คณะวิทยาการจัดการ
Faculty of Management Science

รายงานสืบเนื่อง

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2564

“Management in next normal: transformative prospection”

วันที่ 18 มิถุนายน 2564

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบการประชุม แบบ Video Conference ผ่านระบบ ZOOM Cloud Meeting

รายงานสืบเนื่อง
การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2564
“Management in next normal: transformative prospection”

ปีที่เผยแพร่ กรกฎาคม 2564
เผยแพร่และจัดทำโดย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
โทร 0-3259-4028 โทรสาร 0-3259-4027
e-mail: mssuconf@gmail.com
แหล่งเผยแพร่ www.ms.su.ac.th
สงวนลิขสิทธิ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ
National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2564
"Management in next normal: transformative prospection".-- เพชรบุรี :
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2564.
1060 หน้า.

1. การจัดการธุรกิจ. I. ชื่อเรื่อง.

658
ISBN 978-974-641-784-6

คำสั่งคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 26 /2564

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2564

ตามที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ประจำปี 2564 ในวันศุกร์ที่ 18 มิถุนายน 2564 เพื่อเป็นเวทีการนำเสนองานวิชาการ วิจัย และผลงานสร้างสรรค์ ในระดับชาติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ อาศัยอำนาจตามความมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2559 จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ เพื่อทำหน้าที่ประเมินผลงานทางวิชาการ ดังผู้รายนามต่อไปนี้

1.	รองคณบดีฝ่ายวิจัย	ประธานกรรมการ
2.	ศาสตราจารย์ ดร.บุษบา กนกศิลปธรรม	กรรมการ
3.	ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์	กรรมการ
4.	รองศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร	กรรมการ
5.	รองศาสตราจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ	กรรมการ
6.	รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทึก	กรรมการ
7.	รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	กรรมการ
8.	รองศาสตราจารย์ ดร.นันทนิตย์ วานิชาชีวะ	กรรมการ
9.	รองศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์ภูดิท เตชาติวัฒน์	กรรมการ
10.	รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	กรรมการ
11.	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
12.	รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทร์ พลอยแหวน	กรรมการ
13.	รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐพล อ้นแฉ่ง	กรรมการ
14.	รองศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ วิจิตรพัชราภรณ์	กรรมการ
15.	รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกิจ สุทธิเรืองวงศ์	กรรมการ
16.	รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์	กรรมการ
17.	รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรรหิรัญ	กรรมการ
18.	รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์	กรรมการ
19.	รองศาสตราจารย์ เอมอร เจียรมาศ	กรรมการ
20.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
21.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา พรรณราย	กรรมการ

22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ รักชาติเจริญ กรรมการ
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกตุวดี สมบูรณ์ทวี กรรมการ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต กรรมการ
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศราพร พรหมนิมิตกุล กรรมการ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ กรรมการ
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุฒจร กรรมการ
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน กรรมการ
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคคะวณิชชา กรรมการ
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐนา ลีฬหรัตนรักษ์ กรรมการ
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุฒจร กรรมการ
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต สังข์เฉย กรรมการ
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรเขียว กรรมการ
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป ฉัตรสุภางค์ กรรมการ
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพล เปรมทองสุข กรรมการ
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา มีสุข กรรมการ
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ จันทร์ใหม่มูล กรรมการ
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ กรรมการ
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง กรรมการ
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญรดี จันทร์ภิวัฒน์ กรรมการ
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีรัตน์ สุขเกษม กรรมการ
42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า กรรมการ
43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล กรรมการ
44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระบิล พันภัย กรรมการ
45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนียา บังเมฆ กรรมการ
46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี อึ้งโพธิ์ กรรมการ
47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม กรรมการ
48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ กรรมการ
49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิระ ศรีโยธิน กรรมการ
50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว กรรมการ
51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล กรรมการ
52. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์ กรรมการ
53. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ กรรมการ
54. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิรัตน์ กิตติพงษ์วิเศษ กรรมการ
55. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรมงคล นิ่มจิตต์ กรรมการ
56. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนีย์ พวงยาณี กรรมการ
57. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา กรรมการ
58. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพงศ์ พีระเชื้อ กรรมการ
59. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล กรรมการ

60. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาชว์ภูริชญ์ น้อมเนียน กรรมการ
61. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล กรรมการ
62. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จอมภัค คลังระหัด กรรมการ
63. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร กรรมการ
64. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทรงสุดา ภู่สว่าง กรรมการ
65. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนนท์ หอมสุด กรรมการ
66. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรพล พินิจ กรรมการ
66. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อริสสา สะอาดนัก กรรมการ
67. อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา กรรมการ
68. อาจารย์ ดร.โกสินทร์ เตชะนิยม กรรมการ
69. อาจารย์ ดร.ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง กรรมการ
70. อาจารย์ ดร.ชิษณุพงศ์ ศิริโชตินิศากร กรรมการ
71. อาจารย์ ดร.ฐิติกรณ์ ยาวิไชย จารึกศิลป์ กรรมการ
72. อาจารย์ ดร.ฐิติมา เวชพงศ์ กรรมการ
73. อาจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข กรรมการ
74. อาจารย์ ดร.ทิพวรรณ กำศิริมงคล กรรมการ
75. อาจารย์ ดร.ธีร์นวัช สุขวิลัยหิรัญ กรรมการ
76. อาจารย์ ดร.นพดล โตวิชัยกุล กรรมการ
77. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล กรรมการ
78. อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา กรรมการ
79. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ กรรมการ
80. อาจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม กรรมการ
81. อาจารย์ ดร.ปริญญา หรุ่นโพธิ์ กรรมการ
82. อาจารย์ ดร.พลอย สุดอ่อน กรรมการ
83. อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์ กรรมการ
84. อาจารย์ ดร.ภวินท์ธนา เจริญบุญ กรรมการ
85. อาจารย์ ดร.เมษ์ธาวิน พลโยธี กรรมการ
86. อาจารย์ ดร.รักชนก โสภาพิศ กรรมการ
87. อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ธนะกุล กรรมการ
88. อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ กรรมการ
89. อาจารย์ ดร.วัชระ จตุพร กรรมการ
90. อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์ กรรมการ
91. อาจารย์ ดร.ศรายุทธ แสนมี กรรมการ
92. อาจารย์ ดร.ศิริพร เผือกผ่อง กรรมการ
93. อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารึกศิลป์ กรรมการ
94. อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี กรรมการ
95. อาจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์ กรรมการ
96. อาจารย์ ดร.อรยา พรเอี่ยมมงคล กรรมการ

