

## โครงการวิจัย “พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด”

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการด้านท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดตราดในปัจจุบัน และ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกที่ได้พัฒนาขึ้น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่จังหวัดตราดเฉพาะบนบก กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ในช่วงธันวาคม 2557 – มีนาคม 2558 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 274 คน และประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้พัฒนาขึ้น ในช่วงมิถุนายน 2558 โดยการเก็บข้อมูลจะเก็บข้อมูลในจังหวัดตราด โดยใช้แบบสอบถาม กับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 573 คน

ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57) มีอายุระหว่าง 25-45 ปี (ร้อยละ 60.58) ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 37.96) มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทต่อคนต่อเดือน (ร้อยละ 47.45) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนการเดินทาง คือการสอบถามข้อมูลจากบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน (ร้อยละ 59.49) รองลงมาคือ Internet หรือเว็บไซต์ (ร้อยละ 53.65) เคยเดินทางมาจังหวัดตราดมากกว่าหนึ่งครั้ง และจะเดินทางมาอีกในอนาคต จุดเด่นของจังหวัดตราดคือทัศนียภาพ ประวัติศาสตร์อันโดดเด่น และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดตราดมากที่สุด ด้านทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเน้นคุณค่าของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 97.45) รองลงมาคือ การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 97.08) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าของพื้นที่ (ร้อยละ 92.34) เป็นการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ (ร้อยละ 90.15)

งานวิจัยชิ้นนี้นำผลจากการสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวบนบกของจังหวัดตราดและผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด มาร่วมกันออกแบบและพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแบ่งออกเป็น 3 อีเอ็ม ได้แก่ 1) เล่าเรื่องเมืองตราด เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 2) ชุมชนสร้างสรรค์ เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาวตราด และ 3) อาหารการกิน เยือนถิ่นผลไม้รสเลิศ โดยได้เลือก 2 อีเอ็มแรกเพื่อทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 44 รายการจาก 12 แหล่งท่องเที่ยว ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกที่ได้พัฒนาขึ้น พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมด 573 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ

ละ 55.70) อายุระหว่าง 25-45 ปี (ร้อยละ 53.50) ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.13) มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทต่อคนต่อเดือน (ร้อยละ 47.73)

ผลการวิจัยเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกที่ได้พัฒนาขึ้น ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกที่ได้พัฒนาขึ้น โดยผู้มาเยือนระบุว่า พึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเภทที่ไม่ต้องใช้ระยะเวลาอันยาวนานซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับผลการวิจัยส่วนที่ 1 ที่ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ การชื่นชมธรรมชาติหมู่เกาะต่าง ๆ ของทะเลตราด โดยเฉพาะเกาะช้าง ณ บริเวณสุดแผ่นดินตะวันออก ปรากฏการณ์แหลมงอบ (กระโจมไฟ) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประเภทชื่นชมธรรมชาติหาดทรายดำแห่งเดียวในสยาม และเป็น 1 ใน 5 ของโลก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประเภทล่องเรือชมธรรมชาติป่าชายเลน ตกปลาน้ำตื้น ล่องเรือดูปูก้ามดาบ ดูนกชายเลน ณ ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ตามลำดับ

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่ลึกซึ้ง และมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความหมายใกล้เคียงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แม้ว่าจะมีการระบุนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแบบสอบถามแล้วก็ตาม ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราดดำเนินไปอย่างมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน จำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์รูปลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้ความรู้แก่ชาวบ้าน บุคคลทั่วไป ให้เข้าใจถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด แรงจูงใจ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

## Abstract

The purposes of this study were to examine the travel motivations and behavior of Thai tourists towards creative tourism in Thailand, and to analyze the satisfaction towards proposed creative tourism activities in Trat province. Questionnaires were used to collect data from 294 tourists aged over 20 years traveling in Trat province during December 2014 to March 2015. Thirty in-depth interviews were conducted to gain the in-depth perspectives of Thais and foreigners of Trat creative tourism. During June 2015, the other questionnaire survey was conducted to investigate the tourists' satisfaction towards the proposed Trat creative tourism activities. The data was collected from 573 samples from both paper-based and online surveys.

Majority of the samples were females (57%), aged between 25-45 years old (60.58%), held Bachelor's degree (37.96%) with an average income of 20,000 Baht a month (47.45%). The sources of information needed to plan a trip were from family/friends (59.49%), and searching from the Internet or website (53.65%). Research findings showed that the principal travel motivations and attitudes towards creative tourism of sampled tourists were to emphasis on values of community (97.45%), to study and environment (97.08%) and to create bonds between tourists and local community (92.34 sightseeing, resting and relaxation (90.15%). The majority of respondents had traveled to Trat more than once, and intended to revisit in the future. The strengths of Trat province are the scenery, infamous history, and multitude of cultures differences. The creative tourism activities that interested them were either sightseeing, and visiting beautiful sea views, and scenery. Three major requirements of tourists towards creative tourism were safety of the destination, location of the travel attractions, activities with the local communities. Most tourists did not have a clear creative tourism concept. They visualized the creative tourism to be as similar to creative economy in which creative tourism would alleviate Trat images, and also economically enriched the local Trat community.

After thorough in-land Trat investigations, there were 34 sites. Three themes were later emerged and proposed accordingly, which are 1) historical and culture creative tourism, 2) community-based creative tourism, and 3) Trat food creative tourism. Only the first and second themes were chosen as proposed creative tourism routes. Therefore, the creative tourism satisfaction was conducted to study the Thai tourists were satisfied with the proposed Trat

creative tourism activities. Forty-four creative tourism activities from 12 locations were listed on the questionnaire survey. The majority of Thai tourists rated the “admiring the natural resources of the islands of Trat especially Koh Chang at Lam ngob” activity as one of the most favorable and likely to participate when the time and opportunity allows. Besides, the “admiring the black sand beach: one of the fifth in the world” activity was rated the second most satisfaction.

