

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

นายชินวัตร บุญจันทร์

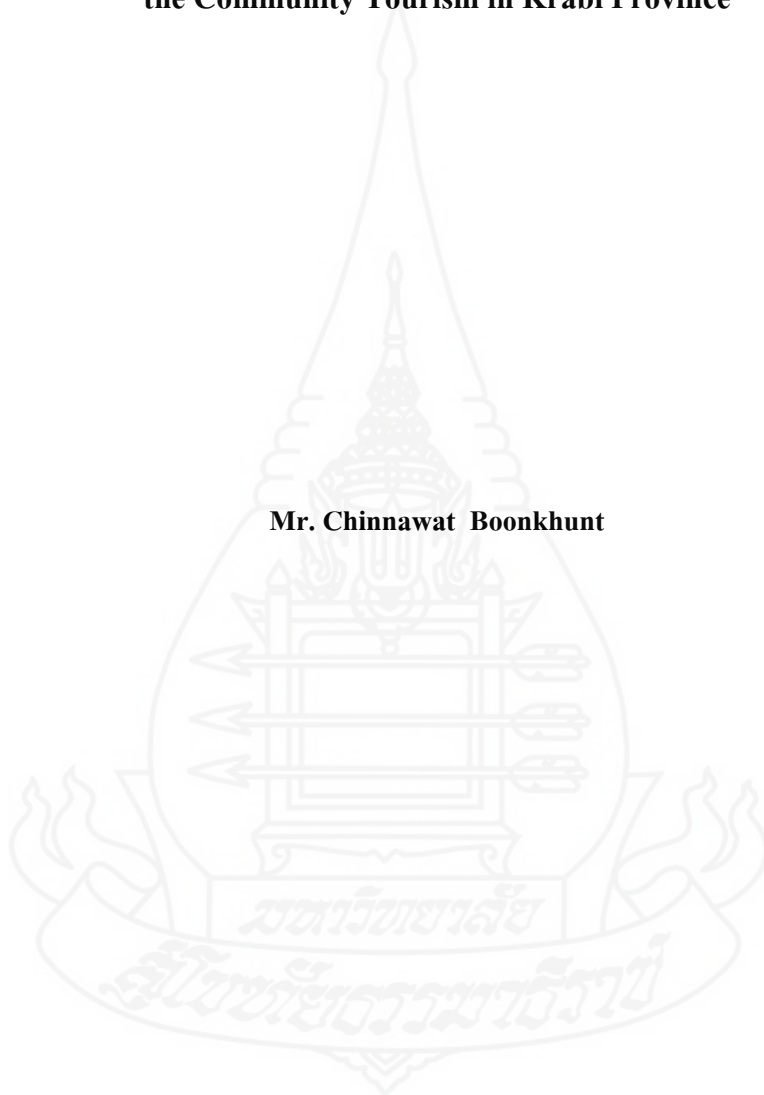


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2560

**Tourists' Behaviors and Marketing Mix Factors towards
the Community Tourism in Krabi Province**

Mr. Chinnawat Boonkhunt



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

2017

หัวข้อการศึกษาคั่นคว้ออิสระ พุทธศักราชของนักท่องเที่ยงและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่
ชื่อและนามสกุล นายชินวัตร บุญจันทร์
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง

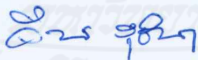
การศึกษาคั่นคว้ออิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2561

คณะกรรมการสอบการศึกษาคั่นคว้ออิสระ



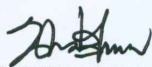
.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)



.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์จีราภรณ์ สุขัมมสภา)



.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

ผู้ศึกษา นายชินวัตร บุญจันทร์ **รหัสนักศึกษา** 2543002634 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ (2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ และ (3) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรโดยไม่ทราบขนาด ได้จำนวน 400 คน เลือกดตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า (1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยวโดยทางเครื่องบิน ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่แหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เป็นครั้งแรก เดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล และจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยวอีก (2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับมากด้วย และ (3) ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยว ตามปัจจัยด้านส่วนบุคคลพบว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำสำคัญ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวในชุมชน จังหวัดกระบี่

Independent Study title: Tourists' Behaviors and Marketing Mix Factors towards the Community Tourism in Krabi Province

Author: Mr. Chinnawat Boonkhunt; **ID:** 2543002634; **Degree:** Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Dr.Suree Khemthong, Assistant Professor; **Academic year:** 2017

Abstract

The objectives of this study were: (1) to study tourists' behaviors towards the community tourism in Krabi Province; (2) to study the importance level of marketing mix factors towards the community tourism in Krabi Province; and (3) to compare the importance level of tourism marketing mix factors towards the community in Krabi Province classified by personal factors of the tourists.

Population was the unknown exact numbers of Thai tourists travelling in Krabi Province. Sample size was determined at 400 samples and selected by convenient sampling method. Research instrument used for data collection was a questionnaire. Statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, T-test and F-test.

The results showed that: (1) the purpose of the majority of tourist's behavior towards community tourism in Krabi Province was relaxing, travelled by plane, acknowledged the information regarding the places of visit from internet, visited Krabi for the first time, spent times during holidays or festivals and would introduce visiting Krabi Province to friends or other people. (2) An overall image of the importance level of marketing mix factors towards community tourism in Krabi was at high. When considering each aspect, it was found that every aspect covering products, price, sales channels and promotion of sales channels was also at high level. (3) The comparison of the importance level of marketing mix factors towards community tourism in Krabi province classified by personal factors, it showed no significant differences in the importance level of marketing mix factors.

Keywords: Tourists' behavior, Marketing Mix, Community Tourism, Krabi Province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง และรองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุทธิम्मสภา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไข ตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆ และติดตามการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้อย่างใกล้ชิด นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อย สมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา บ่มเพาะจนผู้ศึกษาสามารถนำเอาหลักการมาประยุกต์ใช้และอ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อนักศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

ชินวัตร บุญจันทร์

ตุลาคม 2561



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
กรอบแนวคิดของการศึกษา	2
สมมติฐานการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	6
ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	14
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	39
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดกระบี่	40
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชน ในจังหวัดกระบี่	43
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่	46
ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ตามปัจจัยด้านประชากร	47
ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่	51
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	52
สรุปการศึกษา	52
อภิปรายผล	56
ข้อเสนอแนะ	59
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	64
ก แบบสอบถาม	65
ข ข้อมูลจังหวัดกระบี่	71
ประวัติผู้ศึกษา	90

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่.....	40
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชน ในจังหวัดกระบี่.....	43
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวม.....	45
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ จำแนกรายด้าน.....	46
ตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test จำแนกตามเพศ	48
ตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามอายุ	48
ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามสถานภาพ	49
ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามอาชีพ.....	50
ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามเงินเดือน.....	50



ญ

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา	3
ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด	15



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญสำหรับมนุษย์ เนื่องจากในโลกปัจจุบันมีอินเทอร์เน็ตย่อโลกให้เล็กลงทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และผู้ศึกษาค้นคว้ามีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยมีคำนิยามที่ว่า “กระบี่ เมืองชายทะเลในฝัน งดงามด้วยหาดทรายขาว น้ำทะเลใส ปะการังสวย ถ้ำโตรกชะงอกผา และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 130 เกาะ รวมกันเป็นมนต์เสน่ห์ที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน”

ซึ่งจังหวัดกระบี่ เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอันดามัน ตั้งอยู่ทางด้านฝั่งทะเลตะวันตกของภาคใต้ ติดกับทะเลอันดามัน อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ไปตามทางหลวงหมายเลข 4 (ถ.เพชรเกษม) ประมาณ 814 กม. มีพื้นที่ทั้งหมด 4,708,512 ตร.กม. หรือประมาณ 2,942,820 ไร่ อาณาเขตติดต่อ ทางทิศเหนือติดต่อกับ จังหวัดพังงาและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดตรังและทะเลอันดามัน ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดพังงาและทะเลอันดามัน

สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดกระบี่ ทางตอนเหนือประกอบด้วยเทือกเขายาวทอดตัวไปในแนวเหนือใต้ สลับกับสภาพพื้นที่แบบลูกคลื่นลอนลาด และลอนชัน มีที่ราบชายฝั่งทะเลด้านตะวันตก บริเวณทางใต้ มีสภาพภูมิอากาศเป็นภูเขากระจัดกระจาย สลับกับพื้นที่แบบลูกคลื่น ส่วนบริเวณทางตอนใต้สุดและตะวันตกเฉียงใต้ มีสภาพพื้นที่เป็นแบบลูกคลื่นลอนลาดจนถึงค่อนข้างเรียบ และมีภูเขาสูงๆ ต่ำๆ สลับกันไป บริเวณด้านตะวันตกมีลักษณะ เป็นชายฝั่งติดกับทะเลอันดามันยาวประมาณ 160 กม. ประกอบด้วยหมู่เกาะน้อยใหญ่ประมาณ 130 เกาะ แต่เป็นเกาะที่มีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 13 เกาะ เกาะที่สำคัญได้แก่ เกาะลันตา เป็นที่ตั้งของอำเภอเกาะลันตา และเกาะพีพี ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมือง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามติดอันดับของโลก บริเวณตัวเมืองมีแม่น้ำกระบี่ ยาวประมาณ 5 กม. ไหลผ่านลงสู่ทะเลอันดามัน ที่ ต.ปากน้ำ นอกจากนี้ยังมีคลองปกาสัย คลองกระบี่ใหญ่ และคลองกระบี่น้อย ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากเทือกเขาพนมเบญจา เทือกเขาที่สูงที่สุดในจังหวัดกระบี่

ภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีฝนตกชุกตลอดปี และมีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน มี 4 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ไปจนถึงเดือนเมษายน และฤดูฝน มี 8 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ไปจนถึงเดือนตุลาคม ที่เรียกกันว่า ฝนแปดแดดสี่

จังหวัดกระบี่ แบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ ได้แก่ อ.เมืองกระบี่ อ.อ่าวลึก อ.ปลายพระยา อ.คลองท่อม อ.เกาะลันตา อ.ลำทับ อ.เหนือคลอง และ อ.เขาพนม รวม 51 ตำบล 383 หมู่บ้าน 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 เทศบาลเมือง 9 เทศบาลตำบล และ 51 องค์การบริหารส่วนตำบล

จากที่กล่าวถึงจังหวัดกระบี่ ทำให้ผู้ศึกษาค้นคว้าสนใจที่จะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

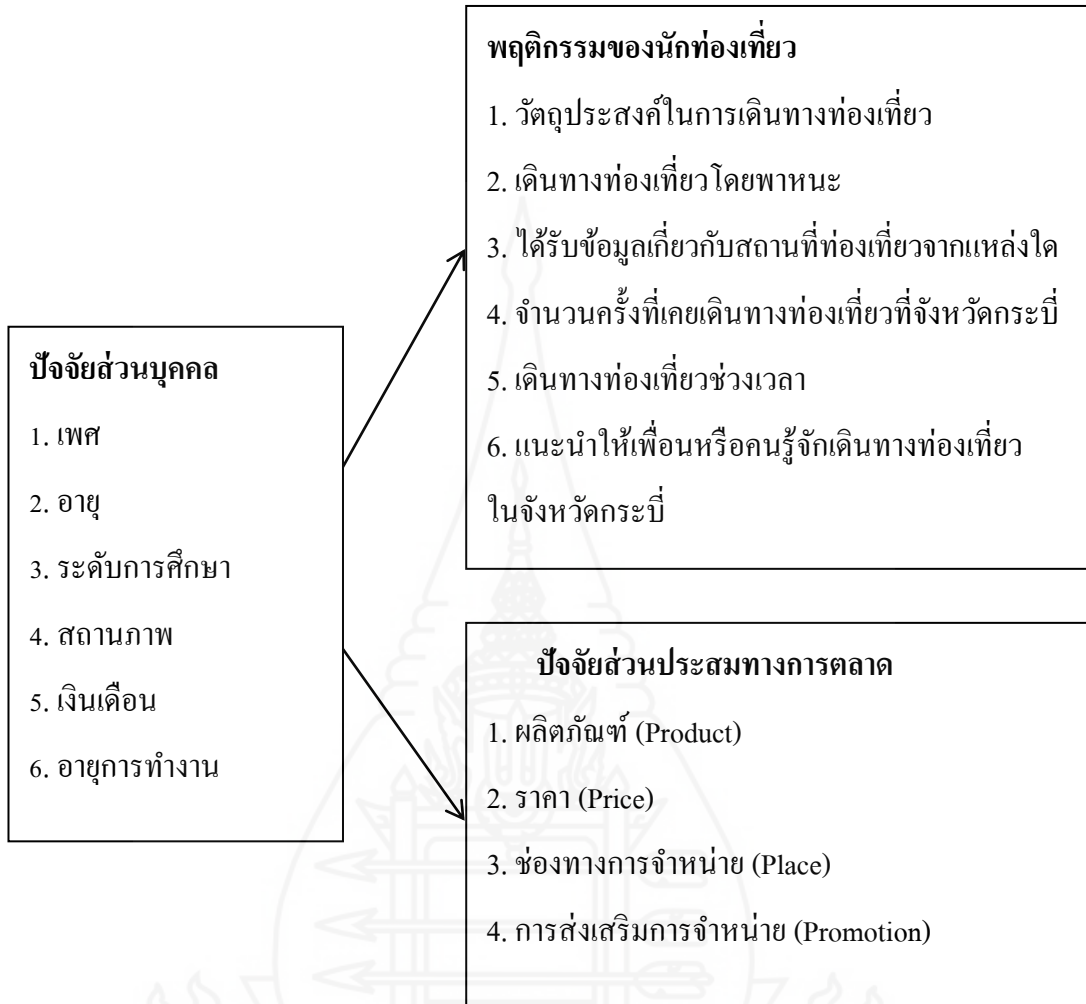
- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่
- 2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

3. กรอบแนวคิดของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษาไว้ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

4.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมช่องทางการจำหน่าย มีผลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

5. ขอบเขตของการศึกษา

5.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูลในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2561 ถึงเดือน ตุลาคม 2561

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร ได้แก่

5.4.1 *ตัวแปรอิสระ* ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ เงินเดือน อายุการทำงาน

5.4.2 *ตัวแปรตาม* ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1) *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว* ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวโดยพาหนะ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากแหล่งใด จำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่ การเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลา และการแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

2) *ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด* ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกนั้น ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจที่อาจถูกหรือผิด อารมณ์ที่ทั้งชอบและไม่ชอบ ความเชื่ออาจขึ้นกับศาสนา และเชื้อชาติ ประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้รับมาก่อน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการแสดงออกที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนตั้งแต่ 1) ก่อนการท่องเที่ยว 2) ระหว่างการท่องเที่ยว และ 3) หลังการท่องเที่ยว (สุริย์ เจริมทอง, 2554: 2-22 - 2-27)

6.2 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การประสมกลมกลืนกันพอดีขององค์ประกอบที่จะทำให้การตลาดประสบความสำเร็จ (เซวี่ โรจนแสง, 2553: 2-16)

องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าที่เรียกว่า 4P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

6.3 การท่องเที่ยวชุมชน คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนมีการดำเนินการเอง นับตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการและการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม ตลอดจนเกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในชุมชน และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง (ดร.ชนันท์ เอ็มพันธุ์ และเรณูภา กลัปลุข, 2554: 14-5 - 5-8)

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพื่อให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้น่าสนใจ

7.2 เพื่อให้ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจในธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน ได้ใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการดำเนินและพัฒนาธุรกิจต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ผู้ศึกษาได้ทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ศึกษา ในด้านแนวคิด ทฤษฎี หลักการต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาเรียบเรียงและเสนอรายละเอียดในหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่เกิดจากภายในตัวบุคคล และภายนอกตัวบุคคล พฤติกรรมบุคคลรวมถึงการกระทำของบุคคลทั้งที่สามารถสังเกตได้ และไม่สามารถสังเกตได้ พฤติกรรมภายในเป็นปฏิกิริยาในตัวบุคคลทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ที่เป็นรูปธรรมสามารถวัดได้หรือสัมผัสได้ ส่วนที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ความคิด ความรู้สึก เจตคติ ค่านิยม และความคาดหวัง เป็นต้น

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมภายนอก องค์ประกอบ 2 ประการใหญ่ๆ ของสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ได้แก่ กลุ่มบุคคลในสังคมและหน่วยธุรกิจปฏิริยาดังกล่าวจะเกิดขึ้นโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ได้ เกิดโดยตรง ได้แก่ การโฆษณา หรือเกิดโดยอ้อม การที่ผู้ร่วมงานของผู้บริโภคแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภค ในทางกลับกันผู้บริโภคเองก็มีอิทธิพลต่อกลุ่มสังคมและหน่วยธุรกิจ เช่น การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยเกินไป หน่วยธุรกิจจำเป็นต้องปรับปรุงสินค้าและบริการเสียใหม่ นอกจากนี้ สภาพการแข่งขันก็มีอิทธิพลทำให้หน่วยธุรกิจมีอิทธิพลระหว่างกันเองด้วย

ในฐานะผู้ซื้ออาจกล่าวได้ว่า เป้าหมายของการซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็คือ การได้รับความพอใจในสินค้าที่ซื้อมา ผู้บริโภคจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบตัดสินใจให้ได้ว่าจะซื้อดีไหม (Whether) ถ้าซื้อ ซื้ออะไร (What) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How to Purchase) เป็นต้น การตัดสินใจเบื้องต้นว่าจะซื้อดีไหม (Whether) สามารถตกลงใจได้ทั้งก่อนและหลังจากไปถึงตลาดแล้ว ผู้บริโภคอาจรู้โดยสัญชาตญาณว่าเขาต้องการสินค้านั้นหรือไม่ในกรณีนี้ไม่จำเป็นต้องมีกิจกรรมทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องหรือในอีกแง่หนึ่ง การตัดสินใจที่เกิดขึ้นหลังที่ผู้บริโภคเข้าตลาดแล้ว การตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าดีไหมขึ้นอยู่กับ การเสาะหาข้อมูลและการประเมินสินค้าในตลาดนั้น

การตัดสินใจว่าจะซื้ออะไร (What) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสินค้าที่มีให้เลือกในตลาด ผู้บริโภคค้นหาความพอใจ หรือประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้า แต่พอความพอใจบรรลุได้ก็โดยผ่านความเป็นเจ้าของสินค้าเท่านั้น นอกจากนี้ ยังขึ้นกับว่าสินค้านั้นจะสามารถสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคถึงระดับที่ผู้บริโภคต้องการหรือไม่เมื่อใดที่ผู้บริโภคตระหนักว่าตัวเองต้องการสินค้าเขาก็จะเข้าไปในตลาด

ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเมื่อใดวันไหน ฤดูไหน ขึ้นกับเวลาที่เขาต้องการสินค้านั้นหรือไม่ ทั้งนี้เพราะ ณ เวลาที่ต่างกันผู้บริโภคจะต้องการสินค้าต่างกัน เช่น แม่บ้านมักไปตลาดเพื่อจ่ายกับข้าวทุกเช้าวันเสาร์ใกล้ๆ บ้าน ขณะที่คนในเมืองซื้อจากห้างสรรพสินค้า

การตัดสินใจว่าซื้ออย่างไร เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับเวลาและความพยายามที่ใช้ไปในการซื้อสินค้าหรือไปซื้อกับใคร ผู้บริโภคจะต้องตอบคำถามทั้ง 5 ให้ได้จึงอาจกล่าวได้ว่าหัวใจสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การตัดสินใจซื้ออย่างไร (How)

เป้าหมายของการตลาดเพื่อสามารถเข้าถึงและสร้างความพอใจ ตรงตามความจำเป็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีขอบเขตในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่ม และองค์กร มีการเลือกซื้อ เลือกใช้ ชอบและไม่ชอบสินค้า ความคิดหรือประสบการณ์ที่สร้างความพอใจตามความต้องการและปรารถนาของตนได้อย่างไร

