

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์ แรงจูงใจ ความคาดหวัง ความต้องการ กลับมาเยือนซ้ำและวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใน 4 จังหวัดฝั่งอ่าวไทย (ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และพัทลุง) และ 5 จังหวัดฝั่งอันดามัน (ตรัง กระบี่ พังงา ภูเก็ต และระนอง) และเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการและการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ แบ่งออกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 691 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากับกลุ่มเพื่อน มีการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ การส่งเสริมการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์ ชุมชน ควรให้ความสำคัญกับสื่อเหล่านี้เป็นอันดับแรก นักท่องเที่ยวไม่นิยมพักค้างในแหล่งท่องเที่ยว และใช้เวลาอยู่ในพื้นที่ประมาณ 4 ชั่วโมงและนักท่องเที่ยวต้องการพักในรูปแบบ 2 วัน 1 คืน ดังนั้น ชุมชนควรจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เช่น โปรแกรมไม่พักค้าง โปรแกรมแบบพักค้างไว้ เป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้ทำเมื่อไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนใหญ่คือการชมวิถีชีวิตทัศน ทัศนียภาพรอบชุมชน การรับประทานอาหารใน ท้องถิ่น การถ่ายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมที่ได้ทำจริง พฤติกรรมการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางบวก และระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือความสนุกสนาน การได้ใกล้ชิด สัมผัสและอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ และการได้รับประทาน อาหารในท้องถิ่น ที่ถือว่าเป็นแนวทางให้กับชุมชนในการนำเสนอเมนูอาหารท้องถิ่นที่ปลอดภัย มี เรื่องราวและไม่เหมือนใครให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับประสบการณ์ที่ได้รับจริง ด้านความ ต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านทรัพยากร ต้องการให้มีวิถีชีวิต ชนบทธรรมเนียมประเพณีของชุมชนแบบดั้งเดิมและมีความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต้องการให้มีบริการด้วยอัธยาศัยที่ดี มี มนุษย์สัมพันธ์ดี อาหารและเครื่องดื่มสดใหม่สะอาด ด้านการจัดการ บริหารจัดการพื้นที่โดยคนใน ชุมชนและเน้นความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมเน้นกิจกรรมที่สร้าง จิตสำนึกด้านการอนุรักษ์และการเรียนรู้ นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความพึง พอใจในระดับมากและต้องการกลับไปเยือนซ้ำ

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

There are two key purposes of this research. The first aimed to explore the experiences, motivation, expectations, needs, intention to revisit, and travelling behaviors of Thai and foreign tourists on community-based tourism (CBT) in Southern Thailand, covering two areas. The two research areas are (1) Thai Gulf zone which includes four provinces-Chumporn, Surathanee, Nakhonsrithamrat, and Puttalong and (2) Andaman Provinces-Trang, Krabi, Phang Nga, Phuket, and Ranong. The second purpose aimed to provide policy recommendations for Community Based Tourism (CBT) management and marketing. The data was collected from sample groups of Thai and foreign tourists using questionnaires. There were 691 general tourists and 385 CBT tourists involved in data collection. The study found that for travel behaviors, most of tourists traveled with friends, received travelling information via the internet and social media. Therefore, priority should be given the internet and social media when promoting destination. Tourist didn't prefer to stay in CBT sites, and spent about 4 hours in the area. However, tourists who have never visited CBT sites prefer to stay overnight at CBT sites (2 days 1 night). The communities should design and organize various programs and activities to meet tourists's needs, such as a day trip, a half day programs and also an overnight programs. Furthermore, it was found that watching the scenery around the community, experiencing local food, taking photographs were the most expected to do when visiting CBT sites, which corresponded to their actual experience. In terms of tourists' motivation, the research showed that the most three important motivation to visit CBT sites were having fun, getting close to the nature, and eating local food, which is an opportunity for the communities to present the uniqueness, safety and storytelling of local menu. Those motivations were also in accordance with their actual experience. Finally, the research revealed the four issues that tourists needed the CBT sites to be considered. The first issue relating to tourism resources. They needed the community to reserve local ways of life and protect fruitful natural resources. The second issue was about tourist facilities and service, including friendliness of the locals and food safety. The third issue related to management, including local participation and safety. The final issue related to tourist activities that promote awareness of natural conservation and learning. Finally, the