97.	อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	กรรมการ
98.	อาจารย์ ดร.อัฏฐมา บุญปาลิต	กรรมการ
99.	อาจารย์ ดร.มรกต กำแพงเพชร	กรรมการ
100.	ดร.จิรภิญญา สันนิภางกูร	กรรมการ
101.	นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	เลขานุการ
102.	นายเอกพันธ์ หวานใจ	ผู้ช่วยเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2564

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุทธะนันท์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

สารบัญ

หน้า

การประเมินหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ (ภาคปกติและภาคพิเศษ) คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
ตติยา พนมวัน ณ อยุธยา..... *559*

การจัดการเรียนการสอนรายวิชาศึกษาทั่วไปด้านสุขภาพและนันทนาการของมหาวิทยาลัยมหิดล
นุชนภางค์ ผ้าสมบุญ และ ทิวมาส วุฒิธนากรกุล..... *572*

ปรับการเรียนอย่างไรเพื่อก้าวต่อไปภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉิน: ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ของวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล
ทิวมาส วุฒิธนากรกุล และ นุชนภางค์ ผ้าสมบุญ..... *585*

พิธีไหว้ครูดนตรีไทย สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
ศราวุฒิ เกตุยา..... *598*

เวทีวัฒนธรรม สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
ศราวุฒิ เกตุยา..... *618*

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของที่ระลึกแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ธันยธร ติณภพ..... *635*

ความต้องการต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
จิตศักดิ์ พุฒจร, ธนวรรษ ดอกจันทร์, จรรยวรรธ สุธรรมา และธเนศ เกษรสิริธร..... *647*

แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
ศุภนิดา อิศราพรไพฑูรย์ และ สวรรยา ธรรมอภิพล..... *662*

ความสัมพันธ์ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อย จังหวัดสระบุรี
เจตพัฒน์ พรมจีน และภฤศญา ปิยนุสรณ์..... *677*

แรงจูงใจและความคิดเห็นของผู้มาเยือนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ พื้นที่หนองเล็งทราย จังหวัดพะเยา ในสถานการณ์โควิด19
วิสสุตา หมื่นตื้อ, ฤทัยภัทร พิมลศรี และ สุริยา ส้มจันทร์..... *698*

ความต้องการต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

THE DEMAND FOR PRODUCTS AND TOURISM SERVICES FOR LOCAL EXPERIENCE OF FOREIGN TOURIST

จิตศักดิ์ พุฒจร[1] ธนวรรษ ดอกจันทร์ [2] จรรยวรรธ สุธรรมา [3] และธเนศ เกษรสิริธร [4]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มยุโรปและอเมริกาแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 80 คน ในเส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดเป้าหมายที่มีพื้นที่การท่องเที่ยวในลักษณะเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) เก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากแนวคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใน 3 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 1) การเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น (Access to Local Experiences) 2) ข้อมูลภูมิหลังทางด้านประสบการณ์ท้องถิ่น (Background of Local Experiences) และ 3) การเข้าถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Access to the unique of tourist attraction) จากการศึกษาพบว่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย คือความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จะเป็นการสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ การเข้าไปมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ เช่น การชิมอาหารท้องถิ่น หรือการทดลองกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยตนเอง การนวดแผนไทย การประกอบอาหารท้องถิ่น การนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาผสมผสานปรุงเป็นอาหาร คุณสมบัติของวัตถุดิบในการประกอบอาหารรวมถึงการประยุกต์วัตถุดิบของท้องถิ่นกับอาหารของประเทศนักท่องเที่ยวเอง ส่วนความต้องการสำคัญ คือ การแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัย และด้านจริยธรรม ที่มีการหลอกลวง เอาเปรียบนักท่องเที่ยว การโฆษณาเกินจริง ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่สะดวก ปัญหาสภาพถนน ป้ายจราจร ป้ายเตือน อุบัติเหตุ ปัญหาการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ ปัญหาความสะอาดของที่พัก ทัศนียภาพ การกำจัดขยะ และปัญหาการทรมานสัตว์ที่นำมาใช้ในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประสบการณ์ท้องถิ่น

[1] อาจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

[2] นักวิชาการอิสระ

[3] นักวิชาการอิสระ

[4] อาจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

Abstract

The objective of research were to study the demand of products and tourism service for local experience of foreigner tourist target group. This study is qualitative research and chooses a specific 80 foreigner tourists target group from Europe and American by purposive sampling in target route with local experiential tourism areas provinces. Collected data were In-depth Interviews by structured interviews in 3 main categories, which consisted of 1) access to Local Experiences, 2) background of Local Experiences, and 3) access to the unique of tourist attraction. The study shown that tourism product and service of Thailand is popular for foreigner target tourist, that are popular with foreign tourists is the abundance of nature and cultural resources and including tourism activities that will create a unique local experience in each area. Engaging or being part of the experience in tourism activities, such as tasting of local food or try out of local activities or products by yourself, Thai massage, local cooking, use local ingredients to cook a portion of food, properties of the ingredients in cooking include the application of local ingredients to the food of the tourist country. The important requirement is troubleshooting security issues and ethics, that has a deception, taking advantage of tourists, hype, problems of tourism infrastructure, such as uncomfortable access to tourist attractions, a pothole, traffic and warning sign, accident on a road trip, tourism personnel who can't communicate in foreign languages, accommodation cleanliness problem, scenery, garbage disposal and animals abuse in tourism activities.

Keywords: THE DEMAND OF PRODUCTS AND TOURISM SERVICE, FOREIGN TOURIST, LOCAL EXPERIENCE

1. บทนำ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) ได้ดำเนินการยกระดับและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเข้าสู่การท่องเที่ยวยุค 4.0 โดยเน้นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การสนับสนุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของนวัตกรรม และสร้างเครือข่ายความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ โดยใน พ.ศ. 2561 มุ่งเน้นสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางเป็นเมืองรองท่องเที่ยวไทย 10 แห่ง ได้แก่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเลย จังหวัดพังงา จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดตรัง จังหวัดชุมพร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดตราด ซึ่งเป็นการขยายผลโครงการ The Link ในปี พ.ศ. 2560 ที่มีการจับคู่ระหว่างเมืองในพื้นที่รับผิดชอบของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานต่างประเทศกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานในประเทศบางจังหวัด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เน้นกลุ่มตลาดยุโรป และอเมริกา รวมถึงนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงประสบกาณ์ท้องถิ่นในประเทศไทยมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเหล่านี้ เพื่อให้เกิดการยกระดับการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์ท้องถิ่น ผ่าน 3 แนวทาง ได้แก่ แนวทางที่ 1 สร้างกระแสการใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อชะลอความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว แนวทางที่ 2 สร้างสรรค์ Content เพิ่มคุณค่าให้สินค้าท่องเที่ยวไทย และแนวทางที่ 3 ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ด้วยการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวสัมผัส Thai Local Experience ผ่านวิถีการกิน ซึ่งทาง 3 แนวทางเน้นการนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถจูงใจให้คนต้องการเดินทาง และการสนับสนุนให้มีการสร้างสรรค์สินค้าที่มีรูปแบบเก๋ไก๋ รักษาทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการการทำตลาดอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม ส่งผลให้ Thai Local Experience มีคุณค่าและมีเอกลักษณ์เฉพาะ

