

## บทคัดย่อ

ในปัจจุบันภาคการท่องเที่ยวของภาคใต้พบว่ามีพัฒนาไปอย่างไม่สมดุล ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและนักท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยควรหันมาให้ความสำคัญกับการยกระดับราคาแทนการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นปริมาณ โดยการใช้กลไกทางราคาในการเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวและปรับโครงสร้างนักท่องเที่ยวเพื่อมุ่งสู่กลุ่มที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูง

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ดำเนินการเพื่อศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เพื่อนำเสนอแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและเพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงการตลาดเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) พื้นที่การศึกษาในครั้งนี้ครอบคลุมจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และพัทลุง โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 824 คน แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 680 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มหลักจำนวน 144 คน ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่สำคัญ คือ อายุ เพศ สัญชาติ รายได้ จำนวนวันท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ เช่น เพศ อายุ จำนวนวันพัก และปัจจัยทางการตลาด เป็นต้น แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย เช่น การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในหมวดที่มีศักยภาพ การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (กลุ่ม First Visitor) การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เป็นต้น ข้อเสนอแนะเชิงการตลาดของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เช่น การกระตุ้นค่าใช้จ่ายเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในการเพิ่มจำนวนวันพัก การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะทำให้เราสามารถยกระดับราคาสินค้าการท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ:** ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว; ความเต็มใจจ่าย; ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

## Abstract

There is an imbalance development in tourism in the South of Thailand. Tourists are overcrowded and concentrated in well-known tourist attractions causing an environment degradation and negative impact on tourist attractions in the South of Thailand. It is time to focus on an introduction of price mechanism to filter tourist overflows. Using efficient price mechanism for tourist products would help increase tourist expenditure and attract high quality tourists with high spending level.

This research aims to study (1) tourist expenditure and tourist willingness to pay for travelling to Aao-Thai Southern coast of Thailand. (2) factors determining tourist expenditure and willingness to pay for travelling to Aao-Thai Southern coast of Thailand. (3) guideline to increase travel expenditure of tourists in Aao-Thai Southern coast of Thailand. (4) marketing recommendations to travel expenditure of tourists in Aao-Thai Southern coast of Thailand. This study use Mix Method research methodology covering areas in Chumpon, Surat Thani, Nakorn Sri Thammarat, and Phattalung. 824 samples using accidental sampling comprise of 680 Thai tourists and 144 foreign tourist were interviewed with questionnaires.

The results reveal that age, gender, nationality, income, number of travelling days and marketing strategies are key factors which determine tourist expenditures. Regarding tourist willingness to pay several factors determine tourist expenditures such as gender, age, number of travelling days under different hypothetical circumstances. The study suggests several guidelines to increase tourist expenditure based on the finding of factor determines tourist expenditure and willingness to pay such as (1) promoting tourist expenditure in potential sub-item of the expenditure (2) upgrade price level of tourism products (3) expanding and penetrating first visitor market (4) increasing number of overnight stays. Marketing strategy recommendation such as promotion of Thai tourist expenditure, marketing activities to divert tourists from overcrowded area to other attractions and promotion of responsible and sustainable tourism would help increase tourist expenditure in Aao-Thai Southern coast of Thailand.

Keyword: Tourist expenditure; Willingness to pay; Aao-Thai Southern Coast.