กล่าวโดยสรุปแล้วการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ก็คือการศึกษาเรื่อง 6W และ 1H นั่นเอง หมายความว่าเมื่อผู้บริโภครู้กำลังตัดสินใจว่าจะซื้อดีไหม (Whether) ในแง่ของนักการตลาดจึงเริ่มพิจารณา 6W และ 1H ดังนี้

Who	=	ใครเป็นผู้ซื้อ
What	=	ซื้ออะไร
When	=	ซื้อเมื่อไร
Where	=	ซื้อที่ไหน

- Why = ชื่อทำไม
 Whom = ชื่อเพื่อใครหรือใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
 How = ชื่ออย่างไร

รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นได้จากการกระทำของนักการตลาดหรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น ในที่นี้หมายถึงส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการพยายามหาแบบประกันที่เหมาะสมกับลูกค้ามาตลอดเวลา

สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจัดจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงการจัดสถานที่ เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลกแจกแถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคอันเกิดจากปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านการนำรหัส (Barcode) และบัตรเครดิตมาใช้บริการแก่ผู้ใช้บริการของห้างสรรพสินค้า

สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้นๆ

สิ่งกระตุ้นทางการแข่งขัน เช่น การแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ผู้บริโภคเร่งการซื้อหรือซื้อในปริมาณที่มากขึ้นได้

2. กล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) หมายถึง สิ่งที่สามารถไขปริศนาได้ว่า ทำไมผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมแบบนั้น แบบนี้ กล่องคำประกอบด้วยองค์ประกอบใหญ่ 2 ส่วนด้วยกัน คือ คุณลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

2.1 คุณลักษณะของผู้ซื้อ ประกอบด้วย

2.1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐาน และพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมแบ่งออกได้เป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยและชั้นทางสังคม

วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อ และพฤติกรรมการซื้อของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยคนไทย เป็นคนรักพวกพ้อง มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว และภูมิภาคที่แตกต่างกัน เป็นต้น กลุ่มย่อยนี้มีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการบริโภค แตกต่างกันด้วย

ชั้นทางสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคม จากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่จะเป็นแนวทางการแบ่งส่วนตลาด ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงอาชีพ รายได้ ตำแหน่งหน้าที่การงาน

2.1.2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านแนวคิดส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

2.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา การซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาได้แก่ ความต้องการ การจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือและทัศนคติ

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ หรือ ประกอบขึ้นด้วย 5 ขั้นตอน คือ ความรู้สึกต้องการ ความต้องการก่อนการซื้อ การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการใช้หรือความรู้สึกหลังการซื้อนั่นเอง

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyers Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 3.2 การเลือกยี่ห้อ (Brand Choice)
- 3.3 การเลือกจำหน่าย (Dealer Choice)
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- 3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

จากรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงทำให้นักการตลาดต้องศึกษารายละเอียดแต่ละหัวข้อให้รู้จักผู้บริโภคลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้งและเพียงพอ (ยุทธนา ธรรมเจริญ, 2555: 3-7 ถึง 3-13)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น

1. ความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น (สุริย์ เข้มทอง, 2554: 2-22 ถึง 2-27)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นได้ใช้แนวคิดเดียวกันกับพฤติกรรมของมนุษย์ (Human Behavior) ซึ่งหมายถึง การแสดงออก หรือการกระทำใดๆ ก็ตามที่มนุษย์กระทำตอบสนองต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ

- 1.1 องค์ประกอบด้านจิตใจ (Mind) ประกอบด้วย ความรู้สึก อารมณ์ และเจตคติ
- 1.2 องค์ประกอบด้านร่างกาย (Body) ประกอบด้วย กรรมพันธุ์ สรีรวิทยา และการกระทำทางด้านร่างกาย
- 1.3 องค์ประกอบด้านจิตวิญญาณ (Spirit) ประกอบด้วย ความเชื่อ ประสบการณ์ และปรัชญา

ดังนั้น ทุกครั้งที่มนุษย์แสดงพฤติกรรมอะไรก็ตามในตัวพฤติกรรมนั้นอาจจะประกอบไปด้วย อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้รับ และลักษณะการแสดงออกที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน

ดังนั้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นก็เช่นเดียวกันที่แสดงออกนั้นประกอบไปด้วย ความรู้ความเข้าใจที่อาจถูกหรือผิด อารมณ์ ที่ทั้งชอบและไม่ชอบ ความเชื่ออาจขึ้นกับศาสนา และเชื้อชาติ ประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้รับมาก่อน

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการแสดงออกที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนตั้งแต่
1) ก่อนการท่องเที่ยว 2) ระหว่างการท่องเที่ยว 3) หลังการท่องเที่ยว ดังนี้

1) พฤติกรรมก่อนการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ก่อนการเดินทาง
ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง เช่น การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวหรือ
สถานที่นั้นอยู่ที่ไหน ไปถึงได้อย่างไร มีที่พักที่ไหน ราคาเท่าไร และต้องทำการศึกษาภูมิอากาศและ
สิ่งแวดล้อม เช่น ถ้าต้องการเดินทางท่องเที่ยวตามเกาะต่างๆ หรือทะเล ควรเดินทางในช่วงเวลาใด
จึงจะปลอดภัยจากรมสุ่ม ช่วงเวลาที่เดินทางไปนั้นลักษณะภูมิอากาศเป็นอย่างไร นอกจากนี้ยังต้อง
ศึกษาสภาพแวดล้อมว่าเป็นป่า ภูเขา ทะเล ที่ราบสูง เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น
เป็นอย่างไร ควรเตรียมสิ่งของเครื่องใช้อะไร ไปบ้าง การแต่งกายและการเลือกใส่รองเท้าที่
เหมาะสมก็จะช่วยให้การท่องเที่ยวสนุกสนานมากขึ้นได้

2) พฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตาม
วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมตามความสนใจของตนเองที่ไม่ขัดต่อวิถีชีวิต
ของคนในท้องถิ่นที่ไปเยือน

3) พฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะประเมินสถานที่ท่องเที่ยว
ผู้ให้บริการกรณี que เดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว พฤติกรรมหลักการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นการ
บอกสิ่งที่ประทับใจ และไม่ประทับใจ หากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจ ก็จะไม่
กลับไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นอีก และไม่ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวอีก

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออก
ของนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ ได้แก่ การเลือก การซื้อและ
การใช้ผลิตภัณฑ์การบริการ ตั้งแต่ก่อนการท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังการท่องเที่ยว

2. รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐาน คือ การแบ่ง
นักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้น
เป็น 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ 2) นักเดินทาง (Travelers) นักท่องเที่ยว คือบุคคลซึ่งซื้อ
รายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการเดินทาง
ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง
 เป็นต้น

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ ดังนี้

1) สแตนลีย์ พ็อก ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทโดยการจัดแบ่งตามปัจจัยด้านจิตวิทยาส่วนบุคคลภาพ ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychometrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดีไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ ทั้งที่พัก อาหาร และสิ่งบันเทิงและบุคคลใหม่ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ

(2) นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychometrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินทางสายกลาง สามารถทดลองสิ่งใหม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งที่คุ้นเคย

(3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง (Mid-centrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ชอบผจญภัย แต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ๆ トラบเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือไม่ผิดปกติเกินไป

(4) นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มอยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ถึงกับชอบการผจญภัย แต่สามารถท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้

(5) นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจสิ่งใหม่ๆ (Allocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่สนใจในกิจกรรมหลากหลาย เป็นกลุ่มเปิดเผยและมีความมั่นใจในตนเอง ชอบผจญภัยอย่างมาก และเต็มใจออกไปเผชิญโลก เผชิญชีวิต การเดินทางท่องเที่ยวเป็นโอกาสให้พวกเขาได้แสดงออกมา ซึ่งความอยากรู้อยากเห็นและได้สนองความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวค่อนข้างบ่อย และชอบการท่องเที่ยวที่มีโอกาสร่วมกิจกรรม

2) เพอร์เรียท และคอร์เดน ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลางแต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

(2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

(3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้น้อย

(4) นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางค่อนข้างยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวอย่างมากแต่ไม่สนใจกับการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลาในการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

3) โคเสน ได้เสนอรูปแบบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ 5 รูปแบบ ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

(2) นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมหืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

(3) นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

(4) นักท่องเที่ยวแบบชอบลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

(5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน

4) สำนักงานเศรษฐกิจศึกษาประเทศเยอรมนี ได้เสนอรูปแบบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ 7 รูปแบบ ดังนี้

- (1) นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลทะเล (Active Sea Lovers)
- (2) นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded Holiday Markers) จิตใจชอบติดต่อกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
- (3) นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
- (4) นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ
- (5) นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและมิตรใหม่
- (6) นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว
- (7) นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

รูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่นักวิชาการได้ทำการศึกษาข้างต้นพบว่ารูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เสนอโดยนักวิชาการ โคอเฮนและนักวิชาการสแตนลีย์ ฟ็อก นั้นได้รับการยอมรับว่าเป็นรูปแบบพฤติกรรมที่ได้จากการศึกษาในเชิงลึกที่มีความเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมส่วนบุคคลกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การประสมกลมกลืนกันพอดีขององค์ประกอบที่จะทำให้การตลาดประสบความสำเร็จ องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าที่เรียกว่า 4P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การดำเนินการทางการตลาดผู้บริหารการตลาดต้องจัดการให้มีการดำเนินการในองค์ประกอบทั้ง 4 ตัวไปพร้อมๆ กัน ในอัตราส่วนที่เหมาะสมพอดีเพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากผู้บริโภค (เซาว์ โรจนแสง, 2553: 2-16)

องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดจะประกอบด้วยรายละเอียด ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด คือ กรอบในการกำหนดกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการการตลาด โดยพิจารณากำหนดแผนตามองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด เช่น กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

Product	—————>	Consumer
Price	—————>	Cost
Place	—————>	Convenience
Promotion	—————>	Communication

ผลิตภัณฑ์จัดเป็นหัวใจสำคัญของส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หากผลิตภัณฑ์ไม่อาจตอบสนองความต้องการของลูกค้าและไม่สามารถทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจแล้ว การปรับใช้ กลยุทธ์ ด้านราคา การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ ก็คงไม่อาจทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้าม หากลูกค้าถึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ก็จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ และการมีการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มเติมอีก จนอาจกลายเป็นลูกค้าประจำ นอกจากนั้น ลูกค้าอาจแนะนำผลิตภัณฑ์นั้นให้คนอื่น ๆ โดยการบอกต่อ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมและเพิ่มโอกาสในการขาย และยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการอีกด้วย ดังนั้นการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เสมอจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวในทัศนะทั่วไป (สุวรรณ จุฑากรณ์, 2553: 2-6 - 2-10) การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากนิยามของการท่องเที่ยวนักวิชาการบางท่านได้ให้ความหมายไว้ ยกตัวอย่างเช่น ลอว์สัน และบอดด์ โบวี (Lawson & Baud-Bovy) (McIntosh and Goeldne, 1995) ได้ให้ความหมายการ ท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้น ในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่วน อาร์ ดับบลิว แม็ค อินทอช (R.W. Mc Intosh) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

นอกจากนั้น องค์การที่ดำเนินงานท่องเที่ยวบางแห่งก็ใช้คำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) และการเดินทาง (Travel) สลับปะปนกันไป หน่วยงานที่ใช้คำว่า การท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใช้ภาษาอังกฤษว่า Tourism Authority of Thailand ในขณะที่หน่วยงานบางแห่งใช้คำว่า การเดินทาง (Travel) เช่น องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Pacific Asia Travel Association (PATA) องค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งจัดตั้งขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ใช้ชื่อว่า International Union of Official Travel Organization (IUOTO) ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อโครงการเป็น องค์การท่องเที่ยวโลก ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า World Tourism Organization (WTO) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2513 และต่อมาได้เข้าร่วมเป็นสาขาหนึ่งของสหประชาชาติ

(United Nation -UN) และใช้ชื่อว่า United Nation World Tourism Organization (UNWTO) เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้คำย่อที่ซ้ำกับองค์การการค้าโลก (World Trade Organization – WTO) และบางองค์กรใช้คำสองคำร่วมกัน เช่น สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council -WTTC)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเดินทาง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคำว่า การท่องเที่ยว และการเดินทาง จะใช้สลับกันจนเกือบมีความหมายเดียวกันข้างต้น แต่การเดินทางบางประเภทก็ไม่แน่ว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างนักวิชาการทางการท่องเที่ยวโดยองค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (IUOTO) หรือองค์การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน ได้ใช้ข้อสรุปจากการประชุมของสหประชาชาติ (United Nation) ว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 ซึ่งกำหนดการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การนำเสนอความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นการมองเฉพาะในส่วนของผู้ที่เดินทาง คือ นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเท่านั้น ปัจจุบัน เมื่อมีการพัฒนาระบบสถิติพัฒนาระบบสถิติธุรกิจเพื่อใช้ในการกำหนดสาขาธุรกิจในการเปิดการค้าเสรี และพัฒนาระบบบัญชีประชาชาติเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account) ก็ได้กำหนดหมวดหมู่ของสาขาการท่องเที่ยวได้ตามบัญชีประเภทธุรกิจทั่วไปด้วย เพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน (Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework (UNWTO))

3.2 ความหมายของการเดินทางท่องเที่ยวในเชิงวิชาการ

หากจะมองให้ครอบคลุมกระบวนการของคำว่าการท่องเที่ยวทั้งหมด จะต้องพิจารณาในส่วนของผู้ให้บริการหรืออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ประกอบกันด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ แม็ค อินทอช และโกลด์เนอร์ (Mc Intosh and Goeldne, 1995) ที่สรุปว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งรัฐบาลเจ้าของประเทศเจ้าภาพและประชาชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดใจด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิต แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

ดังนั้น หากจะอธิบายคำว่า การท่องเที่ยว ให้ครอบคลุมที่สุด จะต้องพิจารณา 4 องค์ประกอบหลักต่อไปนี้ คือ

1. นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ ทั้งประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยทางการสัมผัสทางกายและทางจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเลือกทางเดิน

2. ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือธุรกิจที่ผลิตสินค้าและให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ องค์กรหรือหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้น เพื่อควบคุมดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแนวนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือประชาชน ซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว นอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางโอกาสยังรวมถึงหน่วยงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง โดยคนท้องถิ่นเข้ามาทำงานเป็นพนักงานของธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่

โดยสรุป การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนหรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง (นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน) กับผู้คนในท้องถิ่น เกิดกับธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

3.3 การจำแนกประเภทผู้เดินทาง

เนื่องจากนานาประเทศเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว และเห็นความจำเป็นในการเก็บข้อมูลสถิติทางการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการวางแผนและเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างประเทศ ที่ประชุมองค์การสหประชาชาติ (United Nations) ว่าการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 (World Tourism Organization, 1996) ซึ่งได้จำแนกประเภทของผู้เดินทาง (Traveler) ออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะและวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ

1. กลุ่มที่รวมอยู่ในสถิติการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และวัตถุประสงค์ต่างๆ อาทิ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อธุรกิจ เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการประกอบกิจกรรมเพื่อเยี่ยมญาติ/มิตร เพื่อกิจกรรมทางศาสนา เพื่อการกีฬา ฯลฯ แต่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ณ สถานที่นั้น ซึ่งรวมเรียกว่า ผู้มาเยือน (visitor)

คำว่า ผู้มาเยือน จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการเยือน และการพักค้างคืน ณ สถานที่ไปเยือนนั้น ลักษณะดังกล่าวทำให้สามารถแยกผู้มาเยือนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ซึ่งได้แก่

1.1.1 ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน

1.1.2 ผู้ที่มีสัญชาติของประเทศนั้น หรือเดิมเป็นคนในถิ่นนั้นแต่ปัจจุบันไม่ได้มีถิ่นพำนักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้นแล้ว เช่น คนที่มีสัญชาติไทยแต่ไปอาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกาแล้วเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย เป็นต้น

1.1.3 ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่มีถิ่นพำนัก ณ สถานที่ไปเยือน ซึ่งเข้าไปพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น

1.2 นักทัศนาจร หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพำนักอยู่ ณ สถานที่นั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่พักค้างคืน ได้แก่

1.2.1 ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเดินสมุทร (Cruise Passenger) ซึ่งมาแวะพักชั่วคราวและไม่ได้พักค้างคืน

1.2.2 ผู้มาเยือนที่จากสถานที่ที่นั้นและกลับไปภายในวันเดียว (Same day visitor)

1.2.3 ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ ประเทศหรือสถานที่นั้น และแวะพักเพียงชั่วคราว ในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง

จำแนกตามถิ่นพำนักของผู้มาเยือน ซึ่งสามารถจำแนกผู้มาเยือนได้ 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1) ผู้มาเยือนขาเข้า (inbound visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักในต่างประเทศและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งรวมถึงคนที่มีสัญชาติของประเทศนั้นด้วย หากแยกคนสัญชาติประเทศนั้นออกจะเรียกว่าผู้มาเยือนนานาชาติ (international visitor)

2) ผู้มาเยือนขาออก (outbound visitor) หมายถึง ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศหนึ่งซึ่งรวมคนที่มีสัญชาติอื่นด้วยและเดินทางออกไปยังประเทศอื่น

3) ผู้มาเยือนภายในประเทศ (domestic visitor) หมายถึง ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น นอกจากกลุ่มผู้มาเยือนขาเข้าและกลุ่มผู้มาเยือนภายในประเทศ (inbound visitor & domestic visitor) อาจเรียกว่า ผู้มาเยือนในประเทศ (internal visitor) ก็ได้

2. กลุ่มที่ไม่รวมอยู่ในสถิติการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่เดินทางไปเพื่อประกอบอาชีพหรือแสวงหาผลประโยชน์ในสถานที่นั้นๆ ได้แก่ คนงานตามชายแดน (border workers) ผู้เร่ร่อน (nomads) ผู้อพยพ (refugees) ทหารต่างชาติที่เข้ามาประจำการ (member of the armed forces) เจ้าหน้าที่กงสุล (representation of consulates) เจ้าหน้าที่ทางการทูต (diplomats) ผู้ย้ายถิ่นชั่วคราว (temporary immigrants) ผู้ย้ายถิ่นถาวร (permanent immigrants) และผู้โดยสารผ่าน (transit passengers)

ปัจจุบันประเทศสมาชิกขององค์การท่องเที่ยวโลก รวมทั้งประเทศไทยได้ใช้คำนิยามดังกล่าวเป็นหลักเกณฑ์ในการเก็บสถิตินักท่องเที่ยวกันอย่างแพร่หลาย

อย่างไรก็ดี สำหรับประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนนิยามคำว่า นักท่องเที่ยว (tourist) จากนิยามขององค์การท่องเที่ยวโลกเล็กน้อย เพื่อให้สอดคล้องเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดสูงสุดที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพักอาศัยอยู่ในประเทศไทย ตามข้อกำหนดการตรวจตราหนังสือเดินทาง (visa) ที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้กำหนดไว้คือ จากที่องค์การท่องเที่ยวโลกกำหนดว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี มาเป็นนิยามของประเทศไทยว่า ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน จะเห็นว่ามีความแตกต่างกันเฉพาะช่วงเวลาที่พักค้างเท่านั้นเพื่อให้สอดคล้องกับการกำหนด visa ของไทย ซึ่งอนุญาตให้ได้ไม่เกิน 90 วัน ทั้งนี้ไม่รวมการขอ