จึงเกิดการศึกษาความต้องการต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย อันนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life style) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจหรือมุ่งเน้นประสบการณ์ท้องถิ่นได้ และดึงดูดให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้มากขึ้น อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ และการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อตัวนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว (Inclusive Tourism) ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความต้องการต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย

3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ผสม ประกอบด้วย การขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง ทำให้มีลักษณะแตกต่างกัน ยากแก่การควบคุมมาตรฐาน มีทั้งสินค้าที่

เป็นรูปธรรมและนามธรรม อายุของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง เพื่อกระจายการจำหน่ายอย่างรวดเร็ว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย

ทศพล เดชะ (2553) ได้กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว คือ สินค้าและทางบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมต่างๆและได้รับการผ่อนคลาย และยังดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการท่องเที่ยว เพื่อเป็นนำรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น และยังเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์ในการแบ่งตามหลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 ประการ 1) Attraction คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณีเทศกาลมหกรรมดนตรีกีฬาและปรากฏการณ์สำคัญ 2) Activities คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวได้แก่กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและผจญภัยกิจกรรมทางน้ำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกิจกรรมพักผ่อนเพื่อสุขภาพนันทนาการ 3) Accessibility คือ การคมนาคมทางบกน้ำอากาศเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) Accommodation คือ สถานที่พักแรม 5) Amenities คือ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้าต่าง ๆ การตรวจคนเข้าเมือง ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

บุณยสฤษฎ์ อเนกสุข และวศิน ปัญญาวุธตระกูล (2559) ได้กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความแตกต่างกันและมีความคล้ายคลึงกัน แต่ไม่สามารถตอบได้ว่ารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใดที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน เพื่อควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ให้ลดลงตลอดจนเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนให้มีจำนวนมากขึ้น การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในรูปแบบและผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถตอบสนองต่อความสนใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนได้อย่างเหมาะสม เพื่อยกระดับมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน อันจะนำไปสู่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนในอนาคต

ไพศาล กาญจนวงศ์ (2554) ได้กล่าวถึง ลักษณะของสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างไปจากสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ ด้วยคุณลักษณะพิเศษ 5 ประการคือ

1) สินค้าท่องเที่ยวมีลักษณะจับต้องไม่ได้ (intangibility) หมายถึงสินค้าที่ไม่สามารถมองเห็นได้ จับต้องไม่ได้ สัมผัสหรือได้ยิน ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลรายละเอียดสินค้ามากที่สุด ดีที่สุด เสมือนจริงที่สุด แทนการนำเสนอสินค้าที่เป็นของจริงให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เพื่อสร้างความมั่นใจก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยการนำข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน ให้นักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการติดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

2) สินค้าไม่สามารถแยกส่วนได้ (inseparability) สินค้าบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆ ได้อย่างเช่นสินค้าอื่น เพราะในการเดินทางไปท่องเที่ยวหนึ่งครั้งจะต้องใช้บริการหลายอย่าง จะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้เช่น บริการรถขนส่ง ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ร้านขายของที่ระลึก อื่น ๆ อีกมากมายที่มีความสัมพันธ์กันไม่สามารถแยกออกจากกันได้

3) สินค้ามีความแตกต่างกัน (variability) การบริการการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมาก หมายถึงผู้ผลิตแต่ละคน ผู้บริโภคแต่ละคนมีประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่สามารถคาดเดาได้รวมถึงอารมณ์ความคาดหวัง ระดับความพึงพอใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยว ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

4) สินค้าสูญเปล่า (perishability) หมายถึงสินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่เกิดขึ้นตลอดเวลาถึงแม้ไม่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ แต่สิ้นค้านั้นจะไม่ถูกยกเลิกหรือถูกทำลาย ดังนั้นการจัดการอุปสงค์และอุปทานอย่างเหมาะสมจึงทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5) สินค้าไม่มีความยืดหยุ่น (inflexibility) สินค้าท่องเทียวไม่สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เช่นโรงแรมไม่สามารถเพิ่มหรือลดห้องได้หากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมากหรือน้อย ดังนั้นควรบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความลงตัวของจำนวนสินค้าและบริการกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

ดังนั้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความต้องการต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเข้าไปท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สามารถเอื้อประโยชน์เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในการขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว จึงนิยมจัดทำเป็นแพ็คเกจ หรือเส้นทางทางการท่องเที่ยว โดยต้องคำนึงถึงสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคาดหวังและต้องการ เพื่อที่จะนำเสนอสินค้าและบริการนั้นเป็นผลิตภัณฑ์หลักของแพ็คเกจ โดยศึกษาจาก องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทของสินค้าการท่องเที่ยวลักษณะของสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแนวคิดและทฤษฎีการตลาดสมัยใหม่ เป็นต้น

3.2 การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น เน้นการทำกิจกรรม การมีส่วนร่วม และการได้รับประสบการณ์ใหม่ระหว่างการท่องเที่ยว เป็นการประยุกต์มาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism) โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวต้องการศึกษาวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่แตกต่างจากตนเอง (Lomine & Edmunds, 2007) ซึ่งการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไม่ใช่แค่ศิลปะชั้นสูงเท่านั้น แต่ยังอาจรวมถึงงานคติชนวิทยาที่เป็นที่นิยม เหตุการณ์ข้ามชาติ (Transnational Events) เทศกาล ดนตรี อาหาร หัตถกรรม และงานประจำวัน ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบนี้ มัคคุเทศก์มีบทบาทสำคัญในการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นและต่างชาติได้รับรู้และเรียนรู้

บริษัท แบรนด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2560) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตลาดเฉพาะ: กลุ่ม Local Experience และได้จัดระดับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Local Experience และประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Local Experience ตามคำนิยามของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1: นักท่องเที่ยวที่ต้องการมีประสบการณ์ (เยี่ยมชมวิถีชีวิต / เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น) ระดับที่ 2: นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ (ทดลองทำกิจกรรมในท้องถิ่น) และระดับที่ 3: นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจเรียนรู้ (ตั้งในมาทำกิจกรรมและศึกษาวิถีชีวิตในท้องถิ่น)