Majority of the samples were females (55.70), aged between 25-45 years old (53.50%), held Bachelor’s degrees (53.13%) with an average income of 20,000 Baht a month (47.73%). The result of this research suggests potential policies and measures for Trat to revisit Trat infrastructures and local communities and improved safety, cleanliness and basic infrastructure to serve future tourists. In addition, the Trat policy makers and related agencies should also promote Trat creative tourism; in essence of cultural diversity, historical venues, and เมืองสองแผ่นดิน widely and publicly to attract potential tourists who are likely to enjoy what Trat creative tourism activities offer.

**Keywords:** creative tourism, Trat; motivation and requirement, Travel behavior

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	(1)
บทคัดย่อ.....	(18)
สารบัญ.....	(22)
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	7
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>8</b>
2.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน	8
2.2 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	18
2.3 พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว	54
2.4 เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	74
<b>บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>82</b>
3.1 การกำหนดวิธีการศึกษา	82
ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด	82
3.2 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	84
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	84
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	85
การเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	87
การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด	91
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา.....</b>	<b>92</b>
4.1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด	92

4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้พัฒนาขึ้น	113
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>124</b>
5.1 สรุปผลการศึกษา	124
5.1.1 ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	124
5.1.2 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด	129
5.1.3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด	130
5.2 ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้	151
<b>เอกสารอ้างอิง.....</b>	<b>165</b>
ภาคผนวก ก รายนามผู้ให้สัมภาษณ์	172
ภาคผนวก ข แบบสอบถามพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด	174
ภาคผนวก ค แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด	183
ภาคผนวก ง ภาพการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด	189

## สารบัญตาราง

ตารางที่	รายการ	หน้า
ตารางที่ 2-1	จำแนกลักษณะของการท่องเที่ยวแต่ละประเภท	21
ตารางที่ 2-2	ตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ	28
ตารางที่ 2-3	ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย	31
ตารางที่ 2-4	แสดงสถานที่ ประเภท และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย	38
ตารางที่ 2-5	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	50
ตารางที่ 4-1	ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมประชากรของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้มาเยือน)	93
ตารางที่ 4-2	รายได้ส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (หน่วย: บาท) และสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	94
ตารางที่ 4-3	ระยะเวลา ข้อมูลการวางแผนการเดินทางมาเยือนจังหวัดตราด	95
ตารางที่ 4-4	สถานที่พำนักของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาค	96
ตารางที่ 4-5	วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาจังหวัดตราดในครั้งนี้อย่างกลุ่มตัวอย่าง	97
ตารางที่ 4-6	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการเดินทางมาเยือนจังหวัดตราดของนักท่องเที่ยว	99
ตารางที่ 4-7	ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวบนบกของจังหวัดตราด พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการใดเพิ่มเติม ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง	99
ตารางที่ 4-8	ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	100
ตารางที่ 4-9	ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่าง	101
ตารางที่ 4-10	การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่าง	103
ตารางที่ 4-11	แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่าง	105
ตารางที่ 4-12	ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมประชากรของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้มาเยือน)	114
ตารางที่ 4-13	รายได้ส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (หน่วย: บาท) และสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	115
ตารางที่ 4-14	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางเลือกที่ได้พัฒนาขึ้น	115
ตารางที่ 4-15	ค่า KMO และ Barlett's Test ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว	121

ตารางที่	รายการ	หน้า
ตารางที่ 5-1	รูปแบบประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดตราดตามรูปแบบกิจกรรมพื้นฐาน	133
ตารางที่ 5-2	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “เล่าเรื่องเมืองตราด เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม”	134
ตารางที่ 5-3	สรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “อาหารการกิน เยือนถิ่นผลไม้รสเลิศ”	143
ตารางที่ 5-4	ประเด็นยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการของจังหวัดตราดนำไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาได้	146
ตารางที่ 5-5	แสดงจำแนกตามองค์ประกอบเพื่อให้เห็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชัดเจนขึ้น	149



## สารบัญแผนภูมิและภาพประกอบ

ที่	รายการ	หน้า
แผนภูมิที่ 2-1	โมเดลของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	15
แผนภาพที่ 2-1	การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	23
แผนภูมิที่ 2-3	แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตามแรงจูงใจหลัก	65
แผนภูมิที่ 2-4	แผนภูมิแสดงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศ	68
ภาพที่ 2-1	กรอบแนวคิดของการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด และการประเมินความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด	80
แผนภูมิที่ 4-1	ผลการวิจัย	105
แผนภาพที่ 5-1	กรอบการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พ.ศ. 2555-2559	123
แผนภูมิที่ 5-1	แผนการจัดกิจกรรมตามทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	156
แผนภูมิที่ 5-2	แผนภูมิแสดงตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยนำความต้องการของท่องเที่ยวมากำหนดกิจกรรมที่สอดคล้องกับกิจกรรมในพื้นที่	157
แผนภูมิที่ 5-3	แผนภูมิแสดงตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยนำแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากำหนดกิจกรรมที่สอดคล้องกับกิจกรรมในพื้นที่	158
แผนภูมิที่ 5-4	แผนภูมิแสดงตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถทำได้	159