ต่ออายุเมื่อเข้ามาในประเทศแล้ว ขณะเดียวกันหลายๆ ประเทศใช้กลยุทธ์ในการดึงดูดให้ผู้มาเยือนชั่วคราวได้ใช้เวลาสั้นๆ ในประเทศของตนในการใช้จ่ายใช้สอยหรือชมแหล่งท่องเที่ยวเด่นๆ เพื่อเป็นการจูงใจให้มาท่องเที่ยวอีกเมื่อมีโอกาสในอนาคต

3.4 การท่องเที่ยวชุมชน

3.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ดร.รชนี เอมพันธุ์ และ เรณูภา กลัปสุข (2554: 14-5 - 5-8) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนมีการดำเนินการเอง นับตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการและการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม ตลอดจนเกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในชุมชน และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีหลักการที่สำคัญดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ใกล้เคียง
- 2) การท่องเที่ยวต้องมีความยั่งยืน ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว
- 3) ประชาชนท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมอย่างจริงจังตั้งแต่ ร่วมคิด ร่วมทำและประเมินผลติดตามผล
- 4) การท่องเที่ยวนำรายได้หรือประโยชน์อื่นๆ มาสู่ชุมชนและเกิดการกระจายรายได้ดังกล่าวอย่างเป็นธรรม
- 5) การท่องเที่ยวให้ประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ทั้งยังก่อให้เกิดจิตสำนึกในการท่องเที่ยวที่ดี และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจในชุมชนท้องถิ่น และ/หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนท้องถิ่นดูแลจัดการ

3.4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความสำคัญต่อชุมชนในด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) ด้านเศรษฐกิจ
 - (1) ก่อให้เกิดรายได้ เช่น ได้รับรายได้จากการบริการนำเที่ยวเดินป่า รายได้จากค่าที่พักและอาหารในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว และการซื้อสินค้าของที่ระลึก
 - (2) ก่อให้เกิดการจ้างงานท้องถิ่น ซึ่งเป็นแรงงานที่ต้องใช้ความละเอียด และทักษะเฉพาะ จึงทำให้ได้รับค่าจ้างที่สูงกว่าการจ้างงานใช้แรงงานทั่วไป รวมถึงลดการอพยพย้ายถิ่นเพื่อเป็นแรงงานในเมืองของประชาชนท้องถิ่น

(3) ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจะเพิ่มพูนมากขึ้น เมื่อมีการนำเอาทรัพยากรหรือวัตถุดิบของชุมชนมาผลิตและใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ก่อให้เกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายเป็นรอบๆ ต่อเนื่องกันไปตามหลักทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ เรียกว่า ผลของตัวทวีคูณ (Multiplier effect)

2) ด้านสังคม

(1) ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือจากนิยามในการเป็นผู้จัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่รักษาสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

(2) ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น โดยการได้รับรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว ลดความยากจน มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และการท่องเที่ยวอาจนำมาซึ่งการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภคที่เหมาะสมกับท้องถิ่นนั้น เช่น ถนน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เป็นต้น

(3) ก่อให้เกิดองค์ความรู้และทักษะที่เพิ่มเติมขึ้น จากกระบวนการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนความรู้ และวัฒนธรรมระหว่างชุมชนด้วยกัน ชุมชนท้องถิ่นกับหน่วยงานภายนอก และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว ซึ่งองค์ความรู้และทักษะต่างๆ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจจัดการทรัพยากรอื่นๆ ของชุมชน

(4) ก่อให้เกิดการกระชับความผูกพันระหว่างสมาชิกในชุมชน โดยผ่านการทำงานร่วมกัน ได้รู้จักสนิทสนมกัน มีการพูดคุยสื่อสารกันในชุมชน เมื่อได้เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวด้วยกัน เช่น การประกอบอาหารต้อนรับนักท่องเที่ยว การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

(5) ก่อให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่น ซึ่งเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน ทำให้เยาวชนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าของธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจอันนำมาสู่ความหวงแหนและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวดังกล่าว

(6) ลดการอพยพย้ายถิ่นของประชาชนในท้องถิ่น การมีรายได้พอเพียง ซึ่งได้รับเพิ่มเติมจากการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างอาชีพในท้องถิ่น ย่อมช่วยให้สมาชิกในครัวเรือน เช่น หัวหน้าครัวเรือน หรือบุตรไม่ต้องอพยพไปหางานและรายได้จากที่อื่น ทำให้สถาบันครอบครัวเข้มแข็ง ลดปัญหาทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการที่ครอบครัวไม่สามารถอยู่พร้อมหน้ากัน

(7) ก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้มาเยือนและได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่ากลับไป เป็นการสร้างเสริมทรัพยากรบุคคลของชาติให้มีสุขภาพจิตและสุขภาพกายที่แข็งแรง

3) ด้านสิ่งแวดล้อม

- (1) รักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและไม่เสื่อมโทรม
- (2) คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดี มีความสะอาด สวยงามร่มรื่นและเป็น

ระเบียบ

(3) เกิดความหวงแหนในทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมตามมา

(4) ป้องกันการบุกรุกทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์หรือโบราณสถานต่างๆ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนในพื้นที่เหล่านั้นบ่อยๆ ผู้กระทำความผิด เช่น ลักลอบตัดไม้ ล่าสัตว์ หรือขุดหาทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินจะไม่สามารถดำเนินการได้โดยสะดวก เนื่องจากอาจเป็นที่พบเห็นและถูกจับกุมได้ง่าย

(5) ทำให้เกิดแนวร่วมในการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ ขึ้นระหว่างประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อมีความรักและหวงแหนสิ่งเดียวกันแล้ว นักท่องเที่ยวอาจเป็นกำลังสำคัญให้ประชาชนท้องถิ่นในการรักษาทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น ชุมชนเกาะยาว จังหวัดพังงาที่ถ่ายทอดความมุ่งมั่นในการรักษาวิถีการประมงพื้นบ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้และเกิดเครือข่ายความร่วมมือจากนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นบุคคลในสื่อมวลชน ข้าราชการและเอกชนต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนได้

3.4.3 ลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีลักษณะที่สำคัญสรุปได้ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนหรือในพื้นที่ชนบท ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักคือ ชุมชน สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ วิถีชีวิต รวมถึงวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ใกล้เคียง

3) ประชาชนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องนำรายได้หรือประโยชน์อื่นๆ มาสู่ชุมชนและเกิดการกระจายรายได้ดังกล่าวอย่างเป็นธรรม

5) กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเป็นการให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ทั้งยังก่อให้เกิดจิตสำนึกในการท่องเที่ยวที่ดี และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจในชุมชนท้องถิ่นและ/หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนท้องถิ่นดูแลจัดการ

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ต้องครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านการบริการ 3) ด้านตลาดของการท่องเที่ยว และ 4) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงองค์กรและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีรายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญของการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น คือ สักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว (Tourism Carrying Capacity) เพื่อให้ทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่ได้อย่างยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไปอย่างถาวร และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นตามมา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงดำเนินการตามหลักการต่างๆ ดังนี้

- (1) การประเมินคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความสนใจเฉพาะด้านของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธรรมชาติ วิถีชีวิตท้องถิ่นและการอนุรักษ์
- (2) การจัดการเพื่อรักษาคุณค่าความสำคัญในการเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ให้ได้
- (3) ต้องมีการจำแนกเขตการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวและการรักษาระบบนิเวศ รวมไปถึงกำหนดมาตรการหรือเงื่อนไขการใช้พื้นที่ต่างๆ
- (4) แสวงหาความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- (5) ต้องมีการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้จากการท่องเที่ยวไปยังทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- (6) ต้องมีการติดตามตรวจสอบและประเมินสถานภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจจัดการพื้นที่และทรัพยากรที่ถูกต้อง

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรเป็นกิจกรรมที่ 1) นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ใกล้ชิดและได้รับประสบการณ์ตรงจากธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น 2) มีโอกาสได้เข้าใจเรียนรู้ และเกิดความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว 3) มีโอกาสที่จะสร้างงานและรายได้แก่คนท้องถิ่น และ 4) กิจกรรมที่ส่งผลด้านการอนุรักษ์ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมทางตรงหรือทางอ้อม และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น

การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังต้องให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคาดหวังจะได้รับและเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้านให้เกิดการเรียนรู้และเกิดความประทับใจ เข้าใจในธรรมชาติ ท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชุมชนให้มากขึ้น พิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในพื้นที่ สร้างเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับที่อยู่บนหลักการของการเคารพธรรมชาติ การเดินเที่ยวชมภายในหมู่บ้าน ร่วมกิจกรรมในวิถีชีวิตของชุมชน

ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับทรัพยากรท่องเที่ยวที่ชุมชนนั้นมีหรือสามารถเข้าถึงและนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวได้

2) การจัดการด้านการตลาดและนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปที่ต้องการเรียนรู้ชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น โดยพยายามที่ใช้ชีวิตอย่างที่คนในท้องถิ่นนั้นทำหรือเป็นอยู่ เช่น การกิน การพักบ้านชาวบ้าน ร่วมทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน ชอบที่จะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางด้านสังคม การเมือง และการพัฒนาสังคมหรือมีความสนใจพิเศษด้านมานุษยวิทยาหรือสิ่งแวดล้อม และต้องการที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวที่คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงเป็นนักท่องเที่ยวที่พร้อมจะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่น และไม่ต้องการให้มีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกสบายในลักษณะเช่นเดียวกับถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัยหรือคุ้นเคย หรือในลักษณะที่ได้รับการบริการในเมืองใหญ่หรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ โดยทั่วไป แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ขาดประสบการณ์หรือขาดความรู้ในเรื่องการปฏิบัติตัวที่ถูกต้องหรือเหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่สำคัญของคนในชุมชนเจ้าของพื้นที่และผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จะต้องให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตนและกฎระเบียบต่างๆ ก่อนเริ่มต้นการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะยั่งยืนและประสบผลสำเร็จทางเศรษฐกิจได้ ต้องอาศัยการตลาดเป็นเครื่องมือในการติดต่อประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไม่ได้หมายถึงการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเท่านั้น แต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อคัดเลือกนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการสื่อสารให้เข้าใจตรงกันถึงลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้

นักท่องเที่ยวตัดสินใจล่วงหน้าว่า การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตนต้องการหรือไม่ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดตามส่วนผสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือ เพื่อให้ได้นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเหมาะสมกับรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด

3) การบริการด้านต่างๆ การบริการสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ครอบคลุมการบริการที่เกี่ยวกับที่พัก อาหาร ยานพาหนะขนส่งนักท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการกิจกรรมท่องเที่ยว การนำเที่ยวและการสื่อความหมายธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว ในบางแห่งการบริการเรื่องที่พักหรืออาหารอาจไม่จำเป็น ขึ้นอยู่กับสภาพหรือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว การบริการด้านต่างๆ ที่มีโอกาสสร้างรายได้แก่ประชาชนท้องถิ่น เช่น บริการที่พัก อาหาร ยานพาหนะและมัคคุเทศก์นำเที่ยวนั้น ต้องให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและดำเนินกิจการต่างๆ ในภาคบริการดังกล่าว เช่น จัดที่พักที่สอดคล้องกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น (ecolodge) หรือจัดที่พักในบ้านของชาวบ้าน (home stay) เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวเดินป่า และเป็นนักสื่อความหมายธรรมชาติ อย่งไรก็ดี การบริการต่างๆ ต้องสอดคล้องกับหลักการของการจัดการการท่องเที่ยวข้ออื่นๆ เช่น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีขนาดเล็ก และกลมกลืนกับการรักษาสภาพแวดล้อมท้องถิ่นนั้น การบริการอาหารไม่ควรนำเนื้อสัตว์ป่ามาประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น และไม่พยายามเปลี่ยนแปลงสภาพของวิถีชีวิตหรือธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาจากสภาพแวดล้อมในเมืองมีความสุขสภาพตามความคุ้นชิน แต่ควรเน้นการบริการที่สะอาด ประหยัดและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงาน

4) การบริหารจัดการ จัดได้ว่าเป็นแกนหรือกลไกสำคัญในการควบคุมดูแล และจัดการให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ การบริหารจัดการนี้ ประกอบด้วยองค์กรและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมไปถึง แผนงานโครงการ มาตรการและกฎระเบียบต่างๆ ในการควบคุมดูแลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้องและยังเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการ

องค์กรและผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ทำหน้าที่บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพนั้นมีอยู่หลายฝ่ายด้วยกัน ซึ่งมีทั้งหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช หรือองค์กรท้องถิ่น เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด องค์กรเหล่านี้ล้วนมีหน้าที่ในการดูแลจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน จัดการและป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวในทุกองค์ประกอบ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบำรุงรักษา จัดการบริหารด้านการบริการต่างๆ โดยดูแลให้การบริการต่างๆ ได้มาตรฐาน เช่น ความปลอดภัย ความสะอาด เป็นต้น และมีการจัดการบริการด้านการเงิน รวมไปถึงบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่างๆ

ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการท่องเที่ยวในพื้นที่ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้การสนับสนุนการจัดทำแผนและงบประมาณสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการรับรองมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และยังมีผู้ประกอบการหรือภาคเอกชนที่เข้ามาดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญในการจัดการให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยต้องเป็นผู้ประกอบการที่เข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถช่วยเหลือชุมชนในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและป้องกันผลกระทบโดยการให้คำแนะนำที่ถูกต้องเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ องค์กรภาค เอกชน หน่วยงานบริการด้านวิชาการต่างๆ เป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญในการพัฒนาและสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เป็นไปได้ไปอย่างเหมาะสม

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยในประเทศ

ปริษา ลาปะ (2558) การศึกษาคั้งนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยแจกแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ราย ผลการศึกษามีดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติที่ทัศน ทัศนที่มาจากท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาในวันหยุดสุดสัปดาห์ การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การท่องเที่ยววัฒนธรรมส่วนใหญ่เลือกมาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬาเลือกมาที่ปาลิโอเขาใหญ่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่เลือกมาที่สวนสัตว์นครราชสีมาพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ความถี่ในการท่องเที่ยวมากกว่า 6 ครั้ง/ปี ช่วงเวลาในการมาเที่ยวส่วนใหญ่ ไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เกิน 10,000 บาท สินค้าที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือสินค้าที่ระลึก อาหารพื้นบ้านที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือขนม สินค้าที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อ สินค้าที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือพวงกุญแจ เครื่องจักสานที่ นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือ กระเป๋า เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระถางต้นไม้ดินเผา ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

ศุทธิกานต์ คงคล้าย (2559 อ้างถึงใน วชิราภรณ์ พัดเกิด และปิย สุนิสุตตี วารสาร รัชต์ภาศย์, 2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความโดดเด่นด้านธรรมชาติมากที่สุด ด้านสถานที่การ เดินทาง คือ การเดินทางทั้งทางรถและเรือ ด้านการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ มากที่สุดคือ ผ่านสื่อทาง Internet ด้านราคาสินค้าและราคาอาหาร คือราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ด้านบุคลากรในการให้บริการ มากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่การประชาสัมพันธ์บริการดี ด้าน สภาพแวดล้อมภายนอก มีการตกแต่ง สถานที่สวยงาม ด้านกระบวนการการให้บริการคือมี กระบวนการบริการจรรยาจริ

อานุกาฬ จิรัฐติกาล (2551) จากการวิจัยพบว่า (1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิง มากกว่าชาย (18.00%) อายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป (39.30%) ภูมิลำเนาในทวีปยุโรป (29.80%) สมรส แล้ว (58.50%) รายได้ต่อปีประมาณ 30,001-40,000 USD (38.80%) อาชีพอิสระ/ช่างเทคนิค (21.70%) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมา เกาะช้าง จังหวัดตราด เพราะชื่อเสียงของเกาะช้าง (60.50 %) โดยมีการมาเยือนเกาะช้างเป็นครั้งแรก (81.70%) เลือกที่พักระดับ 3 ดาว (39.00%) เดินทางมาเกาะช้างในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน (99.00%) ระยะเวลาในการมาพัก 6-10 คืน (48.30%) มีการวางแผนเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในเกาะ ช้างอีก (83.40%) สนใจกิจกรรมวินเซิร์ฟ/ เรือคายัค (76.30%) (2) ความสัมพันธ์เชิงกลุ่มของปัจจัยส่วน บุคคลและข้อมูลส่วนประสมทาง การตลาดกับความพึงพอใจ พบ ว่า เพศ อายุ ถิ่นพำนัก สถานภาพการสมรส รายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กัน (3) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในส่วนประสม ทางการตลาด พบว่า เพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจที่เหมือนกัน (4) การวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า อายุ ถิ่นพำนักและรายได้ มีความพึงพอใจที่เหมือนกัน ส่วนความพึงพอใจที่ แตกต่างกันได้แก่ สถานภาพสมรสและอาชีพ (5) ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด ได้แก่ การบีบบังคับขายบริการห้องพัก ความไม่สะดวกของ แหล่งที่พัก ความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก มาตรฐานของอาหารต่ำ ค่าบริการ รถรับ-จ้างสูงเกิน ความจำเป็น ภาษาในการสื่อสาร และเรือโดยสารมีเฉพาะกลางวัน

เกียรติศักดิ์ อิชยานันท์ (2557) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อข้าวหอม นครบปฐมของนักท่องเที่ยวพบว่า มีความถี่ในการซื้อข้าวหอม น้อยกว่าเดือนละครั้ง เมื่อถามถึงเรื่องของฝากในการมาเที่ยว จังหวัดนครปฐมจะนึกถึง ข้าวหอมเป็นอันดับแรก ผู้มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวหอมมากที่สุดได้แก่ พ่อแม่ และพี่น้อง และสถานที่ที่นิยมไปซื้อ มากที่สุดได้แก่ บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ ในการเลือกซื้อ ผลการวิจัยพบว่า ใช้จ่ายประมาณ 132 บาทต่อครั้ง การตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวได้รับ

อิทธิพลมาจากส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อนำค่าน้ำหนักปัจจัยจากการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1 มาเปรียบเทียบกับกันแล้วพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในสามลำดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยสูงถึง 0.85, 0.69 และ 0.49 และมีอำนาจในการพยากรณ์ R2 สูงถึงร้อยละ 92, 83 และ 70 ตามลำดับ

สุดา สุวรรณภิรมย์ (2560) ผลการศึกษาแสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง พักค้างคืน 2 คืน ราคาอยู่ในช่วง 1,001-3,000 บาท/คืน มากับกลุ่มเพื่อน กิจกรรมค่าน้ำ เป็นกิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดและวัตถุประสงค์ของการเดินทางส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาพักผ่อน เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย เคยเดินทางมาเที่ยวเกาะช้างแล้ว 2 ครั้ง ใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวประมาณ 2,001-4,000 บาท/ครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ความสวยงามของธรรมชาติที่เกาะช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจให้มาเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวเกาะช้าง เดินทางมาด้วยรถยนต์โดยสาร และใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวประมาณ 8,001-10,000 บาท/ครั้ง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ชื่นชอบประเพณีและวัฒนธรรม ในส่วนของความถึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเที่ยวเกาะช้าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างสูงต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว สำหรับความถึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพอใจระดับสูงต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการในเรื่องประเพณีและวัฒนธรรม ส่วนแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะช้าง เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยเสนอให้พัฒนาปัจจัยบุคลากรระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัย ด้วยการเร่งพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่มีมาตรฐานสากล