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience Tourism) กล่าวโดยสรุปได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไปตามแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แนวโน้มการท่องเที่ยวของสก็อตแลนด์ในปี 2016 ที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและต้องการสัมผัสสิ่งที่เป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity) เมื่อเดินทางท่องเที่ยว (Visit Scotland, 2015) และจาก Holiday Habits Report 2017 โดย ABTA (2017) กล่าวว่า ชาวอังกฤษที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมามีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังชนบท (Countryside Break) เพิ่มขึ้นทุกปี แต่ก็ยังเป็นรองการท่องเที่ยวในเมือง (City Break) และการท่องเที่ยวชายหาด (Beach Holiday)

3.3 รูปแบบในการดำเนินชีวิตในการเดินทางท่องเที่ยว (Tourism Lifestyle)

รูปแบบในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ วิถีในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวซึ่งวัดได้จากกิจกรรมส่วนใหญ่ที่พวกเขาชอบทำ (กิจกรรม) สิ่งที่พวกเขาเห็นว่ามีความสำคัญ (ความสนใจ) และความรู้สึกที่เขามีต่อตัวเองและสิ่งต่าง ๆ รอบตัว (ความคิดเห็น) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ วัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ อารมณ์ ค่านิยม ช่วงชีวิต วัฒนธรรม และประสบการณ์ (วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์, 2553; สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ, 2554 และเลิศพร ภาระสกุล, 2555) รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องจึงจำเป็นจะต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงของสังคม (Social trends) และปัจจัยด้านทัศนคติของบุคคล

Middleton et al. (2009) เสนอว่า นักการตลาดสามารถใช้รูปแบบในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของลูกค้าในการแบ่งกลุ่มตลาด การจะเข้าใจรูปแบบในการดำเนินชีวิตของลูกค้าต้องอาศัยความเข้าใจความต้องการของลูกค้า ประโยชน์ที่ลูกค้าแสวงหา และแรงจูงใจของลูกค้า ตัวอย่างของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการนำรูปแบบการดำเนินชีวิตในการเสนอขายแก่ลูกค้า ได้แก่ Sandals Resort ที่มุ่งขายให้ลูกค้าวัย 30 ขึ้นไปโดยเสนอขาย “การใช้ประสบการณ์โรแมนติกแบบตามใจตัวเอง” หรือ Royal Caribbean Cruise ที่มุ่งขาย “ความหรูหรา มีสถานะและมีสไตล์แบบเศรษฐีรุ่นใหม่” สำหรับเศรษฐีที่เป็นพ่อแม่และลูกไม่ได้อาศัยอยู่ด้วย (Empty Nesters) รวมถึงคู่แต่งงานเศรษฐีที่อายุน้อย

จุฑาพร เริงรณอาษา (2561) ได้กล่าวถึง Lifestyle Thailand 8 กลุ่มประสบการณ์ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. Chic: กลุ่มคนที่ชอบความทันสมัย นำเสนอสินค้า แหล่งช็อปปิ้ง Night Life ที่กิ๊บเก๋ ทันสมัย ซึ่งกลุ่มนี้จะมีบริการพิเศษนอกเหนือจากกลุ่มอื่น (Excusive service) อาทิ Personal Stylist บริการที่ปรึกษาด้านแฟชั่น การแต่งกาย Hands-Free Shopping บริการถือของเวลาช็อปปิ้ง หรือแม้กระทั่ง บริการเครื่องบินเจ็ทส่วนตัว บริการรถลิมูซีน 2. Romantic: สำหรับคู่รักที่ต้องการมาฮันนีมูนในประเทศไทย 3. Breezy: กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบชายทะเล สายลม แสงแดด 4. Thainess: กลุ่มคนที่นิยมวิถีชีวิตแบบไทยๆ 5. Adventure: กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบความท้าทาย กีฬาทางบก ทางน้ำ 6. Wellness: กลุ่มผู้นิยมสุขภาพและความงาม 7. Easy n’ Slow: กลุ่มผู้ที่นิยมวิถีชีวิตธรรมชาติ และท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) และ 8. Family: กลุ่มครอบครัว ซึ่งสามารถเลือก สินค้าให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบครอบครัว

Blackwell, et al. (2554) ได้ให้ความหมายโดยสรุปไว้ว่าเป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิต คือโครงสร้างรวมของการใช้ชีวิต การใช้เวลา และการใช้จ่ายเงินของบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิตทำให้เห็นถึงกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) ของบุคคลนั้นได้เป็นอย่างดี และสะท้อนให้เห็นค่านิยมของบุคคลผ่านทางกิจกรรมหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวบุคคล นอกจากนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วตามสภาพแวดล้อมและสังคมที่เปลี่ยนแปลง ผู้ที่ต้องการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตควรจะติดตามความเคลื่อนไหวและสถานการณ์ในปัจจุบันอยู่ตลอดเพื่อจะเข้าใจและรับรู้เท่าทันรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กำลังเปลี่ยนแปลง

จากนิยามข้างต้นพอกล่าวโดยสรุปได้ว่า รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) คือ แบบแผนการดำเนินชีวิตที่สะท้อนให้เห็นค่านิยม รสนิยม ในการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้น ๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่งโดยรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม สังคม อยู่เสมอ นอกจากนี้รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ยังแสดงให้เห็นถึง กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) ของบุคคลนั้น ๆ ด้วย

โดยมีปัจจัยหลายประการเป็นตัวกำหนด เช่น วัฒนธรรม ครอบครัว ลักษณะส่วนบุคคล เป็นต้น (ดังแผนภูมิ แบบของการใช้ชีวิตกับปัจจัยที่มีอิทธิพล) โดยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม สังคม ยิ่งในยุคปัจจุบันที่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่าย Internet เป็นไปอย่างสะดวก นำไปสู่การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่โดยมีกิจกรรม ความน่าสนใจ ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้พร้อมที่จะไปสัมผัสเรียนรู้ประสบการณ์ที่แปลกแตกต่างจากการดำเนินชีวิตประจำวัน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 80 คน จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเป้าหมายภายใต้โครงการ The LINK ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเป็นกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดเป้าหมายที่มีพื้นที่การท่องเที่ยวในลักษณะเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดจังหวัดแม่ฮ่องสอน เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดเลย เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด โดยได้มีการกำหนดคุณสมบัติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป้าหมายกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง ดังนี้

1. เป็นชาวต่างชาติ กลุ่มยุโรป กลุ่มอเมริกา กลุ่มตะวันออกกลาง หรือกลุ่มโอซีเนีย
2. เป็นนักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบในการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
3. เป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย ไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง
4. เป็นผู้ที่สนใจและให้ความร่วมมือกับงานวิจัยด้วยความเต็มใจ

4.2 เครื่องมือการวิจัย

เก็บข้อมูลด้วยแนวคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใน 3 ประเด็กหลัก ประกอบด้วย

1. การเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น (Access to Local Experiences)
2. ข้อมูลภูมิหลังทางด้านประสบการณ์ท้องถิ่น (Background of Local Experiences)
3. การเข้าถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Accessing to True Identity of the tourist destination)

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of item-Objective Congruence: IOC) ว่ามีความเหมาะสมในการนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลหรือไม่

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

เก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมาย และประเด็นในการสังเกตการสังเกต (Observation) ด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) นำข้อมูลที่ได้จากแบบ

สัมภาษณ์เชิงลึกมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดกลุ่มข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายทำการเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison) วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Mean) การหาค่าความถี่ (Frequency) จากข้อคำถามแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ไล่ลำดับจาก 5 คะแนน (เหมาะสมมากที่สุด) 4 คะแนน (เหมาะสมมาก) 3 คะแนน (เหมาะสม) 2 คะแนน (เหมาะสมน้อย) และ 1 คะแนน (ไม่เหมาะสมที่สุด) ตรวจสอบความสอดคล้องและถูกต้องของข้อมูล การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) จัดหมวดหมู่ของข้อมูล สังเคราะห์ แปลความหมายและตีความข้อมูลที่ได้รวบรวมมา

5. สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาใน 3 ประเด็กหลัก สามารถสรุปผลการศึกษาตามประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

5.1 การเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น (Access to Local Experiences)

การศึกษาถึงการเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย ได้ทำการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มนักท่องเที่ยว ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการได้รับรู้ เรียนรู้ การเข้าถึง หรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการได้รับประสบการณ์ท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวในประดทศ โดยได้ทำการสัมภาษณ์ใน 4 ประเด็น ดังนี้

5.1.1 กระบวนการเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น

เป็นการศึกษาโดยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ลำดับข้อคิดเห็นถึงความเหมาะสมของกระบวนการในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยการให้ลำดับคะแนนแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ใน 7 กระบวนการท่องเที่ยว ซึ่งสรุปผลเรียงลำดับจากกระบวนการที่สร้างการเข้าถึงจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้ 1) การชิมอาหารท้องถิ่น (Testing local foods) มีค่าเฉลี่ยข้อคิดเห็นถึงความเหมาะสมที่ 4.31 2) การรับฟังการบรรยายจากมัคคุเทศก์หรือไกด์ท้องถิ่น (Listening to a local guide) ค่าเฉลี่ยข้อคิดเห็นถึงความเหมาะสมที่ 4.20 3) การทดลองกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยตนเอง (Self-experiment of local activities or products) ค่าเฉลี่ยข้อคิดเห็นถึงความเหมาะสมที่ 4.15 4) การเดินชมทัศนียภาพโดยรอบ (Walking around the places) ค่าเฉลี่ยข้อคิดเห็นถึงความเหมาะสมที่ 4.08 5) การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในชุมชนท้องถิ่น (Participations with locals) ค่าเฉลี่ยข้อคิดเห็นถึงความเหมาะสมที่ 4.00 และน้อยที่สุดคือ 6) การชมการสาธิต (Watching demonstrations) และการมีล่ามหรือผู้ช่วยในการสื่อสาร (Interpreters) ค่าเฉลี่ยข้อคิดเห็นถึงความเหมาะสมที่ 2.15 เท่ากัน

5.1.2 ความคาดหวังที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง

เป็นการศึกษาถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้ามายที่มีต่อจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวว่ามีความคาดหวังเป็นอย่างไร ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 41.46 ให้ความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางนั้น ตรงตามที่คาดหวังเป็นส่วนใหญ่ (For the greater part) ร้อยละ 39.02 ให้ความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางนั้น ตรงตามที่คาดหวัง (Completely) ร้อยละ 12.20 ให้ความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางนั้น ตรงตามที่คาดหวังบางส่วน (Partly) ร้อยละ 4.88 ให้ความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางนั้น ไม่ตรงตามที่คาดหวัง (Absolutely not)) และ ร้อยละ 2.44 ให้ความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางนั้น ไม่ค่อยตรงตามที่คาดหวัง (Not really)

ซึ่งในส่วนความคิดเห็นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง ไม่ค่อยตรงตามที่คาดหวัง (Not really) และไม่ตรงตามที่คาดหวัง (Absolutely not) นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อมูลถึงสาเหตุที่น่าสนใจ 3 ประเด็นด้วยกัน คือ 1)

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินจริงของพื้นที่ที่ไม่ตรงตามสภาพพื้นที่จริงที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางไป รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวบางกิจกรรมที่มีการโฆษณาไว้ว่านักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ แต่เมื่อนักท่องเที่ยวไปถึงสถานที่จริงกลับไม่มีกิจกรรมดังกล่าวให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามีส่วนร่วม 2) การเข้าถึง การเลือกใช้พาหนะในการเข้าถึง ที่บางพื้นที่พาหนะบางชนิดไม่สามารถใช้ในการเดินทางเพื่อเข้าถึงพื้นที่ได้จริง เช่น การเดินทางโดยสารด้วยรถตู้ที่ไม่สามารถเดินทางบนเส้นทางที่มีหลุมบ่อได้สะดวก หรือการเข้าถึงลำบาก ส่งผลให้ระยะเวลาในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวนั้นคลาดเคลื่อน หรือถูกตัดกิจกรรมดังกล่าว และ 3) การสื่อสาร บางครั้งนักท่องเที่ยวเดินทางโดยไม่มีไกด์หรือล่ามไปด้วย ซึ่งเป็นกลุ่มที่นิยมเดินทางด้วยตนเองไปยังพื้นที่จุดหมายปลายทาง แต่เมื่อเดินทางไปถึงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลพื้นที่ หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ จึงทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร

5.1.3 กิจกรรมหรือประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ

จากการศึกษาพบว่ากิจกรรมหรือประสบการณ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายต้องการ หรือมีความต้องการที่เรียนรู้ความเป็นท้องถิ่น ในการมาท่องเที่ยวในประเทศมี 4 อย่างคือ 1) การได้รับประสบการณ์ทางด้านอาหารท้องถิ่น ในเรื่องวัตถุดิบที่นำมาปรุง คุณสมบัติของวัตถุดิบนั้น และในเรื่องของรสชาติที่เอร็ดอร่อย 2) ความซื่อสัตย์ และมีมิตรไมตรีที่มีต่อนักท่องเที่ยว ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นมีให้ หรือแสดงออกให้แก่นักท่องเที่ยว 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับความเป็นไทย หรือแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และ 4) กิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเด็ก ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีเด็กมา หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยววัยเด็กมาด้วย

5.1.4 สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังให้มีการเปลี่ยนแปลง

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นในประเทศไทยนั้น มี 5 ด้านได้แก่ 1) ด้านความสะอาด ทั้งความสะอาดของที่พัก อาหาร และระบบการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ 2) ด้านความปลอดภัย ทั้งในเรื่องความปลอดภัยของที่พักที่สามารถปกป้องตนเอง และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายได้อย่างปลอดภัย 3) การไม่ทรมานสัตว์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรม ตลอดจนกระบวนการในการฝึกฝนสัตว์ในการแสดงที่ไม่ใช้วิธีการในลักษณะทารุณกรรม 4) การเรียนรู้ในเรื่องของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอยู่ร่วมกันระหว่างวิถีชุมชนและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของที่พักที่มีขนาดเตียงที่เหมาะสม สัญญาณอินเตอร์เน็ต และความง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

5.2 ข้อมูลภูมิหลังทางด้านประสบการณ์ท้องถิ่น (Background of Local Experiences)

การศึกษาถึงภูมิหลังทางด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย โดยได้ศึกษาถึงการเข้าร่วมกิจกรรมในท้องถิ่น หรือประสบการณ์ท้องถิ่นที่เคยได้ท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น จากการศึกษาพบว่า จังหวัดที่นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายเคยเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมองว่ามีกิจกรรมในลักษณะท้องถิ่นมีจำนวน 13 จังหวัด โดยเรียงลำดับจำหวัดที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึงจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดอยุธยา จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุโขทัย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดนครนายก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสตูล และจังหวัดชุมพร ซึ่งกิจกรรมที่มีลักษณะเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม จะเป็นกิจกรรมในส่วน

ของการนวดแผนไทย การรับประทานอาหารไทย การท่องเที่ยววัด การเดินชมเมือง การปั่นจักรยาน การทอผ้า การชมการแสดงพื้นบ้าน การเข้าชมวัดวัง และวัดท้องถิ่น และการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติเพื่อประกอบกิจกรรม เช่น การเดินป่า การดำน้ำ หรือกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล รวมถึงการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

5.3 การเข้าถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Access to the unique of tourist attraction)

การศึกษาถึงการเข้าถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการศึกษาถึงข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ นักท่องเที่ยวเลือกเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางมาท่องเที่ยว สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ว่าเพราะเหตุใดจึงเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางดังกล่าว ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปเป็นประเด็นที่น่าสนใจได้ 8 ประเด็น ดังนี้

1. ความสวยงาม ในการมาท่องเที่ยวนั้นนักท่องเที่ยวเลือกที่จะท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ทางทะเล ป่าเขา หรือแม้กระทั่งในเมือง นักท่องเที่ยวจะเลือกพักในที่พักที่สามารถมองเห็นวิว หรือชมทัศนียภาพที่สวยงามโดยรอบของพื้นที่นั้นได้ โดยในโปรแกรมการเดินทางนั้น นักท่องเที่ยวจะเลือกให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ หรือพื้นที่ใกล้กับทะเลไว้เป็นหนึ่งจุดหมายปลายทาง แต่ไม่จำเป็นว่าจะต้องทำกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล แต่จะเน้นไปในเชิงของการชมทัศนียภาพ แต่ถ้าเป็นพื้นที่ชุมชน จะเลือกชุมชนที่ยังคงวิถีชีวิต หรือสภาพชุมชนคงเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง หรือมีการเปลี่ยนแปลงของอาคารบ้านเรือนที่น้อย โดยให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเมืองเก่า

2. ความเงียบสงบ ในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายมีการเจาะจงเลือกพื้นที่หรือจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวน้อย หรือไม่มีคนพลุกพล่าน เพราะมีความต้องการที่จะพักผ่อนในพื้นที่ที่เงียบสงบ เลี่ยงการเลือกที่พักที่ติดถนนใหญ่ที่มีการสัญจร มักเลือกเข้าไปในซอย หรือติดธรรมชาติ เลือกที่พักที่มีพื้นที่ส่วนตัว หรือมีมุมที่เงียบสงบ เพื่อทำกิจกรรมครอบครัว หรือพักผ่อนส่วนตัว

3. การได้รับประสบการณ์ใหม่ ในการเข้าร่วมกิจกรรมนักท่องเที่ยวเฟ้นหากิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ หรือเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้บ้าง โดยให้ความสนใจในกิจกรรมที่เป็นการประกอบอาหาร หรือกิจกรรมที่ประดิษฐ์สิ่งของแล้วสิ่งของนั้นสามารถนำกลับไปเป็นของที่ระลึกได้ รวมไปถึงการใช้วัตถุดิบหรือวัสดุท้องถิ่น ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรม

4. ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยตลอดการท่องเที่ยวเช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายนั้น มีการสืบค้นข้อมูลของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยก่อนการเดินทาง รวมถึงการได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงลบ ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังวลถึงเรื่องความปลอดภัยในการใช้ชีวิต ในการท่องเที่ยว หรือเดินทางในประเทศไทย รวมถึงความปลอดภัยของที่พักที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ

5. ความคุ้มราคา นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมที่สูงได้ แต่กิจกรรมนั้นต้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเป็นท่องเที่ยว หรือได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวมองว่า เรื่องค่าใช้ข่ายถ้าเป็นการจ่ายเงินให้ชุมชน แล้วนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ หรือได้รับประสบการณ์ท้องถิ่น นักท่องเที่ยวพร้อมที่จะจ่ายและเข้าร่วมกิจกรรมนั้น และยิ่งถ้าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีกิจกรรมที่จะสามารถรองรับให้แก่เด็ก หรือบุตรหลานก็พร้อมที่จะจ่ายมากขึ้น เพราะกิจกรรมที่เด็ก ๆ หรือบุตรหลานของตนสามารถที่จะเข้าร่วมได้จะเป็นการเสริมสร้างทักษะ การใช้ชีวิต และการเข้าสังคม รวมถึงเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ในการท่องเที่ยว

6. ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น ในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายให้ความเห็นถึงความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย การมีอัธยาศัยที่ดี การมีน้ำใจให้ความช่วยเหลือ การเป็นมิตรต่อคนต่างชาติที่คนไทยมี ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวมองว่าสิ่งเหล่านี้เสริมในเรื่องของความปลอดภัยที่มีต่อนักท่องเที่ยว และยังเสริมสร้างบรรยากาศที่ดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกด้วย

7. อาหาร ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเรื่องของการได้รับประทานอาหารที่มีเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง หรือแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เป็นอาหารประจำประเทศไทย รวมไปถึงอาหารท้องถิ่นที่ทำมาจากวัตถุดิบของท้องถิ่นนั้น ๆ โดยให้ความสนใจของอาหารท้องถิ่นตามร้านอาหารทั่วไป ที่มีลักษณะเป็นอาหารตามสั่ง หรือร้านอาหารที่ปรุงโดยคนคนในท้องถิ่น มากกว่าร้านอาหารแบบภัตตาคาร เพราะนักท่องเที่ยวสามารถชมขั้นตอนหรือกรรมวิธีในการปรุงอาหารได้

8. ประวัติศาสตร์ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในประวัติศาสตร์โลกที่สำคัญอาทิ ประวัติศาสตร์ด้านสงครามโลก ปรือประวัติศาสตร์ด้านการเมืองการปกครอง ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หรือโบราณสถาน ซึ่งการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวสามารถศึกษา หรือรับรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมา นอกจากโบราณสถานแล้ว ความเป็นชุมชนเก่า หรือเมืองเก่า การอยู่ร่วมกันของผู้คนในชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาก็สร้างความน่าสนใจในการเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวเช่นกัน

6. อภิปรายผลการวิจัย

สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย คือความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความสวยงามของทัศนียภาพ ความเงียบสงบ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่นำมาส่งเสริมพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ การเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้เข้าไปมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ เช่น การชิมอาหารท้องถิ่น หรือการทดลองกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยตนเอง โดยกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอยากได้รับเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย ได้แก่ การเรียนรู้ประสบการณ์จากท้องถิ่น เช่น การประกอบอาหารท้องถิ่น การนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาผสมผสานปรุงเป็นอาหาร คุณสมบัติของวัตถุดิบในการประกอบอาหารรวมถึงการประยุกต์วัตถุดิบของท้องถิ่นกับอาหารของประเทศนักท่องเที่ยวเอง การนวดแผนไทย มวยไทย และกิจกรรมที่แสดงออกให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทยสอดคล้องกับการศึกษาของกวิน วงศ์ลีดี (2554) ที่พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปมักเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเอเชีย ซึ่งอาหารไทยเป็นจุดขายที่สำคัญ และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในด้านอาหารและเครื่องดื่ม แต่ต้องสะอาดและปลอดภัย และจุดขายที่สำคัญอีกประการคือความงดงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมของชาวไทย และการศึกษาของ จุฑาภรณ์ ฮาร์ล และศศิธร ง้วนพันธ์ (2557) ทีได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศพบว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยอันดับแรกคือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย และรองลงมาคือ ความหลากหลายทางประเพณีและวัฒนธรรม

ส่วนความต้องการสำคัญที่ต้องมีการเร่งแก้ไขคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย และด้านจริยธรรมการหลอกลวง เอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น การโฆษณาเกินจริง ความซื่อสัตย์และมิตรไมตรีที่มีต่อนักท่องเที่ยว ปัจจุบันเกิดปัญหาที่สร้างภาพลักษณ์ด้านลบให้กับประเทศจากปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติ ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่สะดวก ปัญหาสภาพถนน ป้ายจราจร ป้ายเตือน อุบัติเหตุ ปัญหาการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศของคนในท้องถิ่น และปัญหากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยังไม่ครอบคลุมกับนักท่องเที่ยวทุกวัย ซึ่งจากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับบาดเจ็บและเสียชีวิต ร้อยละ 54.60 เกิดจากอุบัติเหตุทางบก-จราจร รองลงมาได้แก่อุบัติเหตุ จากกิจกรรมทางน้ำ คิดเป็นร้อยละ 19.79 ส่วนการบาดเจ็บ และเสียชีวิตที่เกิดจากการก่ออาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 4.60 รวมถึงความบกพร่อง ทางด้านมาตรฐานความปลอดภัย การกระทำผิดทั่วไปที่นักท่องเที่ยวตกเป็นผู้เสียหาย เช่น การลักขโมย การล้วงกระเป๋า การทำร้ายร่างกาย การข่มขู่ และการหลอกลวง เป็นต้น ซึ่งควรมีการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายรวมถึงกำหนดและเสนอแนวทางเกี่ยวกับการแก้ไข ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว และการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนากลไกระบบเฝ้าระวัง และป้องกันภัยที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว และเผยแพร่และแจ้งเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัยต่อการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

นอกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจะได้เรียนรู้วัฒนธรรมหรือประเพณีแล้วนักท่องเที่ยวเองก็มีความสนใจในเรื่องของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยรอบของชุมชนสิ่งอำนวยความสะดวก แม้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายมีการเตรียมตัวในการเดินทางแต่ก็มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อการรองรับความต้องการโดยเฉพาะในเรื่องของที่นอน ขนาดของที่นอน การให้บริการอินเตอร์เน็ต ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งความสะอาดเป็นระเบียบ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะภายในชุมชนที่นักท่องเที่ยวเข้าถึง ทั้งในเรื่องทัศนียภาพ การจัดเก็บ และการกำจัดขยะ ความปลอดภัย สภาพของถนนสายเส้นทางที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ไม่มีป้ายบอกทาง หรือหลงทาง อันตรายจากการเดินทางบนท้องถนน การปฏิบัติตามกฎจราจร การถูกล่อลวงโดยมิจฉาชีพ อาชญากรรม ความปลอดภัยของที่พัก การทรมานสัตว์ เนื่องจากการท่องเที่ยวบางพื้นที่มีกิจกรรม เช่น การขี่ช้าง หรือการใช้ลิงปีนต้นมะพร้าว นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมองว่าเป็นการทรมานสัตว์ การเรียนรู้ในเรื่องของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการศึกษาของ ศลิษา ธีรานนท์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2559) และภาวิณี เอี่ยมตระกูล และคณะ (2558) ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความต้องการอาหารที่มีความสะอาด ปลอดภัย ชุมชนไม่มีปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการคมนาคม และสิ่งอานวยความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีภาพลักษณ์ทางด้านธรรมชาติสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่พัก และการเดินทางที่ดี การมีระบบคมนาคมพื้นฐานอย่างทั่วถึงและเหมาะสม มีคุณภาพในการบริการ รวมถึงความปลอดภัยบนท้องถนนในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบ และรักษามาตรฐานการบริการแก่นักท่องเที่ยวในทุกด้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก จะส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (พงศธร จันทร์วิโรจน์ และณักษ์ กุลิสร์, 2554)

7. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจนำเที่ยว ที่พัก หรือการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ควรตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยมาเป็นอันดับแรก ทั้งความปลอดภัยในเรื่องของทรัพย์สิน และชีวิตของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่น การให้ความร่วมมือกับภาครัฐ และการร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นในการทำงานร่วมกัน การสร้างกระบวนการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ การให้ข้อมูลที่เป็นจริงของการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังคงนิยมสอบถามข้อมูลผ่านตัวแทน หรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และชุมชนโดยรอบ การไม่หลอกลวง คดโกง ข่มขู่ หรือทาร้ายนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกระทบเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

7.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายเกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงการเสริมสร้างความสนใจในการท่องเที่ยวในแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นที่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย เน้นกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญ และคุณค่าของอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ส่งเสริมาการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). SAFETY TOURISM ท่องเที่ยวปลอดภัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กวิน วงศ์ลีดี. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). การนำเสนอทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2561. สืบค้นจาก https://tatreview.files.wordpress.com/2017/11/tat42017_60-67-tourism-report.pdf.

จุฑาพร เริงรณอาษา. (2555). ไลฟ์สไตล์ ไทยแลนด์. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/content/273345.

จุฑาภรณ์ ฮาร์ล และศศิธร ง้วนพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(3), 415 – 426.

ทศพล เดชะ. (2553). ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บริษัท แบรนด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด. (2560). การศึกษาแนวโน้มและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตลาดเฉพาะ: กลุ่ม Local Experience. กรุงเทพมหานคร: แบรนด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช.

บุณยสฤษฎ์ อเนกสุข และ วศิน ปัญญาวุธตระกูล. (2559). การพัฒนารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 12(2), 218-243.

พงศธร จันทร์วิโรจน์ และณักษ์ กุลิสร์. (2554). พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง. วารสารสุทธิปริทัศน์, 25(77), 33 – 46.

ไพศาล กาญจนวงศ์. (2554). พาไปรู้จัก “สินค้าท่องเที่ยว” สืบค้นจาก https://cybertourism.wordpress.com/2011/09/02.

ภาวิณี เอี่ยมตระกูล ภฐเชษฐ์ กฤตยานุกล และทัตเทพ หนูสุข. (2558). พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อความปลอดภัยทางถนนสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10 (1), 88 -105.

เลิศพร ภาระสกุล. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศลิษา ธีรานนท์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: กรณีศึกษาภายหลังการเกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556 – 2557. วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ, 7(13), 38 – 55.

สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ อินทนิล.

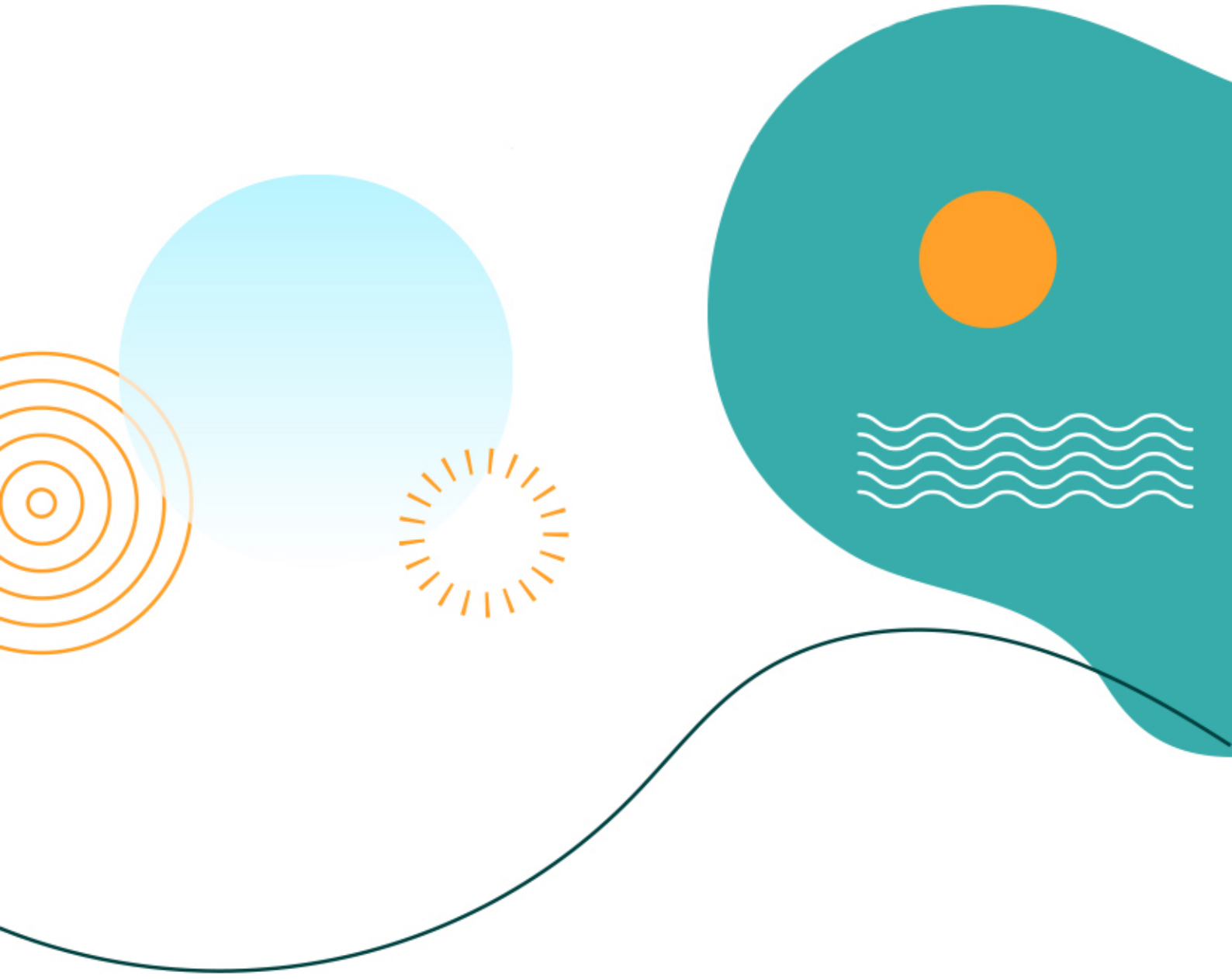
ABTA. 2017. Holiday Habits Report 2017. สืบค้นจาก https://abta.com/assets/uploads/general/Holiday_Habits _Report_2017.pdf.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W. and Engel, J. F. 2001. Consumer behavior. 9th ed. USA: Harcourt College Publishers.

Lomine, L. and Edmunds, J. 2007. Key Concepts in Tourism. New York: Palgrave Macmillan.

Middleton, V.T.C., Fyall, A., Morgan, M.&Ranchhod, A. 2009. Marketing in travel and tourism. 4th Ed. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Visit Scotland. 2015. Trends for 2016. สืบค้นจาก http://www.visitscotland.org/pdf/Insights%20Trends%202016.pdf.



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร