกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อย นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงอายุ ได้แก่ กลุ่มอายุ 50 - 59 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี ยังมีความพึงพอใจโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดกาฬสินธุ์มากกว่ากลุ่มอายุอื่น กล่าวคือ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดกาฬสินธุ์ในปัจจุบันสามารถรองรับและตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มสูงอายุได้ และเช่นกันกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพอใจกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของจังหวัดกาฬสินธุ์ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของจังหวัดกาฬสินธุ์หากต้องเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ (วีรยุทธ์, 2547)

จากการอภิปรายผลข้างต้นจะเห็นได้ชัดเจนว่า ปัจจัยทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งมีความสอดคล้องกับบริบทของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม มีความสงบ ผู้คนมีน้ำใจและมีมิตรไมตรีช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และมีความเรียบง่ายในการดำเนินชีวิต

ด้านแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากผลการวิจัยลักษณะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ส่วนใหญ่เป็นชาวนอร์เวย์ (Norwegian) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์มีความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นจำนวนมากที่สุด ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอัตราส่วนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี ดังตารางที่ 3 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งหน่วยงานผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสามารถเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังประเทศดังกล่าวได้หลากหลายสื่อ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากขึ้น นอกจากนี้ เรายังต้องโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังประเทศเวียดนามและญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นจำนวนมากรองลงมา

ตารางที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวนอร์เวย์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พ.ศ. 2553 - 2556

ประเทศ	2553	2554	2555	2556
นอร์เวย์	132,108	136,931	148,796	155,198

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557

จากผลการวิจัยการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ส่วนใหญ่รู้จักจังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านสื่อ “อินเทอร์เน็ต” กล่าวคือ อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อสำคัญที่ช่วยประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกเป็นอย่างดี และเป็นสื่อที่ใช้ในการทำการตลาดโดยตรง ลูกค้านำสามารถสืบค้นข้อมูลและติดต่อประสานงานได้ง่าย และในขณะที่อยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติมักได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านสื่อ “โบรชัวร์” กล่าวคือ ตลอดช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาศัยอยู่ในประเทศไทย โบรชัวร์เกี่ยวกับจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นสื่อที่ได้รับมากที่สุด อาจเป็นเพราะเป็นสื่อที่นำเอาข้อมูลสำคัญของจังหวัดมาย่อไว้ในกระดาษแผ่นเดียว ผลิตง่าย ราคาถูก และสามารถหยิบพกพาติดตัวไปได้ง่าย จึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมที่จะศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านแผ่นพับขนาดกะทัดรัดเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม ในทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาตินั้นคิดว่า “อินเทอร์เน็ต” เป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมาคือ “งานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว” และ “นิตยสารทางการท่องเที่ยว” ตามลำดับ ซึ่งก็สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวข้างต้นที่รู้จักจังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด

นอกจากนั้นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติแนะนำให้สร้างขึ้นในจังหวัดกาฬสินธุ์คือ สวนน้ำ รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า และพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถสะท้อนถึงความต้องการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อยากให้เกิดขึ้นในจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดมากยิ่งขึ้น

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ปัจจัยด้านราคาสินค้า ค่าครองชีพที่ไม่แพง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีความพึงพอใจในภาพรวมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ข้างต้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านการต้อนรับและความเป็นกันเองของคนในท้องถิ่นเช่นกัน ด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น จะต้องประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตให้มาก เพราะเป็นสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักจังหวัดกาฬสินธุ์มากที่สุด และมีประสิทธิภาพที่สุดในทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้จะต้องเน้นการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์มากที่สุด และมีอัตราส่วนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี

หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยปัจจัยทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งได้แก่ “ปัจจัยด้านราคาสินค้า ค่าครองชีพที่ไม่แพง” หรือปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้าน “ราคาสินค้าและบริการ” นำมาเป็นแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ตรงจุด และนำมาเป็นจุดขายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จังหวัดได้อย่างตรงใจกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปสร้างจุดขายทางการตลาด และสามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์สายดา บุญโฉม คณบดีคณะเทคโนโลยีสังคม และผู้ช่วยศาสตราจารย์อำภาศรี พอค้า หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด คณะเทคโนโลยีสังคม ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ประจำปีงบประมาณ 2557 ในครั้งนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อยต่อผู้ที่มีความสนใจ นำไปศึกษาหาความรู้และพัฒนาต่อยอด อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาจังหวัด และประเทศชาติสืบไป

บรรณานุกรม

- กีรติ ตระการศิริวานิช. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและการวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ (แยกตามภูมิภาค). เข้าถึงเมื่อ 11 สิงหาคม 2557. เข้าถึงได้จาก (<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24340>)
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สถิตินักท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 11 สิงหาคม 2557. เข้าถึงได้จาก (<http://newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/221/276>)
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย รายสัญชาติ. เข้าถึงเมื่อ 13 สิงหาคม 2557. เข้าถึงได้จาก (<http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/621>)
- นิตยา ชัชกุล. (2555). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เฟิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง
- พิมพ์พร ยิ่งยง. (2546). พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันของนักศึกษาโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต. เข้าถึงเมื่อ 27 เมษายน 2557. เข้าถึงได้จาก (http://dusithost.dusit.ac.th/~research/menu/abstra/abst_new.htm)
- วีรยุทธ์ เกื้อกัม. (2547). ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ. (2555). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อินทนิล
- สุรัญญา ทรงหอม. (2554). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- UNWTO. 2007. Understanding Tourism: Basic Glossary. เข้าถึงเมื่อ 10 สิงหาคม 2557. เข้าถึงได้จาก (<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>)