ศิริวรรณ ปิติวรรณ (2551) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา: บึงฉลวกเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บึงฉลวกเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวบึงฉลวกเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. โดยมีอาชีพ นิสิต/นักศึกษา มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ด้านแรงจูงใจแบบผลึก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ด้านแรงจูงใจแบบดิ่ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของจุดท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในสถานที่ท่องเที่ยวบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว สำหรับจุดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมมากที่สุด ได้แก่ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็นด้านแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมากและแนวโน้มการแนะนำให้มาท่องเที่ยว อยู่ในระดับแนะนำกล่าวโดยสรุป ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ แรงจูงใจแบบผลักและแบบดึง ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

อนุชิต พึ่งปัญญาดี (2553) ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท 2. นักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านธุรกิจ หรืองานที่ทำ ด้านทางกายภาพและสรีระศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคล ด้านสังคม สัมพันธภาพระหว่าง บุคคล และจริยธรรม ด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน ด้านศาสนา อยู่ในระดับปานกลาง 3. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับเห็นด้วย 4. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 4.1) เพศและระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว ไม่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว 4.2) อายุ สถานภาพทางการสมรส และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 4.3) อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 4.4) ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านธุรกิจหรืองานที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว 4.5) ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการตลาดท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและ โบราณวัตถุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ฉัตรชัย อินทสังข์, คุสมณี เทียมเทศ และบุญมา สูงทรง (2554) ได้ศึกษาวิจัยถึงการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมท่องเที่ยว และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร และพฤติกรรมท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ 1) ระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ของนักท่องเที่ยว พบว่า รับรู้ ข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นอันดับแรก 2) พฤติกรรมท่องเที่ยว พบว่า เลือกท่องเที่ยวในฤดูหนาวใช้ระยะเวลา 1-3 วัน มาโดย รยนต์ส่วนตัว พักโรงแรม มีค่าใช้จ่าย 1,000-2,000 บาท เดินทางมาด้วยครอบครัว นิยมซื้ออาหาร และเครื่องดื่มเป็นของระลึก และเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจ 3) ผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ในแต่ละด้านจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ ครอบครัวของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน ส่วนด้านเพศและการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปกาศิต พันธุ์เพ็ง (2553) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาคนส่วนใหญ่เป็นเพศชายชาวอเมริกัน อาชีพพนักงานบริษัท วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของผู้ตอบคือจับจ่ายสินค้าโดยมาเป็นครั้งแรก ในช่วงวันหยุดพักผ่อน โดยพักค้างคืนในโรงแรมกรุงเทพมหานครมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน โดยแท็กซี่ทราบข่าวเกี่ยวกับตลาดนัดจตุจักรจากคู่มือท่องเที่ยว โดยต้องการซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด ค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 1,000 – 2,000 บาท โดยจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งเพราะสถานที่น่าดึงดูดใจ และจะแนะนำ เพื่อนหรือญาติให้มาท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร

อัศวิน แสงพิบูล (2552) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่าง นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรป งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยระบุว่า แรงจูงใจผลักดัน (push factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวเอเชียและยุโรปมีลักษณะคล้ายกัน คือ แรงจูงใจที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกๆใหม่ๆ ในสถานที่ต่างๆ (novelty seeking) ส่วนปัจจัยดึงดูด (pull factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปเดินทางมาประเทศไทยมีความแตกต่างกัน

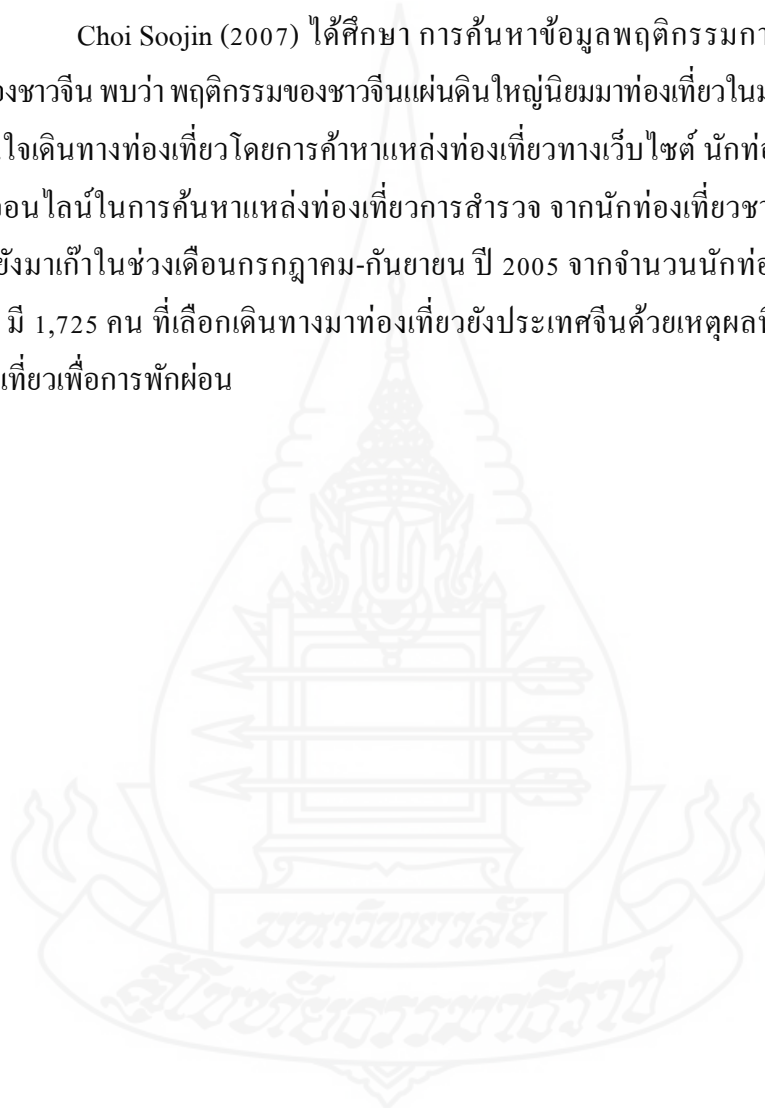
4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Espelt Nuria Gali & Benito Jose Antonio Donaire (2006) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเมืองมรดกโลก กรณีสึกษา Girona ได้เสนอผลจากการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเมืองโบราณ Girona ในประเทศสเปน สิ่งที่น่าสนใจในการศึกษานี้ คือ การแยกแยะกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่แสดงพฤติกรรมออกมา เพื่อต้องการนิยาม จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเหมือนกันไว้เป็นระดับชั้น และจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงกลุ่มที่แตกต่างให้เป็นกลุ่มเดียวกัน วิธีที่ใช้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น โบราณสถานจะแสดงความต้องการเฉพาะในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและแสดงพฤติกรรมต่างๆออกมา

Tosun, Pinar, Timothy, and Fyal (2007) ได้ศึกษาประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจับจ่ายซื้อของการวิจัยนี้ได้พิจารณาถึงการรับรู้ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมการจับจ่าย คุณภาพของการให้บริการของพนักงาน คุณค่าของผลิตภัณฑ์ และความน่าเชื่อถือ ลักษณะของร้าน ช่องทางการชำระเงิน และการคุณลักษณะของร้านในเมืองแคปซาโดเซีย ประเทศตุรกี การสำรวจโดยใช้แบบสอบถามซึ่งออกแบบ และจัดการจากการเยี่ยมชมเขียนของนักท่องเที่ยวโดยผ่านทางไกด์ทัวร์ จากการศึกษาพบว่า สถิติในการตอบสนองความพึงพอใจมีระดับที่แตกต่างกันจาก ความหลากหลายของคุณลักษณะของการจับจ่ายและคุณลักษณะของร้าน จากการวิจัยแนะนำว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวระดับสูงสำหรับนักท่องเที่ยวและการ

เพิ่มขึ้นของการจับจ่ายในท้องถิ่นต้องการการสนับสนุน โดยคนในท้องถิ่นเองด้วยวิธีการศึกษาถึงการดำเนินการ และการขายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง และสินค้าที่ระลึกที่ดีต่างๆ การจากศึกษาเชื่อว่าไม่เพียงแต่การบรรลุถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระดับสูงและผลกำไรที่ดีต่อระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงความสำเร็จสูงสุดตามเป้าหมายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

Choi Soojin (2007) ได้ศึกษา การค้นหาข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนของชาวจีน พบว่า พฤติกรรมของชาวจีนแผ่นดินใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวในมาเก๊า โดยส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ใช้ระบบออนไลน์ในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวการสำรวจ จากนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังมาเก๊าในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน ปี 2005 จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 3,220 คน พบว่า มี 1,725 คน ที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศจีนด้วยเหตุผลที่ว่า ประเทศจีนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีรายละเอียดของวิธีดำเนินการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2549: 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

- เมื่อ
- | | | |
|---|---|---|
| n | = | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |
| P | = | สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50 |
| Z | = | ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05) |
| E | = | ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05 |

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{(0.05)(1-0.5)(1.96)}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จะสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในแต่ละกลุ่มด้วยวิธีจับสลาก (นราศรี ไววนิชกุล และคณะ, 2554: 125-126)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม และการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ เพื่อจัดทำแบบสอบถาม

2.2 กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารในข้อ 2.1 มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สถานภาพ 5) อาชีพ 6) เงินเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวของท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ 3) ด้านช่องทางการจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวนข้อคำถาม 17 ข้อ

ข้อคำถามในตอนที 3 จะกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552: 75) ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าน้ำหนักของตัวเลือก
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างตามโครงสร้างของเนื้อหาที่กำหนดไว้ในข้อ 2.2 เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ดังรายชื่อในภาคผนวก ก เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ตามโครงสร้างเนื้อหา โดยนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.91

2.4 ปรับปรุงข้อคำถามให้สมบูรณ์ ตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

2.5 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักท่องเที่ยงที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน และคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

2.6 ปรับปรุงข้อคำถามให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จัดทำแบบสอบถามต้นฉบับสมบูรณ์ แล้วจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาคำเนินการเก็บข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์อินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการตอบแบบสอบถามออนไลน์เพื่อนำไปวิเคราะห์ผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล บันทึกข้อมูลก่อนนำไปประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล จัดทำตารางวิเคราะห์สถิติ เพื่อนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติแจกแจงความถี่และร้อยละ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ใช้สถิติแจกแจงความถี่และร้อยละ

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวของท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีหลักเกณฑ์ในการแปลผล (มัลลิกา บุนนาค, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่างของคะแนนแต่ละช่วง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มากที่สุด/สูงที่สุด
3.41 – 4.20	มาก/สูง
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย/ต่ำ
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด/ต่ำที่สุด

4.4 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวตามปัจจัยด้านประชากร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ใช้การทดสอบค่าที (T-test) และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

4.5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหาด้วยการแบ่งกลุ่มข้อมูล การจัดกลุ่มข้อมูล การแยกแยะประเด็น และการเชื่อมโยงข้อมูล ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่” ได้ส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ และได้รับกลับคืนมาจำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 สำหรับการวิเคราะห์และการนำเสนอผลการศึกษา แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษปัจจัยด้านประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ตามปัจจัยด้านประชากร

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาคำคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

โดยมีสัญลักษณ์ทางสถิติของแต่ละตัวแปรที่นิยมใช้ในการศึกษาเพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งผู้ศึกษากำหนดไว้ดังนี้

n	หมายถึง	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบที
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ
df	หมายถึง	ชั้นแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)
SS	หมายถึง	ผลบวกกำลังสอง (Sum of Squares)
M.S.	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสอง (Mean of Squares)
Sig	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญของการทดสอบ

*	หมายถึง	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
M ₁	หมายถึง	ผลิตภัณฑ์
M ₂	หมายถึง	ราคา
M ₃	หมายถึง	ช่องทางการจำหน่าย
M ₄	หมายถึง	การส่งเสริมการจำหน่าย
E	หมายถึง	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ปัจจัยด้านประชากร		จำนวนคน	ร้อยละ
		(n=400)	(100.00)
1. เพศ	ชาย	179	44.75
	หญิง	221	55.25
2. อายุ	18 - 22 ปี	29	7.25
	23 - 25 ปี	63	15.75
	26 - 30 ปี	68	17.00
	31 - 35 ปี	121	30.25
	36 - 40 ปี	119	29.75

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากร		จำนวนคน	ร้อยละ
		(n=400)	(100.00)
3. ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	151	37.75
	ปริญญาตรี	195	48.75
	สูงกว่าปริญญาตรี	54	13.50
4. สถานภาพ			
	โสด	186	46.50
	สมรส	198	49.50
	หม้าย	16	4.00
5. อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	37	9.25
	เจ้าของกิจการ	73	18.25
	พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	246	61.50
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	11.00
6. เงินเดือน			
	น้อยกว่า 9,000 บาท	47	11.75
	9,000-14,000 บาท	40	10.00
	14,001-19,000 บาท	60	15.00
	14,001-19,000 บาท	91	22.75
	19,001-25,000 บาท	35	8.75
	25,001-30,000 บาท	40	10.00
	30,001-40,000 บาท	43	10.75
	40,001 ขึ้นไป	44	11.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า

- 1) เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 และเป็นเพศหญิงจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25
- 2) อายุ ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 - 35 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 และน้อยที่สุดมีอายุ 18 - 22 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25
- 3) ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 และน้อยที่สุดสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50
- 4) สถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา โสด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 และน้อยที่สุด หม้าย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00
- 5) อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และน้อยที่สุดเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25
- 6) เงินเดือน ส่วนใหญ่มีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 19,001-25,000 บาทจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 รองลงมามีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 14,001-19,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และน้อยที่สุดมีเงินเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 8.75

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวนคน	ร้อยละ
	(n=400)	(100.00)
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว		
เพื่อพักผ่อน	296	74
เพื่อเยี่ยมญาติ	60	15
เพื่อประชุมสัมมนา	15	3.75
ศาสนา (ทอดกฐิน, ผ้าป่า)	12	3
เพื่อศึกษาหาความรู้	17	4.25
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวโดยพาหนะใด		
รถยนต์ส่วนตัว	56	14
เครื่องบิน	199	49.75
รถสาธารณะ	109	27.25
รถของบริษัทนำเที่ยว	36	9
3. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากแหล่งใด		
สื่อวิทยุ	10	2.5
สื่อโทรทัศน์	25	6.25
สื่อสิ่งพิมพ์	19	4.75
ญาติ/เพื่อน	72	18
บริษัทนำเที่ยว	55	13.75
สื่ออินเทอร์เน็ต	219	54.75
4. จำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่		
1 ครั้ง	237	59.25
2 ครั้ง	71	17.75
3 ครั้ง	43	10.75
4 ครั้ง	30	7.5
มากกว่า 4 ครั้ง	19	4.75

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวนคน	ร้อยละ
	(n=400)	(100.00)
5. ท่านเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาใดมากที่สุด		
วันธรรมดา	16	4
วันเสาร์-อาทิตย์	65	16.25
วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล	179	44.75
ตามสะดวก	140	35
6. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่หรือไม่		
แนะนำ	376	94
ไม่แนะนำ	24	6

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ พบว่า

1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อน จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมา เพื่อเยี่ยมชมญาติ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และน้อยที่สุด ศาสนา (ทอดกฐิน, ฝ่าป่า) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

2) ท่านเดินทางท่องเที่ยวโดยพาหนะใด พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมา รถสาธารณะ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 และน้อยที่สุด รถของบริษัทนำเที่ยว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9

3) ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากแหล่งใด พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา ญาติ/เพื่อน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และน้อยที่สุด สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

4) จำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่ พบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาแล้ว 1 ครั้ง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมา 2 ครั้ง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 และน้อยที่สุด มากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

5) ท่านเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาใดมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมา ตามสะดวก จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และน้อยที่สุด วันธรรมดา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

6) ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ พบว่า ส่วนใหญ่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94 และไม่แนะนำจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.3 – 4.4

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	ลำดับ ที่
1. ผลิตภัณฑ์	3.91	0.98	มาก	2
2. ราคา	4.16	0.86	มาก	1
3. ช่องทางการจำหน่าย	3.84	0.98	มาก	3
4. การส่งเสริมการจำหน่าย	3.74	1.04	มาก	4
รวม	3.91	0.97	มาก	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยลำดับแรก ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) และลำดับสุดท้าย ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ จำแนกรายด้าน

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
1. ผลិតภัณฑ์	3.91	0.98	มาก	
1.1 แหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้กับทุกเพศทุกวัย	4.06	0.88	มาก	3
1.2 ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	4.10	0.91	มาก	2
1.3 ความพร้อมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	4.11	0.79	มาก	1
1.4 การรองรับนักท่องเที่ยว	3.64	1.10	มาก	5
1.5 การจัดการด้านการท่องเที่ยว	3.65	1.08	มาก	4
2. ราคา	4.16	0.86	มาก	
2.1 ราคาของแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.17	0.90	มาก	1
2.2 ราคาของบัตรเข้าชมต่อสถานที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวไม่แพง	4.16	0.87	มาก	3
2.3 ความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยว	4.17	0.82	มาก	1
3. ช่องทางการจำหน่าย	3.84	0.98	มาก	
3.1 สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย	3.95	0.86	มาก	1
3.2 สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางออนไลน์ได้	3.90	1.00	มาก	2
3.3 มีการบริการเดินทางโดยสารณะหลากหลายทั้งทางบกและทางเครื่องบิน	3.76	0.97	มาก	4
3.4 มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานที่ท่องเที่ยวได้แก่ ที่พัก	3.89	0.99	มาก	3
4. ด้านส่งเสริมการจำหน่าย	3.74	1.04	มาก	
4.1 การประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์	3.76	1.01	มาก	2
4.2 มีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ	3.99	0.87	มาก	1
4.3 มาตรฐานของการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.75	1.04	มาก	3
4.4 การให้บริการอุปกรณ์ป้องกันต่างๆ (Safety)	3.69	1.08	มาก	4
4.5 ป้ายบอกทางต่างๆ ไปสถานที่ท่องเที่ยว	3.54	1.11	มาก	5
รวม	3.91	0.97	มาก	

จากตารางที่ 4.4 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ จำแนกรายด้านมีดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยลำดับแรก ความพร้อมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.11$) รองลงมา ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.10$) และลำดับสุดท้าย การรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.64$)

2) ด้านราคา ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ราคาของแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.17$) และความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.17$) และลำดับสุดท้าย ราคาของบัตรเข้าชมต่อสถานที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวไม่แพง ($\bar{X}=4.16$)

3) ด้านช่องทางการจำหน่าย ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ($\bar{X}=3.95$) รองลงมา สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางออนไลน์ได้ ($\bar{X}=3.90$) และลำดับสุดท้าย มีการบริการเดินทางโดยสารณะหลากหลายทั้งทางบกและทางเครื่องบิน ($\bar{X}=3.76$)

4) ด้านส่งเสริมช่องทางการจำหน่าย ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก มีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}=3.99$) รองลงมา การประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X}=3.76$) และลำดับสุดท้าย ป้ายบอกทางต่าง ๆ ไปสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.54$)

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ตามปัจจัยด้านประชากร

ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ตามปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และเงินเดือน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.5 – 4.10

ตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X} .	S.D.	\bar{X} .	S.D.		
ค่ารวม	3.90	1.00	3.83	1.01	0.87	.19

จากตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันด้วยค่า t-test พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า p เท่ากับ 0.19 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของการท่องเที่ยว	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
ระหว่างกลุ่ม	.89	4	.22	1.17	.32
ค่ารวม					
ภายในกลุ่ม	75.90	395	.08		
รวม	76.79	399			

จากตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า p เท่ากับ 0.32 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของการท่องเที่ยว	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
ระหว่างกลุ่ม	1.08	2	.54	2.84	.06
ค่ารวม ภายในกลุ่ม	75.71	397	.19		
รวม	76.79	399			

จากตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า p เท่ากับ 0.06 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของการท่องเที่ยว	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
ระหว่างกลุ่ม	.55	2	.27	1.45	.24
ค่ารวม ภายในกลุ่ม	76.24	397	.19		
รวม	76.79	399			

จากตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า p เท่ากับ 0.24 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของการท่องเที่ยว		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
	ระหว่างกลุ่ม	1.11	3	.37	1.94	.12
ค่ารวม	ภายในกลุ่ม	75.68	396	.19		
	รวม	76.79	399			

จากตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกันโดยมีค่า p เท่ากับ 0.12 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One way ANOVA จำแนกตามเงินเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของการท่องเที่ยว		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
	ระหว่างกลุ่ม	1.44	7	.20	1.07	.38
ค่ารวม	ภายในกลุ่ม	75.35	392	.19		
	รวม	76.79	399			

จากตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีเงินเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกันโดยมีค่า p เท่ากับ 0.38 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ผลการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์การเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีผู้แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 10 คน จาก 400 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 พบว่า มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 คือ ควรเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวไว้ในอินเทอร์เน็ตใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะรองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 คือ ควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ ควรมีคนแนะนำนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงแหล่งที่มาของสถานที่ท่องเที่ยว และ ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 คือ ควรมีโปรโมชั่นในตัวผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของที่ระลึกเพื่อให้นักท่องเที่ยวซื้อกลับและรู้สึกถึงความคุ้มค่าที่ได้ซื้อกลับไป



บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่” ผู้ศึกษาจะนำเสนอสรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

1.1.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่

1.1.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

1.2 วิธีดำเนินการศึกษา

1.2.1 **ประชากร** คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ จะสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

1.2.2 **เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา** คือ แบบสอบถาม มีประเด็นคำถามตามกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยสร้างคำถามตามโครงสร้างของเนื้อหาเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น นำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.91 และนำไปทดลองใช้ (Try out) กับบุคลากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน วิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

1.2.3 **การเก็บรวบรวมข้อมูล** เก็บข้อมูลเดือนกันยายน-ตุลาคม 2561 โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามแบบออนไลน์อินเทอร์เน็ต และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA: F-test) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์เนื้อหา

1.3 ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่” สรุปได้ดังนี้

1.3.1 ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.25 มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 49.50 อาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 61.50 เงินเดือนอยู่ระหว่าง 14,001-19,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.75

1.3.2 ผลการศึกษากิจกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ พบว่า

1) **วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว** พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อน ร้อยละ 74 รองลงมา เพื่อเยี่ยมญาติ ร้อยละ 15 และน้อยที่สุด ศาสนา (ทอดกฐิน, ผ้าป่า) ร้อยละ 3

2) **ท่านเดินทางท่องเที่ยวโดยพาหนะใด** พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 49.75 รองลงมา รถสาธารณะ ร้อยละ 27.25 และน้อยที่สุด รถของบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 9

3) **ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากแหล่งใด** พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 54.75 รองลงมา ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 18 และน้อยที่สุด สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 4.75

4) **จำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่** พบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 1 ครั้ง ร้อยละ 59.25 รองลงมา 2 ครั้ง ร้อยละ 17.75 และน้อยที่สุด มากกว่า 4 ครั้ง ร้อยละ 4.75

5) **ท่านเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาใดมากที่สุด** พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล ร้อยละ 44.75 รองลงมา ตามสะดวก ร้อยละ 35 และน้อยที่สุด วันธรรมดา ร้อยละ 4

6) **ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่** พบว่า ส่วนใหญ่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จัก ร้อยละ 94 และไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 6

1.3.3 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยลำดับแรก คือ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) และลำดับสุดท้าย ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) และเมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ จำแนกตามรายด้านมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยลำดับแรก คือ ความพร้อมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10$) และลำดับสุดท้าย การรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$)

2) **ด้านราคา** ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ราคาของแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.17$) และความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.17$) และลำดับสุดท้าย ราคาของบัตรเข้าชมต่อสถานที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวไม่แพง ($\bar{X} = 4.16$)

3) **ด้านช่องทางการจำหน่าย** ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมา สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางออนไลน์ได้ ($\bar{X} = 3.90$) และลำดับสุดท้าย มีการบริการเดินทางโดยสารณะหลากหลายทั้งทางบกและทางเครื่องบิน ($\bar{X} = 3.76$)

4) **ด้านส่งเสริมช่องทางการจำหน่าย** ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมา การประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 3.76$) และลำดับสุดท้าย ป้ายบอกทางต่างๆ ไปสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.54$)

1.3.4 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ตามปัจจัยด้านประชากร พบว่า

1) การเปรียบเทียบระดับความสำคัญระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันด้วยค่า *t-test* พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า *p* เท่ากับ 0.19 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (*One way ANOVA*) ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า *p* เท่ากับ 0.32 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (*One way ANOVA*) ด้านระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า *p* เท่ากับ 0.06 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (*One way ANOVA*) ด้านสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า *p* เท่ากับ 0.24 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (*One way ANOVA*) ด้านอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า *p* เท่ากับ 0.12 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (*One way ANOVA*) ด้านเงินเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่มีเงินเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า *p* เท่ากับ 0.38 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.3.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่าย
 ผลิตภัณฑ์การเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีผู้แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 10 คน จาก 400 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 พบว่า มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 คือ ควรเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวไว้ในอินเทอร์เน็ตใช้ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะรองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 คือ ควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ ควรมีคนแนะนำนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวทราบถึงแหล่งที่มาของสถานที่ท่องเที่ยว และ ด้านการส่งเสริมการขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 คือ ควรมีโปรโมชั่นในตัวผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของที่ระลึกเพื่อให้ นักท่องเที่ยวซื้อกลับบ้านและรู้สึกถึงความคุ้มค่าที่ได้ซื้อกลับไป

2. อภิปรายผล

ผลการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

2.1 ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ โดยมี วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เพื่อเยี่ยมญาติ เดินทางท่องเที่ยวโดยเครื่องบิน รถสาธารณะ ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต จาก ญาติ/เพื่อน ส่วนใหญ่ จะเดินทางท่องเที่ยวครั้งแรก เดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล ตามสะดวก และจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ซึ่งสอดคล้องบางส่วนกับ ผลงานวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ของปริมา ลาปะ (2558) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติวิวทัศน์ เหตุผลที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มาในวันหยุดสุดสัปดาห์ การท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่เลือกมาที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การท่องเที่ยววัฒนธรรมส่วนใหญ่เลือกมาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี มีการท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการ กีฬาเลือกมาที่ปาลิโอะเขา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนาส่วนใหญ่เลือกมาที่สวนสัตว์ นครศรีธรรมราช พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ความถี่ในการท่องเที่ยว มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 สินค้าที่ นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือสินค้าที่ระลึก อาหารที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือขนม สินค้าที่ระลึกที่นิยม

เลือกซื้อกลับบ้านคือพวงกุญแจ เครื่องจักสานที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระเป๋า เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระถางต้นไม้ดินเผา ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

2.2 ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยลำดับแรก ราคา รองลงมา ผลผลิตภัณฑ์ สรุปจำแนกรายด้านมีดังนี้ 1) ด้านผลผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ความพร้อมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รองลงมา ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว 2) ด้านราคา ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ราคาของแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยว 3) ด้านช่องทางการจำหน่าย ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย รองลงมา สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางออนไลน์ได้ 4) ด้านส่งเสริมช่องทางการจำหน่าย ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ลำดับแรก มีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ รองลงมา การประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับบางส่วนกับผลงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคั้งบางกะเจ้า อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ของ วชิราภรณ์ พัดเกิด และปิย สุนิสุสดี วารสารรัชต์ภาคย์ (บทคัดย่อ) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความโดดเด่นด้านธรรมชาติมากที่สุด ด้านสถานที่การเดินทางคือ การเดินทางทั้งทางรถและเรือ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ ผ่านสื่อทาง Internet ด้านราคาสินค้าและราคาอาหาร คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ด้านบุคลากรในการให้บริการมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่การประชาสัมพันธ์บริการดี ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก มีการตกแต่งสถานที่สวยงาม ด้านกระบวนการให้บริการคือ มีกระบวนการบริการจรรยาดี

2.3 เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และเงินเดือน ที่แตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับบางส่วนกับผลงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ของ อนุชิต พึ่งปัญญาดี (2553) พบว่า 4.1) เพศและระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว 4.2) อายุ สถานภาพทางการสมรส และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 4.3) อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 4.4) ปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านธุรกิจหรืองานที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวน ครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว 4.5) ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ด้านการตลาดท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และ โบราณวัตถุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่

เคยเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษครั้งนี้

3.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนควรมีความพร้อมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมาก เมื่อมีการพัฒนาความพร้อมด้านนี้จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

3.1.2 ด้านช่องทางการจำหน่าย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางออนไลน์ได้ มีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมาก ข้อมูลต่างๆ ที่นำเข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายนั้น จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยือน

3.1.3 ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอและการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมาก ดังนั้นหากมีการโฆษณาที่ดี ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวรวมไปถึงกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้เพิ่มมูลค่าในตัวสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นมาได้

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดต่างๆ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว

3.2.2 ควรนำแบบจำลองการศึกษาอื่นๆ มาปรับใช้เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดอื่นๆ ของนักท่องเที่ยว



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นราศรี ไวนิชกุล และคณะ. (2554). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่. (2553). *การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki>.
- เกียรติศักดิ์ อิชยานันท์. (2557). อิทธิพลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 1(2), 30-41.
- จิตตานันท์ ตีกุล และคณะ. (2550). ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. *รายงานวิจัยโครงการฉบับสมบูรณ์*, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ คุณฎี เทียมเทศ และบุญมา สูงทรง. (2554). การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารและพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครราชสีมา. *โครงการงานวิจัยคณะกรรมการธุรกิจสาขาการตลาด*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, นครราชสีมา.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2546). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เขาว์ โรจนแสง. (2553). ส่วนประสมทางการตลาด ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดและการจัดการการดำเนินงาน* (หน่วยที่ 2, 2-16). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ดรรรชนี เอมพันธุ์ และ เรณูกา กลับสุข. (2554). การท่องเที่ยวโดยชุมชน ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน* (หน่วยที่ 14, 14-5 – 5-8). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปกาศิต พันธุ์เพ็ง. (2553). *แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยว*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

- ปริณา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล, กรุงเทพมหานคร.
- พรพิชญ พรหมศิวะพัลลภ และคณะ. (2548). โครงการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. รายงานการวิจัย โครงการฉบับสมบูรณ์, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ใน เอกสารประกอบการเรียนการสอน เรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หน้า 1-13. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุษนา ธรรมเจริญ. (2555). พฤติกรรมของผู้บริโภค ใน เอกสารแนวการศึกษาศุวิชาสัมมนาการจัดการการตลาด (หน่วยที่ 3, 3-7 – 3-13). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศุทธิกานต์ คงคล้าย (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 11 (พิเศษ-สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 1-32.
- ศิริวรรณ ปิติวรรณ. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บึงฉลวงเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- สุดา สุวรรณภิรมย์. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 9(3), (69-79).
- สุรีย์ เข้มทอง. (2554). พฤติกรรมการท่องเที่ยว ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์และการจัดการธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว (หน่วยที่ 2, 2-22 – 2-27). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- อานุกาพ จิรัฐติกาล. (2551). ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด. วารสารวิชาการวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 2(1), 29-40.

Choi Soojin. (2007). *Content analysis of Macau travel related websites*. Korea

Espelt Nuria Gali & Benito Jose Antonio Donaire. (2006). *Visitors' Behavior in Heritage Cities: The Case of Girona*. Spain.

Tosun, Pinar, Timothy, and Fyal. (2007). *Tourist shopping experiences and satisfaction*. Turkey.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

ราชภัฏสกลนคร



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม**เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่****คำชี้แจง**

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ข้อมูลที่ได้รับถือเป็นผลงานทางการศึกษาและได้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดกระบี่ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยในการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดกระบี่

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวยในการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดกระบี่

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

นายชินวัตร บุญจันทร์

นักศึกษานในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ
() ชาย () หญิง
2. อายุ
() 18 - 22 ปี () 23 - 25 ปี
() 26 - 30 ปี () 31 - 35 ปี
() 36 - 40 ปี
3. ระดับการศึกษา
() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
4. สถานภาพ
() โสด () สมรส () หย่า / หม้าย
5. อาชีพ
() นักเรียน/นักศึกษา () เจ้าของกิจการ
() พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
6. เงินเดือน
() น้อยกว่า 9,000 บาท () 9,000 - 14,000 บาท
() 14,001 - 19,000 บาท () 19,001 - 25,000 บาท
() 25,001 - 30,000 บาท () 30,001 - 35,000 บาท
() 35,001 - 40,000 บาท () 40,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดกระบี่
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

() เพื่อพักผ่อน	() เพื่อเยี่ยมญาติ	() เพื่อประชุมสัมมนา
() ศาสนา (ทอดกฐิน, ผ้าป่า)	() เพื่อศึกษาหาความรู้	
2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวโดยพาหนะใด

() รถยนต์ส่วนตัว	() เครื่องบิน
() รถสาธารณะ	() รถของบริษัทนำเที่ยว
3. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากแหล่งใด

() สื่อวิทยุ	() สื่อโทรทัศน์	() สื่อสิ่งพิมพ์
() ญาติ/เพื่อน	() บริษัทนำเที่ยว	() สื่ออินเทอร์เน็ต
4. จำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่

() 1 ครั้ง	() 2 ครั้ง	() 3 ครั้ง
() 4 ครั้ง	() มากกว่า 4 ครั้ง	
5. ท่านเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาใดมากที่สุด

() วันธรรมดา	() วันเสาร์-อาทิตย์
() วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล	() ตามสะดวก
6. ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่หรือไม่

() แนะนำ	() ไม่แนะนำ
-----------	--------------

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัด
กระบี่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	แหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้กับทุกเพศทุกวัย					
2	ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว					
3	ความพร้อมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
4	การรองรับนักท่องเที่ยว					
5	การจัดการด้านการท่องเที่ยว					
ด้านราคาของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว						
1	ราคาของแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
2	ราคาของบัตรเข้าชมต่อสถานที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวไม่แพง					
3	ความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยว					
ช่องทางการจัดจำหน่าย						
1	สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย					
2	สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางออนไลน์ได้					
3	มีการบริการเดินทางโดยสารณะหลากหลายทั้งทางบกและทางเครื่องบิน					
4	มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่ปัก					

ข้อ	ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1	การประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์					
2	มีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ					
3	มาตรฐานของการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
4	การให้บริการอุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ (Safety)					
5	ป้ายบอกทางต่าง ๆ ไปสถานที่ท่องเที่ยว					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
ข้อมูลจังหวัดกระบี่



ข้อมูลจังหวัดกระบี่ (ททท. สำนักงานกระบี่, 2553)

กระบี่

แหล่งถ่านหิน ถิ่นหอยเก่า เขาตระหง่าน ธารสวย รวยเกาะ เพาะปลูกปาล์ม งามหาดทราย ใต้ทะเลสวยสด มรกตอันดามัน สวรรค์เกาะพีพี

กระบี่ เมืองชายทะเลในฝัน งดงามด้วยหาดทรายขาว น้ำทะเลใส ปะการังสวย ถ้ำโตรกชะงักผา และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 130 เกาะ รวมกันเป็นมนต์เสน่ห์ที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน

จังหวัดกระบี่ เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอันดามัน ตั้งอยู่ทางด้านฝั่งทะเลตะวันตกของภาคใต้ ติดกับทะเลอันดามัน อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ไปตามทางหลวงหมายเลข 4 (ถ.เพชรเกษม) ประมาณ 814 กม. มีพื้นที่ทั้งหมด 4,708,512 ตร.กม. หรือประมาณ 2,942,820 ไร่ อาณาเขตติดต่อ ทางทิศเหนือติดต่อกับ จังหวัดพังงาและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดตรังและทะเลอันดามัน ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดพังงาและทะเลอันดามัน

สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดกระบี่ ทางตอนเหนือประกอบด้วยเทือกเขายาวทอดตัวไปในแนวเหนือใต้ สลับกับสภาพพื้นที่แบบลูกคลื่นลอนลาด และลอนชัน มีที่ราบชายฝั่งทะเลด้านตะวันตก บริเวณทางใต้ มีสภาพภูมิอากาศเป็นภูเขากระจัดกระจาย สลับกับพื้นที่แบบลูกคลื่น ส่วนบริเวณทางตอนใต้สุดและตะวันตกเฉียงใต้ มีสภาพพื้นที่เป็นแบบลูกคลื่นลอนลาดจนถึงค่อนข้างเรียบ และมีภูเขาสูงๆ ต่ำๆ สลับกันไป บริเวณด้านตะวันตกมีลักษณะเป็นชายฝั่งติดกับทะเลอันดามันยาวประมาณ 160 กม. ประกอบด้วยหมู่เกาะน้อยใหญ่ประมาณ 130 เกาะ แต่เป็นเกาะที่มีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 13 เกาะ เกาะที่สำคัญได้แก่ เกาะลันตา เป็นที่ตั้งของอำเภอเกาะลันตา และเกาะพีพี ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมือง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามติดอันดับของโลก บริเวณตัวเมืองมีแม่น้ำกระบี่ ยาวประมาณ 5 กม. ไหลผ่านลงสู่ทะเลอันดามัน ที่ ต.ปากน้ำ นอกจากนี้ยังมีคลองปกาสัย คลองกระบี่ใหญ่ และคลองกระบี่น้อย ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากเทือกเขาพนมเบญจา เทือกเขาที่สูงที่สุดในจังหวัดกระบี่

ภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีฝนตกชุกตลอดปี และมีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน มี 4 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ไปจนถึงเดือนเมษายน และฤดูฝน มี 8 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ไปจนถึงเดือนตุลาคม ที่เรียกกันว่า ฝนแปดแดดสี่

จังหวัดกระบี่ แบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ ได้แก่ อ.เมืองกระบี่ อ.อ่าวลึก อ.ปลายพระยา อ.คลองท่อม อ.เกาะลันตา อ.ลำทับ อ.เหนือคลอง และ อ.เขาพนม รวม 51 ตำบล 383 หมู่บ้าน 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 เทศบาลเมือง 9 เทศบาลตำบล และ 51 องค์การบริหารส่วนตำบล

การเดินทางรถยนต์จากกรุงเทพมหานคร

1. จากกรุงเทพ ใช้ทางหลวงหมายเลข 4 ผ่านจังหวัดเพชรบุรี-ประจวบคีรีขันธ์-ชุมพร-ระนอง-พังงา-กระบี่ ระยะทาง 946 กิโลเมตร

2. จากกรุงเทพ ใช้ทางหลวงหมายเลข 4 ถึงจังหวัดชุมพร จากชุมพรใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 41 ผ่านอำเภอหลังสวน อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เข้าอำเภอเวียงสระ ใช้ทางหลวงหมายเลข 4035 ถึงอำเภออ่าวลึก แล้ววกเข้าเส้นทางหลวงหมายเลข 4 อีกครั้ง ถึงจังหวัดกระบี่ ระยะทาง 814 กิโลเมตร

การเดินทางจากภูเก็ต การเดินทางโดยรถยนต์ใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 402 และหมายเลข 4 ระยะทาง 176 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทางจากภูเก็ตมีบริการรถโดยสารประจำทางไปจังหวัดกระบี่ทุกวัน ระยะเวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง

รถโดยสารประจำทางจากกรุงเทพมหานคร มีรถออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนีไปจังหวัดกระบี่ทุกวัน ระยะเวลาการเดินทางประมาณ 12 ชั่วโมง

การเดินทางโดยรถไฟ จังหวัดกระบี่ไม่มีรถไฟผ่าน แต่สามารถขึ้นรถไฟจากสถานีรถไฟกรุงเทพมหานคร มาลงที่สถานีรถไฟจังหวัดสุราษฎร์ธานี สถานีรถไฟจังหวัดตรัง หรือสถานีรถไฟทุ่งสงจังหวัดนครศรีธรรมราช จากนั้นต่อรถโดยสาร หรือรถแท็กซี่รับจ้างเข้าจังหวัดกระบี่

เครื่องบิน มีบริการจากสายการบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), สายการบินบินแอร์เอเชีย, สายการบินนกแอร์, สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ มีบริการเส้นทาง กรุงเทพมหานคร-กระบี่ ทุกวัน เมื่อถึงสนามบินกระบี่ มีบริการรถบัสเข้าเมืองและสถานที่ท่องเที่ยว

การเดินทางภายในจังหวัดกระบี่ จากตัวเมืองกระบี่มีรถโดยสารประจำทาง (รถสองแถวสีขาว) ไปยังสถานที่ซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น บ้านห้วยไต้ บ้านหนองทะเล บ้านเขาทอง หาดนพรัตน์ธารา สุสานหอย อ่าวนาง บ้านคลองม่วง บ้านในสระ อำเภอเขาพนม อำเภอเหนือคลอง อำเภอกลองท่อม บ้านบ่อม่วง บ้านหัวหิน บ้านคลองพน อำเภอลำทับ อำเภออ่าวลึก อำเภอปลายพระยา สามารถขึ้นรถได้ที่ด้านหน้าห้างสรรพสินค้าไวกอ ถนนมหาราช

ในตัวเมืองกระบี่ ตั้งแต่เวลา 07.00-21.00 น. ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวอื่นสามารถใช้บริการรถแท็กซี่หรือเช่ารถจากบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ในตัวเมืองกระบี่ มีรถสองแถวสีแดง วิ่งในตัวเมือง

ระยะทางระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอต่าง ๆ

อำเภอเหนือคลอง	17	กิโลเมตร
อำเภอเขาพนม	39	กิโลเมตร
อำเภอคลองท่อม	42	กิโลเมตร
อำเภออ่าวลึก	43	กิโลเมตร
อำเภอปลายพระยา	66	กิโลเมตร
อำเภอลำทับ	67	กิโลเมตร
อำเภอเกาะลันตา	103	กิโลเมตร

ระยะทางจากตัวเมืองกระบี่ไปยังจังหวัดใกล้เคียง

จังหวัดพังงา	86	กิโลเมตร
จังหวัดตรัง	131	กิโลเมตร
จังหวัดภูเก็ต	176	กิโลเมตร
จังหวัดพัทลุง	193	กิโลเมตร
จังหวัดสุราษฎร์ธานี	211	กิโลเมตร
จังหวัดนครศรีธรรมราช	233	กิโลเมตร
จังหวัดสตูล	276	กิโลเมตร

สถานที่น่าสนใจ

อำเภอเมืองกระบี่ ตัวเมืองกระบี่เป็นเมืองที่มีภูมิทัศน์สวยงาม มีเขานาน้ำที่เป็นจุดเด่นของเมืองคู่กับป่าชายเลนที่สมบูรณ์ เขียวชอุ่ม ทำให้บรรยากาศดูร่มรื่นสบายตา นักท่องเที่ยวสามารถพายเรือแคนูเพื่อเป็นการพักผ่อนและออกกำลังกาย หรือในช่วงเย็นแดดร่ม อากาศสบายๆ สามารถเดินเล่นรับลม พร้อม ๆ กับนั่งรับประทานอาหารเย็นได้ที่ตลาดโต้รุ่ง บริเวณท่าเรือเจ้าฟ้า ทั้งขนมจีนน้ำยา น้ำพริก แกงไตปลา ไข่ทอดพื้นเมืองรสชาดกลมกล่อมและสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวตามหาดหรือเกาะต่าง ๆ เช่น หาดไร่เลย์ อ่าวนาง เกาะลันตา เกาะพีพี เกาะจำ และเกาะสิมอยา สามารถลงเรือโดยสารหรือติดต่อเช่าเรือได้ที่ท่าเรือเจ้าฟ้า

วัดแก้วโกกรวราม ตั้งอยู่ถนนนิศรา ตำบลปากน้ำ เมืองกระบี่ ภายในบริเวณวัดมี พระอุโบสถที่สวยงาม และสามารถเข้าชมหรือศิลปะภาพวาดของศิลปิน เปิดให้เข้าชมทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 09.00-16.00 น.

เขานาบน้ำ เป็นเขาสองลูกสูงประมาณ 100 ม.เขานาบน้ำกระบี่ด้านหน้าตัวเมือง ถือเป็นสัญลักษณ์เมืองกระบี่ สามารถไปเที่ยวชมได้โดยเช่าเรือหางยาวที่ทำเรือเจ้าฟ้า ใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที นอกจากนั่งเรือชมเขาและป่าชายเลนแล้วยังสามารถเดินขึ้นไปเที่ยวถ้าได้ ภายในมีหินงอกหินย้อยและบริเวณนี้เหมาะที่จะพายเรือแคนูเพราะมีธรรมชาติที่เขียวชอุ่มด้วยป่าชายเลนและน้ำนิ่ง

นอกจากนั้นไม่ห่างจากเขานาบน้ำจะมีชุมชนเกาะกลาง ที่บนเกาะจะมีหอพิพิธภัณฑสถานและศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านแสดงเครื่องใช้สมัยโบราณของที่ระลึกฝีมือชาวบ้าน เช่น เรือหัวโทง และจะได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้าน การทอผ้าฝ้าย การเลี้ยงปลาในกระชัง นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือจากท่าเรือเทศบาล บริเวณเขานาบน้ำ ใช้เวลาประมาณ 20 นาที

อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองทะเล ตำบลไสไทย ตำบลอ่าวนาง และตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ มีป่าไม้ 3 ประเภท คือป่าดิบชื้น พบเห็นได้บริเวณเขาสูงชันบริเวณเขาหางนาค เขาอ่าวนาง ป่าชายเลน จะพบบริเวณคลองแห้ง ใกล้ที่ทำการอุทยาน หาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี คลองย่านสะบ้า และด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือหรือบริเวณสุสานหอย 40 ล้านปี และป่าพรุ ที่พบต้นเสม็ดขึ้นอย่างสมบูรณ์ มีสัตว์ต่าง ๆ ที่พบในอุทยานหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี ได้แก่ นกโจรสลัด เขี้ยวแดง นกออก นกนางแอ่นกินรัง หมูป่า ลิง และค้าง บริเวณอุทยานหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี มีบ้านพักของอุทยานหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี ให้บริการ ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวคือเดือนพฤศจิกายน-เดือนเมษายน

อุทยานหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ

หาดนพรัตน์ธารา ห่างจากตัวเมือง 17 กิโลเมตร ชายหาดมีความยาวเกือบ 3 กิโลเมตร เดิมชาวบ้านเรียก หาดคลองแห้ง เพราะเมื่อน้ำลง น้ำคลองที่ไหลมาจากภูเขาทางด้านเหนือจะแห้งขอดกลายเป็นหาดทรายยาวเหยียดลงไปในทะเล บรรจบกับเกาะเขาปากคลอง บริเวณหาดเป็นทรายละเอียดปะปนด้วยเปลือกหอยเล็ก ๆ ประดับด้วยทิวสนเรียงรายตามบริเวณชายทะเลยาวเหยียด เมื่อน้ำลงจนแห้งสามารถเดินไปยังเกาะเล็ก ๆ บริเวณหน้าชายหาดได้ บริเวณชายหาดมีที่พักของอุทยานหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี บริการแก่นักท่องเที่ยว จากที่ทำการอุทยานหาด

นพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี เดินทางไปตามชายหาดด้านทิศตะวันตก มีบังกะโลหลายแห่งให้บริการนักท่องเที่ยว ชายหาดบริเวณนี้ค่อนข้างเงียบสงบ

อุทยานหอย อยู่บริเวณบ้านชายทะเลแหลมโพธิ์ ห่างจากตัวเมืองประมาณ 17 กิโลเมตร ใช้เส้นทางเดียวกับทางไปหาดนพรัตน์ธารา เมื่อถึงบ้านไสไทย จะมีป้ายบอกทางไปอุทยานหอย บริเวณที่เป็นอุทยานหอยแห่งนี้ เดิมเป็นหนองน้ำจืดขนาดใหญ่ มีหอยอาศัยจำนวนมาก ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงบริเวณพื้นผิวโลกน้ำทะเลไหลเข้ามาท่วมบริเวณหนองน้ำจนหมด ทำให้ธาตุหินปูนในน้ำทะเลหุ้มเปลือกหอยได้น้ำจืดเป็นเนื้อเดียวกัน กลายเป็นแผ่นหินแข็งแรงที่เรียกว่า Shelly Limestone หนาประมาณ 40 เซนติเมตร เมื่อแผ่นดินบริเวณนี้ถูกยกตัวสูง ซากฟอสซิลเหล่านี้จึงปรากฏให้เห็นเป็นลานหินกว้างยื่นลงไปบนทะเล จากการคำนวณหาอายุทางธรณีวิทยาพบว่า ฟอสซิลนี้มีอายุราว 40 ล้านปี

อ่าวนาง อยู่ห่างจากหาดนพรัตน์ธารา ตามถนนเลียบชายทะเลระยะทาง 6 กิโลเมตร เป็นชายหาดยาว มีที่พัก ร้านอาหาร บริการหลายแห่ง ทิวทัศน์โดยรอบสวยงามแปลกตาด้วยภูเขาหินปูนตระหง่าน จากอ่าวนางสามารถเช่าเรือไปเที่ยวชายหาดด้านทิศตะวันออกได้แก่ หาดไร่เลย์ ซึ่งเป็นหาดทรายสีขาวละเอียด และหาดถ้ำพระนาง ซึ่งมีหินงอกหินย้อยและกิจกรรมปีนหน้าผาที่น่าตื่นเต้น ท้องทะเลในบริเวณอ่าวนางมีเกาะใหญ่น้อยกว่า 83 เกาะ บางเกาะมีรูปร่างประหลาดคล้ายรองเท้าบู๊ท เรือสำเภา หัวนก เกาะที่มีหาดทรายสวยงามและคนนิยมไปเที่ยวเล่นน้ำชมปะการัง ได้แก่ เกาะปอดะ เกาะหม้อ และเกาะทัพ

ระยะเวลาในการเดินทางไปแต่ละเกาะ

อ่าวนาง-ไร่เลย์	ใช้เวลาประมาณ	10-15	นาที
อ่าวนาง-ถ้ำพระนาง	ใช้เวลาประมาณ	15	นาที
อ่าวนาง-ปอดะ	ใช้เวลาประมาณ	25	นาที
อ่าวนาง-หมู่เกาะห้อง	ใช้เวลาประมาณ	1	ชั่วโมง

การเดินทางไปอ่าวนางจากตัวเมืองกระบี่ นักท่องเที่ยวสามารถโดยสารรถสองแถวใช้เวลาประมาณ 50 นาที หรือหากต้องการเดินทางจากตัวเมืองกระบี่ไปยังหาดไร่เลย์โดยตรงสามารถขึ้นเรือโดยสารได้ที่ท่าเรือเจ้าฟ้า ใช้เวลาประมาณ 45 นาที

หมู่เกาะปอดะ อยู่ทางทิศใต้ของอ่าวนาง ห่างจากฝั่งประมาณ 8 กิโลเมตร เป็นเกาะที่มีหาดทรายขาว น้ำทะเลใส บริเวณชายฝั่งของเกาะจะมองเห็นแนวปะการังหลากชนิดที่ยังสมบูรณ์ จึงเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เที่ยวชมได้เกือบตลอดทั้งปี และเป็นจุดที่ตกปลาได้ดีเพราะไม่ได้รับผลกระทบจากลมมรสุมมากนัก สามารถเช่าเรือได้จากบริเวณอ่าวนาง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 25 นาที ใกล้เคียงกับเกาะปอดะเป็นที่ตั้งของเกาะทัพ เกาะหม้อ เกาะหัวขวาน เกาะไก่อ ซึ่งมีส่วนทรายเชื่อมต่อกันสวยงามมองเห็นได้เวลาที่น้ำลง

ทะเลแหวก เกิดขึ้นเมื่อระดับน้ำลดลงต่ำสุดในแต่ละวัน เหมือนทะเลแหวกออกจนกลายเป็นหาดทรายขาวสะอาด เชื่อมเกาะสองเกาะอย่างน่าอัศจรรย์โดยเฉพาะในวันก่อนและหลังวันขึ้น 15 ค่ำ ราว 5 วัน ฤดูกาลท่องเที่ยว คือเดือนธันวาคมถึงต้นเดือนพฤษภาคมของทุกปี การเดินทางจากจังหวัดกระบี่ใช้ทางหลวงหมายเลข 4035 เลี้ยวซ้ายตามทางหลวงหมายเลข 4202 ไปอ่าวนาง สามารถเช่าเรือหางยาวได้ที่ ชมรมเรือหางยาวอ่าวนางหรือสหกรณ์เรือหางยาวตำบลอ่าวนาง ตั้งแต่เวลา 08.00-18.00 น. ทุกวัน

หมู่เกาะพีพี เป็นหมู่เกาะกลางทะเล อยู่ห่างจากตัวเมือง 42 กิโลเมตร เดิมชาวทะเลเรียกหมู่เกาะนี้ว่า ปูเลาปิอาอิ คำว่า ปูเลา แปลว่าเกาะ คำว่า ปิอาอิ แปลว่าต้นไม้ทะเลชนิดหนึ่งจำพวกแสม และโกงกาง ต่อมาเรียกว่า ต้นปีปี ซึ่งภายหลังกลายเป็น พีพี ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นอาณาจักรแห่งบุปผาใต้สมุทร นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหมู่เกาะนี้ส่วนใหญ่มารเพื่อดำน้ำดูปะการังดอกไม้ทะเลและปลาหลากสีสันที่สวยงาม นอกจากนั้นยังมีเกาะต่าง ๆ ที่อยู่ระหว่างเส้นทางเดินเรือ กระบี่-ภูเก็ต-หมู่เกาะพีพี ประกอบด้วยเกาะ 6 เกาะ คือ เกาะพีพีเล เกาะพีพีดอน เกาะยูง เกาะไม้ไผ่ เกาะบิคะนอก และเกาะบิคะใน ซึ่งแต่ละเกาะมีหาดทรายสวยน้ำทะเลใส

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของหมู่เกาะพีพี

เกาะพีพีดอน จุดเด่นของเกาะคือเว้าอ่าวคู่ที่มีความสวยงามติดอันดับโลกของอ่าวตันไทรและอ่าวโละดาลัม อ่าวตันไทรเป็นที่ตั้งของท่าเรือเกาะพีพี และมีสถานที่พักและร้านค้าจำนวนมาก จากอ่าวตันไทรสามารถเดินขึ้นเขาไปยังจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นเว้าอ่าวคู่ได้ เกาะพีพีดอนยังมีหาดทรายและอ่าวที่สวยงามกระจายอยู่รอบเกาะบางแห่งมีที่พักบริการ เช่น หาดแหลมหินหาดยาว อ่าวโละบาเกา ทางเหนือของเกาะคือ แหลมตง เป็นที่ตั้งของหมู่บ้านชาวเลประมาณ 15-20 ครอบครัว ส่วนใหญ่อพยพมาจากเกาะหลีเป๊ะ ในอุทยานแห่งชาติตะรุเตา จังหวัดสตูล บริเวณแหลมตงมีธรรมชาติใต้ทะเลที่สวยงามและบนหาดมีที่พักให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือเที่ยวหรือดำน้ำดูปะการังรอบเกาะพีพีดอนและเกาะพีพีเลได้

เกาะพีพีเล เป็นเกาะที่เต็มไปด้วยภูเขาหินปูน มีหน้าผาสูงชันตั้งฉากกับผิวน้ำทะเล โดยรอบเกือบทั้งเกาะ มีพื้นน้ำลึกเฉลี่ยประมาณ 20 เมตร มีบริเวณน้ำลึกที่สุดประมาณ 34 เมตรอยู่ทางตอนใต้ของเกาะ เกาะแห่งนี้มีเว้าอ่าวสวยงาม อาทิ อ่าวปิเละ อ่าวมาหยา อ่าวโละซามะ นอกจากนี้ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือยังมีถ้ำไวกิ้ง เมื่อปี พ.ศ. 2515 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 เสด็จประพาสถ้ำแห่งนี้ และทรงพระราชทานนามใหม่ว่า ถ้ำพญานาค ตามรูปร่างหินก้อนหนึ่งที่คล้ายเศียรพญานาค อันเป็นที่เคารพสักการะของชาวบ้านที่มาเก็บรังนกนางแอ่นบนเกาะแห่งนี้ ภายในถ้ำทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือและทิศใต้พบภาพเขียนสีสมัยประวัติศาสตร์ เป็นรูปช้างและรูปเรือชนิดต่าง ๆ เช่น เรือใบยุโรป เรือใบอาหรับ เรือสำเภา เรือกำปั่น เรือใบใช้กังหัน และเรือกลไฟ เป็นต้น

เกาะยูง ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะพีพีตอน มีชายหาดเป็นหาดหินอยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ และมีหาดทรายเล็กน้อยตามหลืบเขา นอกจากนี้ยังมีแนวปะการังสวยงามชนิดต่าง ๆ

เกาะไม้ไผ่ ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะพีพีตอน ไม้ไผ่ไกลจากเกาะยูงเท่าใดนัก ด้านทิศเหนือและทิศตะวันออกเฉียงเหนือมีหาดทรายสวยงาม และแนวปะการัง ซึ่งส่วนมากเป็นแนวปะการังเขากวางทอดยาวไปถึงทางทิศใต้ของเกาะ บนเกาะมีสถานที่กางเต็นท์

การเดินทางไปหมู่เกาะพีพี นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังหมู่เกาะพีพีได้ทั้งจากจังหวัดกระบี่และภูเก็ต โดยมีรถสองแถวจากตัวเมืองกระบี่ไปยังท่าเรือปากคลองจิหลาด ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง นอกจากนี้มีเรือเร็วนำเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ ออกจากอ่าวนาง ส่วนการเดินทางจากเกาะภูเก็ต มีเรือนำเที่ยวเกาะพีพีแบบไปเช้าเย็นกลับ นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้ที่บริษัททัวร์ทั่วไปในตัวเมืองภูเก็ต

บริเวณอ่าวตันไทรบนเกาะพีพีตอน สามารถติดต่อเรือหางยาวให้เข้าไปเที่ยวตามชายหาดต่าง ๆ รวมถึงเกาะพีพีเลด้วย

หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ พ.พ.4 (ทับแขก) เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานฯ ใช้เส้นทางตามทางหลวงหมายเลข 4200 จนถึงสี่แยกคลองจิหลาด เลี้ยวซ้ายไปตามถนนหมายเลข 4035 ตรงไปถึงสามแยกบ้านหนองทะเล เลี้ยวซ้ายตรงไปบ้านคลองม่วง และเลี้ยวขวาอีกครั้งตรงไปที่ทำการหน่วยพิทักษ์ฯ ระยะทาง 38 กิโลเมตร พื้นที่เป็นภูเขาที่สมบูรณ์ด้วยป่าไม้และสัตว์ป่า มีจุดชมวิวที่สวยงามคือหงอนนาค ซึ่งสามารถมองเห็นทัศนียภาพของทะเลกระบี่ได้อย่างสวยงาม หน่วยพิทักษ์มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ระยะทาง 3.7 กิโลเมตร ต้องมีคนนำทาง

ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงชายฝั่งกระบี่ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลาการ์ตูน 13 สายพันธุ์แห่งแรกในประเทศไทย นอกจากนี้ยังผลิตและขยายพันธุ์สัตว์น้ำ ปรับปรุงพันธุ์สัตว์น้ำที่หายากและใกล้สูญพันธุ์ เช่น ปลาเก๋า ปลาช่อนทะเล ปลาค้างคาวในแนวปะการัง ม้าน้ำ ฯลฯ รวมทั้งให้บริการความรู้ทางวิชาการแก่เกษตรกรและบุคคลทั่วไปที่เข้ามาติดต่อขาคำแนะนำเกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การเดินทางใช้เส้นทางเดียวกับทางไปสุสานหอย

วัดถ้ำเสือเขาแก้ว อ่าวลวกธนู ตั้งอยู่ที่บ้านถ้ำเสือในตำบลกระบี่น้อย ห่างจากตัวเมืองกระบี่ไปตามถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) แล้วแยกซ้ายเข้าถนนราษฎรพัฒนา (ทางหลวงหมายเลข 4037) ไปประมาณ 9 กิโลเมตร เหตุที่ได้ชื่อว่า ถ้ำเสือ เพราะว่าบริเวณด้านหน้าของทิวเขาอ่าวลวกธนูหรือที่เรียกว่า เขาแก้ว เคยมีเสือโคร่งขนาดใหญ่อาศัยอยู่และภายในถ้ำยังปรากฏหินธรรมชาติเป็นรูปอุ้งเท้าเสือ สภาพโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นสวนป่า แวดล้อมด้วยต้นไม้ใหญ่อายุนับร้อยปีในหุบเขาที่วิจิตรและเนื่องจากมีเขาล้อมอยู่ทุกด้าน จึงมีถ้ำเล็ก ถ้ำน้อยอยู่มากมาย เช่น ถ้ำคนธรรพ์ ถ้ำลอด ถ้ำช้างแก้ว ถ้ำลวกธนู ถ้ำพระ เป็นต้น บริเวณนี้นอกจากเป็นที่ตั้งของวัด ยังเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญถึงสองสมัย คือ สมัยก่อนประวัติศาสตร์ มีการขุดพบเครื่องมือหินเศษ ภาชนะดินเผา พระพิมพ์ดิบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเส้นทางเดินป่าและเส้นทางขึ้นจุดชมวิวยอดเขา ไปตามบันไดสูง 1,272 ขั้นด้วย

ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดกระบี่ ถนนเพชรเกษม ตำบลเขาคคราม ใช้เส้นทางกระบี่-อ่าวลึก อยู่ห่างจากตัวเมืองกระบี่ 20 กิโลเมตร เป็นศูนย์เพื่อรวบรวมพันธุ์พืชในท้องถิ่น ทดสอบพันธุ์พืชในประเทศและต่างประเทศ เพื่อผลิตและกระจายพันธุ์ดีแก่เกษตรกร ภายในศูนย์จะมีไม้หลายพันธุ์ให้เที่ยวชม อาทิ หมากแดง คาหลา จิ้ง เอลิทอเนีย มะพร้าว น้ำหอม กล้วยไม้หลากสี และดอกหน้าวัวกว่า 60 สายพันธุ์ ที่มีสีสันแปลกตาสวยงาม เปิดให้เข้าชมในวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 08.00-16.00 น. เว้นวันหยุดราชการ

คลองสระแก้ว อยู่ในเขตสวนป่าตำบลเขาทอง ห่างจากตัวเมืองประมาณ 28 กิโลเมตร ตามเส้นทางกระบี่-ในสระ สระแก้วประกอบด้วยสระน้อยใหญ่ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติถึง 8 สระ ได้แก่ สระน้ำลอด สระเชิงเขา สระจรเข้ขาว สระน้ำทิพย์ สระน้ำคราม สระมรกต สระหุ่นแก้ว และสระน้อย มีบริการเรือแคนูให้เช่า เปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น.

ป่าพรุท่าปอม คลองสองน้ำ ตั้งอยู่ที่บ้านหนองจิก หมู่ที่ 2 ตำบลเขาคคราม ห่างจากตัวเมืองกระบี่ 34 กิโลเมตร ตามเส้นทางถนนหลวงหมายเลข 4 (กระบี่-อ่าวลึก) ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 126 เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 5 กิโลเมตร ป่าพรุท่าปอมเป็นป่าที่มีแหล่งน้ำสวยงามหลายแห่ง มีต้นกำเนิดจากแอ่งน้ำช่องพระแก้ว ซึ่งเป็นน้ำจืดใสสะอาดจนมองเห็นพื้นน้ำและรากไม้ป่าหลุมพี ไหลเอื่อย มาบรรจบกับป่าโกงกางสู่ทะเลซึ่งเป็นน้ำเค็ม จึงได้ชื่อว่า คลองสองน้ำ ภายในมี

ทางเดินศึกษาธรรมชาติ ทำด้วยไม้ระแนง บางช่วงมีเก้าอี้ไม้ ให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักชมทัศนียภาพสองข้างทาง เปิดทุกวันตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น.

อำเภอเขาพนม

อุทยานแห่งชาติเขาพนมเบญจา เป็นอุทยานฯ ทางบกแห่งเดียวของจังหวัดกระบี่ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมือง อำเภออ่าวลึก และอำเภอเขาพนม มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ ประกอบด้วยเทือกเขาสูงสลับซับซ้อนในแนวเหนือจรดใต้ มียอดเขาพนมเบญจาซึ่งสูง 1,397 เมตรจากระดับน้ำทะเล สูงที่สุดในกระบี่ มีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามทั้งลำธาร น้ำตก ถ้ำ และสัตว์ป่านานาชนิด เช่น สมเสร็จ เลียงผา หมึกวาย เสือปลา มีนกที่สามารถพบเห็นกว่า 218 ชนิด เช่น นกอินทรี นกเงือก นกหัวขวาน เป็นต้น

สถานที่ท่องเที่ยวภายในอุทยานฯ ได้แก่

น้ำตกห้วยโต้ ต้นกำเนิดจากเขาพนมเบญจา มี 5 ชั้น คือ วังสามหาบ วังจงดอย วังคดอยปรัง วังเทวดา และวังโตนพริ้ว สายน้ำตกห้วยโต้ไหลมารวมกันที่คลองกระบี่ใหญ่ อำเภอเมืองจังหวัดกระบี่

น้ำตกห้วยสะเด อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 300 เมตร เป็นน้ำตกจากหน้าผาสูง มี 3 ชั้น มีแอ่งน้ำใสสะอาด น้ำตกสายนี้ไหลมารวมกันที่คลองโตนและไหลลงสู่คลองกระบี่ใหญ่

การเดินทางขึ้นยอดเขาพนมเบญจา เป็นอีกกิจกรรมของอุทยานฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถจะเดินขึ้นได้ 2 เส้นทาง คือ

เส้นทางแรก ใช้เวลาในการเดินทาง 4 วัน 3 คืน โดยการเริ่มต้นจากน้ำตกห้วยโต้นักท่องเที่ยวจะต้องปีนข้ามน้ำตกทั้ง 5 ชั้น ขึ้นไปชั้นบนสุดแล้วเดินต่อไปยังลำธาร เลี้ยวซ้ายทางตันยางใหญ่พักค้างคืนที่เขาลูกช้าง 1 คืน รุ่งขึ้นจึงเดินต่อไปค้างคืนที่ควนน้ำค้างอีก 1 คืน จากนั้นเดินต่อไปจนถึงเชิงเขาพนม รุ่งเช้าอีกวันหนึ่งจึงเริ่มขึ้นยอดเขา พักค้างบนยอดเขาอีก 1 คืน

เส้นทางที่สอง เดินทางโดยรถยนต์ไปที่ฐานปฏิบัติการบ้านสร้าง ระยะทางประมาณ 60 กิโลเมตร เส้นทางนี้ใช้เวลาในการพักค้าง และเดินทาง 3 วัน 2 คืน โดยเดินทางจากฐานปฏิบัติการบ้านสร้างไปสู่ยอดเขาพนมเบญจาเป็นเวลา 1 วันและพักค้างบนยอดเขาพนมเบญจา 1 คืน จากนั้นเดินลงจากยอดเขามาพักค้างคืนที่ควนน้ำค้างอีก 1 คืน และในวันรุ่งขึ้นเดินตากควนน้ำค้างลงมาที่ทำการอุทยานฯ

ทั้งสองเส้นทางนักท่องเที่ยวจะได้พบธรรมชาติที่สวยงามของพันธุ์ไม้ สัตว์ป่า ถ้ำ เิงผา น้ำตก ธารน้ำ ทะเลหมอก จุดชมวิวที่สามารถมองเห็นตัวเมืองกระบี่ และอากาศที่เย็นสบาย ตลอดปี นักท่องเที่ยวที่สนใจควรสอบถามข้อมูลก่อนการเดินทาง

อุทยานฯ มีเดินที่ให้บริการ หรือสามารถนำเดินที่ตัวเอง

การเดินทางจากอำเภอเมืองกระบี่ ไปยังสามแยกบ้านตลาดเก่าตามถนนเพชรเกษม 1 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายตามเส้นทางตลาดเก่า-บ้านห้วยโต ระยะทาง 20 กิโลเมตร จะถึงที่ทำการอุทยานฯ

อำเภออ่าวลึก

อุทยานแห่งชาติธารโบกขรณี ประกอบด้วย ภูเขาหินปูน ป่าดิบ ป่าชายเลน และ เกาะต่าง ๆ อุทยานฯ มีพันธุ์ไม้ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นป่าดงดิบ ป่าพรุ ป่าชายหาด ป่าชายเลน รวมถึงสังคมพืชใต้ท้องทะเล ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้ได้ มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางที่เดินภายในอุทยานฯ ระยะทาง 1 กิโลเมตร

สถานที่น่าสนใจภายในอุทยานฯ ได้แก่

น้ำตกธารโบกขรณี อยู่บริเวณที่ทำการอุทยานฯ เดิมชื่อ ธารอโศก เพราะมีต้นอโศกขึ้นอยู่ริมธาร สภาพทั่วไปเป็นธารน้ำธรรมชาติไหลลงมายังแอ่งน้ำน้อยใหญ่ซึ่งอยู่ต่างระดับกัน รายรอบด้วยป่าไม้ร่มรื่น ด้านเหนือของน้ำตกธารโบกขรณี มีมณฑปพระพุทธรูปบาทจำลองที่แกะสลักจากไม้ ประดิษฐานอยู่ใกล้กับศาลาบูชาเจ้าพ่อโต๊ะยวน-โต๊ะช่อง

ถ้ำลอด และถ้ำผีหัวโต อยู่ห่างจากอุทยานฯ ประมาณ 6 กิโลเมตร เดินทางไปทางอำเภออ่าวลึกตามถนนอ่าวลึก-แหลมสัก ประมาณ 2 กิโลเมตร แยกขวาไปยังท่าเรือบ่อท่อ แล้วลงเรือหางยาวรับจ้างไปตามลำคลองท่าปรังผ่านป่าชายเลนไปประมาณ 15 นาที ถ้ำลอด เป็นอุโมงค์ใต้ภูเขาหินปูน บนเพดานถ้ำมีหินงอกและหินย้อยรูปร่างต่าง ๆ กัน ส่วนถ้ำผีหัวโตหรือถ้ำหัวกะโหลก อยู่ห่างจากถ้ำลอดประมาณ 500 เมตร แต่เดิมภายในถ้ำเคยมีหัวกะโหลกมนุษย์ มีขนาดโตกว่าปกติ จึงมีชื่อว่า ถ้ำผีหัวโต และบนผนังถ้ำยังปรากฏภาพเขียนก่อนสมัยประวัติศาสตร์จำนวนมาก อาทิ รูปคน รูปสัตว์ บนพื้นถ้ำมีเปลือกหอยทับถมกันอยู่เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้บริเวณนี้ยังสามารถพายเรือชมทิวทัศน์ป่าชายเลนที่สงบร่มรื่นได้

ถ้ำชาวเล อยู่ทางด้านทิศตะวันตกของแหลมสั๊ก ในเวียงอ่าวที่แวดล้อมด้วยธรรมชาติอันสวยงามของเกาะแก่งและภูเขา ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยและภาพเขียนสมัยก่อนประวัติศาสตร์เป็นรูปคน รูปสัตว์ และรูปทรงเรขาคณิตต่าง ๆ หลายภาพด้วยกัน สันนิษฐานว่าจะมีอายุอยู่ในช่วงหลังภาพเขียนที่ถ้ำผีหัวโต บริเวณชาวเลสามารถพายเรือแคนูได้ สำหรับการไปเยี่ยมชมสามารถโดยสารเรือประจำทางหรือเรือเช่าจากท่าเรือบ้านแหลมสั๊กใช้เวลาเดินทางประมาณ 10-15 นาที

เกาะกาโรส อยู่ทางด้านตะวันออกของปลายแหลมสั๊ก เป็นบริเวณที่สามารถพายเรือแคนูได้ ขึ้นเรือที่ทำเรือแหลมสั๊ก อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 17 กิโลเมตร

เกาะแดง มีหาดทรายสวยงามยาว 25 เมตร มีถ้ำลอดกว้าง 70 เมตร สูง 20 เมตร เป็นบริเวณที่ค้ำน้ำดูปะการังได้ อยู่ใกล้กับถ้ำชาวเล

หมู่เกาะห้อง เป็นหมู่เกาะที่ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่หลายเกาะ อาทิ เกาะเหลาหรือเกาะซากา เกาะเหลาเหริยม เกาะปากกะ เกาะเหลาลาดิง เป็นต้น โดยมีเกาะห้องหรือเกาะเหลาปีและ เป็นเกาะทางตอนใต้ที่ใหญ่ที่สุด ลักษณะโดยทั่วไปเป็นเขาหินปูน น้ำทะเลใส หาดทรายขาว มีแนวปะการังทั้งน้ำตื้นและน้ำลึกเหมาะแก่การดำน้ำ ตกปลา บนเกาะห้อง มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติระยะทาง 400 เมตร รอบ ๆ เกาะห้องสามารถพายเรือแคนูได้ บนเกาะมีที่สำหรับกางเต็นท์ โดยต้องนำเต็นท์มาเอง การไปเที่ยวสามารถเช่าเรือหางยาวจากอ่าวนาง ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

การเดินทาง อุทยานฯ อยู่ห่างจากตัวเมืองกระบี่ 46 กิโลเมตร ตั้งอยู่ที่ธาร โบกขรณี ตำบลอ่าวลึกใต้ ห่างจากสี่แยกตลาดอ่าวลึก มาตามถนนอ่าวลึก-แหลมสั๊ก ประมาณ 1 กิโลเมตร หรือจากอำเภอเมือง สามารถนั่งรถสองแถวกระบี่-อ่าวลึกเหนือ-ได้ ลงที่หน้าอุทยานฯ ได้

อำเภอคลองท่อม

พิพิธภัณฑสถานวัดคลองท่อม ตั้งบนถนนเพชรเกษม หลักกิโลเมตรที่ 71-72 ห่างจากที่ว่าการอำเภอคลองท่อมประมาณ 1 กิโลเมตร พิพิธภัณฑฯแห่งนี้เก็บสะสมสิ่งของ วัตถุโบราณจำนวนมากที่ขุดค้นพบได้ในบริเวณที่เรียกว่า ควนลูกปัด อันเป็นเนินดินหลังวัดคลองท่อม อาทิ เครื่องมือหิน เครื่องประดับซึ่งทำจากหินและดินเผา รูปสัตว์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกปัดอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของมนุษย์สมัยเมื่อ 5,000 ปีเศษมาแล้ว เปิดให้เข้าชมเวลา 08.30-17.00 น.

น้ำตกหินเพิง ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 บ้านหินเพิง ตำบลคลองพน ห่างจากที่ว่าการอำเภอคลองท่อม 25 กิโลเมตร ใช้เส้นทางถนนเพชรเกษม (กระบี่-ตรัง) เมื่อถึงตำบลคลองพนแล้วให้เลี้ยวซ้ายเข้าไปอีก 8 กิโลเมตร การเที่ยวชมน้ำตกหินเพิงจะต้องเดินลัดเลาะไปตามไหล่เขาที่สูงชันประมาณ 400 เมตร จะถึงบริเวณน้ำตกหินเพิงที่ไหลมาจากยอดหน้าผาที่สูงชัน

น้ำตกร้อนคลองท่อม ตั้งอยู่บริเวณบางคราม-บ้านบางเตียว อยู่ห่างจากอำเภอเมืองกระบี่ตามถนนเพชรเกษม (กระบี่-ตรัง) ประมาณ 45 กิโลเมตร จากนั้นแยกเข้าถนนสุขาภิบาล 2 ตรงที่ว่าการอำเภอคลองท่อม ไปอีก 12 กิโลเมตร เป็นน้ำพุร้อนแห่งหนึ่งในบรรดาน้ำพุร้อนอีกหลายแห่งที่กระจายอยู่ภายในบริเวณนี้ น้ำจะไม่ร้อนมาก มีอุณหภูมิประมาณ 40-50 องศาเซลเซียส เป็นน้ำร้อนที่ซึมขึ้นมาจากผิวดินซึ่งมีป่าละเมาะปกคลุมร่มรื่น สายน้ำไหลไปรวมกันตามความลาดเอียงของพื้นที่ บางช่วงมีคว้นกรุ่นและคราบหินปูนธรรมชาติพอกอยู่เป็นชั้นหนาทำให้เกิดทัศนียภาพสวยงามแปลกตา โดยเฉพาะบริเวณที่ธารน้ำร้อน ไหลลงสู่คลองท่อมลระดับเกิดเป็นลักษณะคล้ายชั้นน้ำตกเล็ก ๆ

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม อยู่ที่หมู่บ้านบางเตียว ตำบลคลองท่อมเหนือ ใช้เส้นทางเดียวกับน้ำตกร้อนคลองท่อม ตามทางหลวงหมายเลข 4038 ก่อนถึงตลาดคลองท่อมจะมีทางแยกไปหมู่บ้านบางเตียวระยะทาง 17 กิโลเมตร ลักษณะเป็นป่าที่ราบต่ำ มีสิ่งที่น่าสนใจได้แก่ สระมรกต เป็นน้ำพุร้อนลักษณะเป็นสระน้ำร้อน น้ำใสสีเขียวมรกต มีอุณหภูมิประมาณ 30-50 องศาเซลเซียส รวมทั้งนกที่หายากได้ยาก เช่น นกแก้วแว้วท็องดำ นกกระเต็นสร้อยคำสีน้ำตาล และนกเงือกดำ เป็นต้น

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าฯ มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติที่นา โจลิฟฟ์ (ทุ่งเตียว) ซึ่งตั้งชื่อตามคุณทีนา โจลิฟฟ์ ชาวอังกฤษ ผู้ริเริ่มความคิดที่จะรักษาอนุรักษ์ป่าดิบชื้นผืนนี้ไว้ไม่ให้ถูกทำลาย เพื่อเป็นการระลึกถึงความตั้งใจและอนุสรณ์สำหรับทีนา ทุ่งเตียว คือส่วนหนึ่งของป่าที่ราบต่ำที่อยู่ติดกับหมู่บ้านบางเตียว ตำบลคลองท่อมเหนือ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติที่คอบอกเล่าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ในป่าให้นักเดินทางได้ศึกษาหาความรู้ได้ด้วยตัวเอง มีจุดเริ่มต้นอยู่ก่อนถึงสระมรกตของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ประมาณ 800 เมตร โดยจะผ่านผืนป่าเล็ก ๆ ซึ่งเป็นป่าที่ราบต่ำที่เหลืออยู่เพียงเล็กน้อยทางภาคใต้ของประเทศไทย เส้นทางนี้จะแสดงลักษณะของป่าดิบชื้นที่ราบต่ำอย่างแท้จริง และยังเป็นที่อยู่ของนกแก้วแว้วท็องดำ นกป่าสีส้มสวยงามที่กระโดดหากินอยู่ตามพื้นดิน ทำให้มีการจัดตั้งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางครามขึ้น นอกจากนั้นในป่าแห่งนี้ยังพบนกชนิดอื่น ๆ อีกมากกว่า 300 ชนิด นับเป็นจำนวนที่มากกว่าที่เคยบันทึกไว้ตามเขตอนุรักษ์ต่าง ๆ ทางภาคใต้ของประเทศไทย และมีมากกว่า 100 ชนิด

ที่เคียบตามทางเดินศึกษาธรรมชาติแห่งนี้ อาทิ นกเขาเปล้า นกโพระดก นกเขียวคราม นกปรอด นกกินปลี นกปลีกล้วยและกระรอกพันธุ์ต่าง ๆ เป็นต้น

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าฯ มีบ้านพักบริการและมีสถานที่สำหรับกางเต็นท์บริการนักท่องเที่ยว แต่ต้องนำเต็นท์มาเอง

อำเภอเหนือคลอง

น้ำพุร้อน กระบี่ ตั้งอยู่ถนนเพชรเกษม กม.ที่ 989-990 เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 150 เมตร หมู่บ้านบางฝ้าง ตำบลโคกยาง ภายในมีบ่อน้ำพุร้อน 6 บ่อ เปิดบริการทุกวัน เวลา 06.00-19.00 น.

ณัฐวาริน้ำพุร้อน ตั้งอยู่ถนนเพชรเกษม กม.ที่ 13-14 (กิโลเมตรที่ 990 กระบี่-ตรัง) หมู่บ้าน บางฝ้าง ตำบลโคกยาง อำเภอเหนือคลอง ห่างจากสนามบินนานาชาติกระบี่ประมาณ 15 กิโลเมตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ประกอบไปด้วยบ่อน้ำแร่ร้อนขนาดใหญ่จำนวน 8 บ่อ อุณหภูมิประมาณ 30-50 องศาเซลเซียส สระน้ำเย็น 1 สระ บ่อน้ำแร่มีจลาบับัด 1 บ่อ ห้องอาบน้ำแร่ส่วนตัว 20 ห้อง และคลับเฮาส์

อำเภอเกาะลันตา

อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา ในอำเภอเกาะลันตา ประกอบด้วยเกาะต่าง ๆ ที่สำคัญได้แก่ เกาะลันตาใหญ่ เกาะลันตาน้อย เกาะตะเล็งเบ็ง และเกาะใกล้เคียง รวมไปถึงหมู่เกาะห้า หมู่เกาะรอก และเกาะโหลง

เกาะที่นำท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา ได้แก่

เกาะลันตาน้อย เป็นเกาะที่เป็นชุมชนของชาวเกาะลันตาในอดีตมาก่อน มีที่ว่าการอำเภอ มีโรงเรียนวิถีชีวิตแบบเก่าๆ บ้านเรือนโบราณยังมีให้เห็น

เกาะลันตาใหญ่ มีรูปร่างยาวเรียวยาวจากเหนือมาได้ ศูนย์กลางธุรกิจของเกาะอยู่บริเวณท่าเรือศาลาด่านซึ่งมีทั้งบริการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ธนาคาร ด้านตะวันตกเรียงรายไปด้วยชายหาดและอ่าวที่สวยงามมากมายได้แก่ หาดคอกวาง หาดโละบารา อ่าวพระแอะ หาดคลองโขง หาดคลองนิน และมีถนนตัดจากท่าเรือตอนเหนือผ่านชายหาดต่างๆ ไปจนถึงที่ทำการอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตาซึ่งอยู่ตอนใต้สุดของเกาะ พื้นที่ส่วนใหญ่บนเกาะมีสภาพเป็นทิวเขา สลับซับซ้อน ปกคลุมด้วยป่าที่สมบูรณ์ ส่วนด้านตะวันออกมีชุมชนเก่าของเกาะลันตาเนื่องจากเคยเป็นที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอมาก่อน ซึ่งย้ายไปอยู่ที่เกาะลันตาน้อย ชาวบ้านส่วนใหญ่บนเกาะลันตา

นับถือศาสนาอิสลาม และที่บ้านสังกะอู้อยังมีชนพื้นเมืองที่ยังคงยึดถือวัฒนธรรมประเพณี ได้แก่ ประเพณีลอยเรือ ไม้ไกลจากที่ทำการอุทยานฯ มีจุดชมวิว แหลมโตลด ซึ่งเป็นที่ตั้งของประการการ จากมุมนี้สามารถมองเห็นโค้งอ่าวกรวดและอ่าวหาดทรายขาวสะอาดมาบรรจบกันตอนปลายสุด ของแหลม โตนดแล้ว ยังมีจุดชมวิวบนยอดเขาบริเวณตอนกลางเกาะที่มีร้านอาหารสามาถนั่ง รับประทานอาหารพร้อมกับชมทิวทัศน์ของทะเลอันดามันที่มีเกาะต่างๆ อยู่ท่ามกลางผืนน้ำสีน้ำเงิน

บนเกาะลันตาใหญ่มีที่พักเอกชนเปิดให้บริการมากมาย ถูคูท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง เดือน พฤศจิกายน-พฤษภาคม นักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างแรมในบริเวณที่ทำการอุทยานฯ ควร ติดต่อล่วงหน้าที่อยู่อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา

การเดินทางไปเกาะลันตาใหญ่

รถยนต์ นักท่องเที่ยวที่นำรถไปเองสามารถนำรถลงเรือได้ที่ท่าเทียบเรือชานนยนต์ บ้านหัวหินไปเกาะลันตาน้อยและข้ามแพอีกครั้งไปยังเกาะลันตาใหญ่ สามารถข้ามแพได้ตั้งแต่เวลา 08.00-18.00 น.

การเดินทางไปท่าเรือหัวหิน จากอำเภอเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 4 ไปทางอำเภอ คลองท่อม (กระบี่-ตรัง) ถึงบ้านแยกหัวน้ำขาว ให้เลี้ยวขวาไปตามทางหลวง 4206 ประมาณ 20 กิโลเมตร จนถึงบ้านหัวหิน

รถตู้ปรับอากาศ มีรถออกจากอำเภอเมืองกระบี่ วิ่งระหว่างกระบี่-เกาะลันตาใหญ่มี รถออกทุก ๆ หนึ่งชั่วโมง ตั้งแต่ 08.30-13.00 น. ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง นอกจากนั้นจากจังหวัด ตรังก็มีรถตู้ปรับอากาศบริการออกทุกชั่วโมง เวลา 08.30-16.30 เช่นกัน

การเดินทางโดยรถประจำทางจากจังหวัดตรัง ไปยังจังหวัดกระบี่ สามารถเดินทาง ได้โดยรถบัสท้องถิ่นสีแดง (รถพัดลม) ออกจากสถานีขนส่งจังหวัดตรัง 06.00-17.00 น. ใช้เวลา เดินทาง 2 ชั่วโมง

เรือโดยสาร ในถูคูท่องเที่ยว มีเรือออกจากท่าเรือคลองจิหลาด อำเภอเมืองกระบี่ ไปขึ้นที่ท่าเรือศาลาด่าน บนเกาะลันตาใหญ่ เรือออกเวลา 11.00 น. ใช้เวลา 2 ชั่วโมง

การเดินทางจากเกาะลันตาไปยังเกาะต่าง ๆ

บริษัทเรือเอกชนบนเกาะลันตายังมีเรือวิ่งให้บริการหลายเส้นทาง

เกาะลันตา-เกาะพีพี เรือออกเวลา 08.00 น. และ 13.00 น.

เกาะลันตา-กระบี่ เรือออกเวลา 08.00 น. และ 13.00 น.

เกาะลันตา-เกาะพีพี-ภูเก็ต เรือออกเวลา 13.00 น. และ 14.30 น.

เกาะลันตา-เกาะพีพี-กระบี่ เรือออกเวลา 09.00 น. และ 13.30 น.

เกาะลันตา-เกาะจำ-กระบี่ เรือออกเวลา 08.00 น. และ 13.00 น.

เรือบรรทุกบริการทุกวันจากเกาะลันตาใหญ่ไป เกาะไหง เกาะรอก และเกาะกระดาน เรือออกเวลา 19.00 น.

เกาะรอกมีเฉพาะ Speed boat เท่านั้น

เกาะตะละเบ็ง อยู่ระหว่างท่าเรือบ่อม่วง-เกาะลันตา เป็นเกาะที่มีลักษณะเป็นหินปูน คล้ายเกาะพีพีเล มีชายหาดเล็กๆ และโพรงถ้ำซึ่งจะโผล่ให้เห็นได้เฉพาะเวลาน้ำลง มีคนนางแอ่นอาศัยอยู่บนเกาะด้วย ในกลุ่มนี้จะมีเกาะผีซึ่งอยู่ไปทางทิศเหนือ และยังเป็นที่สามารถพายเรือแคนูได้

เกาะรอกใน เป็นที่ตั้งของหน่วยพิทักษ์ย่อยของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา เป็นเกาะที่มีลักษณะเป็นหน้าผาสูงชัน ด้านทิศตะวันออกมีหาดทราย และแนวปะการังเป็นกลุ่มๆ ตามโขดหิน ด้านทิศเหนือของเกาะมีแหลมธงและอ่าวศาลเจ้า ผืนทรายที่เกาะรอกในละเอียดขาวเนียน น้ำทะเลใสเป็นสีเขียวจนมองเห็นปลาหลากสีสัน เป็นความบริสุทธิ์ของธรรมชาติให้ได้เดินออกกำลังกายดูพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ได้อีกด้วย สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะพักผ่อน บนเกาะมีที่สำหรับกางเต็นท์

เกาะรอกนอก ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้และทิศใต้ มีหาดทรายขาวละเอียด และแนวปะการังน้ำตื้น ด้านท้ายเกาะมีหาดทะเลและอ่าวมานไทร

การเดินทางไปเกาะรอก นิยมเช่าเรือจากท่าเรือปากเมง ใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง หรือใช้บริการนำเที่ยวด้วยเรือเร็วจากเกาะลันตา

หมายเหตุ ไม่แนะนำให้เช่าเรือหางยาวเดินทางไปเกาะรอกเนื่องจากกระยะทางไกล อาจไม่ปลอดภัยโดยเฉพาะวันที่สภาพอากาศไม่ดี

เกาะไหง ทางทิศตะวันออกของเกาะประกอบด้วยหาดทรายยาว และมีปะการังด้านหน้าหาด นับเป็นแหล่งดูปะการังน้ำตื้นที่สมบูรณ์แห่งหนึ่ง การเดินทางสามารถเช่าเรือจากท่าเรือปากเมง จังหวัดตรังได้

หินแดง เป็นหิน โสโครก อยู่ฝั่งด้านนอกของทะเลอันดามัน มีปะการังชนิดต่าง ๆ ที่สวยงามเหมาะสำหรับการดำน้ำ

เกาะห้า เป็นกลุ่มเกาะ 5 เกาะ เกาะห้าใหญ่มีรูปร่างคล้ายใบเรือ และเป็นจุดดำดูปะการังน้ำตื้น

หมู่บ้านทุ่งหยีเพ็ง บนเกาะลันตาใหญ่ ภายในหมู่บ้านมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น พายเรือแคนู นั่งเรือหางยาว บ้านพักแบบโฮมสเตย์ การเดินทาง ขึ้นจากท่าเรือเฟอร์รี่ เลี้ยวซ้ายประมาณ 5 กิโลเมตร เลี้ยวขวาที่บ้านทุ่งหยีเพ็งไปประมาณ 500 เมตร หมู่บ้านอยู่ซ้ายมือ

กิจกรรมการท่องเที่ยว

กระบี่ นอกจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกแล้ว กิจกรรมอื่น ๆ กำลังได้รับความนิยมไม่น้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น การพายเรือคายัค การปีหน้าผา การโรยตัว

สำหรับบริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมพายเรือพักผ่อน ได้แก่ เกาะห้อง เกาะกาโรส เกาะผักเบี้ย เกาะกูด และท่าเลน ส่วนการปีหน้าผา จะเป็นบริเวณหาดไร่เลย์ และถ้ำพระนาง นอกจากนี้กิจกรรมใหม่ที่กำลังเริ่มในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ การโรยตัวจากหน้าผา

การพายเรือคายัคที่บ้านท่าเลน อยู่ห่างจากตัวเมืองกระบี่ 35 กิโลเมตร ถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ได้รับคามนิยม ด้วยภูมิประเทศที่เป็นป่าชายเลนที่สมบูรณ์ มีปูลมที่อาศัยอยู่ในป่าโกงกาง และไม่ห่างจากจุดพายเรือคายัค จะมีถ้ำค้างคาว ซึ่งในถ้ำจะมีหินงอกหินย้อยให้ได้ชม หากเดินผ่านถ้ำค้างคาว สามารถปีนผาไปยังจุดโรยตัวซึ่งเป็นจุดชมวิวที่สวยงามสามารถมองเห็นแนวป่าโกงกาง ทะเลและเกาะต่าง ๆ ของกระบี่ได้

เทศกาลและงานประเพณี

ประเพณีวันสารทเดือนสิบ งานประเพณีสำคัญของชาวลีเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้บรรพบุรุษผู้ล่วงลับ ขนบที่ขาดไม่ได้คือ ขนมลา ขนมเจาะหู ขนมพอง ขนมบัว และขนมกงหรือไข่ปลา

งานประเพณีชักพระ เดิมจัดเป็นบุษบกพนมเรือสลักกลดลสวยงาม มีการละเล่นเพลงพื้นเมือง เช่น เพลงเรือ (เพลงชักพระ) ปัจจุบันได้นำยอดพนมเรือใส่รถแทนเรือ การละเล่นเพลงชักพระจึงหมดไป

งานกระบี่เบิกฟ้าอันดามัน จัดขึ้นตรงกับเดือนพฤศจิกายนของทุกปี เป็นงานเปิดฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัด มีกิจกรรมรื่นเริงและการแสดงทางวัฒนธรรมมากมาย และการแข่งขันกีฬาทางน้ำหลายประเภท

ประเพณีลอยเรือชาวเล ที่เกาะลันตานับเป็นประเพณีเก่าแก่ของชาวเลที่หาญได้ยาก งานจัดตรงกับวันเพ็ญเดือน 6 และวันเพ็ญเดือน 11 ของทุกปี โดยกลุ่มชาวเลในบริเวณเกาะลันตา และเกาะใกล้เคียงจะมาชุมนุมกันทำพิธีลอยเรือเพื่อสะเดาะเคราะห์ ณ ชายหาดใกล้ๆ กับบ้านศาลาด่าน ในพิธีจะมีการร้องรำทำเพลง มีการร่ายรำรอบลำเรือด้วยจังหวะและทำนองเพลงรองเง็ง

การละเล่นพื้นบ้าน

ลิเกป่า เป็นการแสดงพื้นบ้านที่ดัดแปลงมาจากลิเกสิบสองภาษา เริ่มต้นเล่นเรื่องราวของแขกแดงว่ามาจากเมืองลัทธิกะตา (กัลกัลดตา) มาค้าขายบนฝั่งทะเลตะวันตก แล้วมาได้ภรรยาเป็นคนพื้นเมืองชื่อ ยายี หรือยาหยี และพากลับบ้านเมือง จากนั้นจะแสดงเรื่องอื่นต่อไป ลิเกป่าเป็นการแสดงที่ประสานวัฒนธรรมหลากหลายเข้าด้วยกัน อาทิ คนตรีจะใช้รำมะนา ทับ โหม่ง กลอง ฉิ่ง บทกลอนจะมีการประสมทำนองมโนราห์กับเพลงบรูไนยาวา ศิลปินลิเกป่าในกระบี่มีจำนวนมาก เพราะนิยมเล่นกันมาช้านานและน่าจะเกิดขึ้นครั้งแรกในดินแดนบริเวณนี้ ปัจจุบันลิเกป่ามีหลายคณะ เช่นนายตริก ปลอดฤทธิ์ ซึ่งได้รับรางวัลผู้มีผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรม

หนังตะลุง แสดงให้เห็นการผสมผสานกับวัฒนธรรมอินเดีย ในจังหวัดกระบี่มีศิลปินหนังตะลุงหลายคณะ

มโนราห์ การแสดงพื้นบ้านของจังหวัดทางภาคใต้ที่ขึ้นชื่อที่แสดงถึงวัฒนธรรมของภาคใต้ได้เป็นอย่างดี

รองเง็งและเพลงตันหยง ซึ่งได้รับอิทธิพลจากมลายู ซึ่งดัดแปลงมาจากโปรตุเกส อีกทอดหนึ่ง เดิมเพลงรองเง็งนิยมแสดงในบ้านขุนนาง ภายหลังชาวบ้านนำมาเล่นและพัฒนาดัดแปลงมาเป็นเนื้อร้องภาษาไทย เรียกว่า เพลงตันหยง

อาหารพื้นเมือง

เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ติดกับทะเล อาหารทะเลจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจนักท่องเที่ยวมักจะต้องการหาเพื่อจะได้ลิ้มลองรสชาติอาหารทะเลที่ดีที่สุด ราคายุติธรรม เช่นเดียวกับจังหวัดกระบี่ หอยชักตีน ถือว่าเป็นอาหารขึ้นชื่อของจังหวัดกระบี่ โดยการนำหอยไปลวกในน้ำเดือด เพื่อให้ส่วนที่คล้ายเท้าของหอย โผล่ออกมา จิ้มกับน้ำจิ้มรสแซบ ทำให้เป็นที่ชื่นชมของนักชิมเป็นอย่างยิ่ง และหอยหวาน เป็นหอยที่อยู่ตามป่าชายเลน นำมาผัดฉ่า ผัดกระเพรา ให้รสชาติที่เข้มข้นอร่อยสด สามารถหารับประทานได้ตามร้านอาหารในจังหวัด

สินค้าของที่ระลึกของจังหวัดกระบี่ ได้แก่ กรงนกเขา เสื้อเตยปาหนัน กะปิ ปลาแห้ง กุ้งแห้ง สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าบริเวณถนนอุตรกิจ

หมายเลขโทรศัพท์ที่สำคัญ

ประชาสัมพันธ์จังหวัด	โทร. 075-612611
สำนักงานจังหวัด	โทร. 075-611381
โรงพยาบาลกระบี่	โทร. 075-611227, 1669
สถานีขนส่งจังหวัด	โทร. 075-611804
สถานีตำรวจภูธร	โทร. 075-611222
ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัด	โทร. 075-611050
ที่ทำการตรวจคนเข้าเมือง	โทร. 075-611097
กรมศุลกากร	โทร. 075-611350
ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน	โทร. 075-611348, 075-611389
ตำรวจทางหลวง	โทร. 1193
ตำรวจท่องเที่ยว	โทร. 1155
กรมอุตุนิคมวิทยา	โทร. 1182
ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกระบี่	โทร. 1131
สอบถามหมายเลขโทรศัพท์	โทร. 1133

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายชินวัตร บุญจันทร์
วัน เดือน ปีเกิด	4 ตุลาคม 2530
สถานที่เกิด	จังหวัดร้อยเอ็ด
ประวัติการศึกษา	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี พ.ศ. 2553
สถานที่ทำงาน	บริษัท ไพรมารี อิน โนเวเตอร์ ซอฟต์แวร์ จำกัด
ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ

