

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์

Behavior of Thai Tourists in Creative Tourism in Surin Province

โชคดี คู่ทวีกุล¹ ชวลีย์ ณ ถลาง² เสรี วงษ์มณฑา³

Chokdee Kuthaweekul, Chawalee Na Thalang, Seri Wongmontha

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง อำเภอท่าตูม อำเภอสำโรงทาบ และอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ รวม 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ อัตราส่วนร้อยละ และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ 1-2 วัน เดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ไม่เกิน 2,000 บาท และเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดสุรินทร์เป็นครั้งแรก 2) ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปว่า อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษาสูงสุด และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ภาพรวมจึงมีความสัมพันธ์กัน

คำสำคัญ (Keywords) : การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Abstract

This research aimed to 1) study the behavior of Thai tourists in creative tourism in Surin province and 2) study the relationship between demographic characteristics and their behavior. The quantitative research used a questionnaire for collecting data from 400 Thai visitors in four districts of Surin province: Mueang, Tha Tum, Samrong Thap and Khwao Sinarin. Data were analyzed by frequency and percentage; the hypothesis was tested by the Chi-square with statistical significance at the 0.05 level.

Received: 2024-06-17 Revised: 2024-06-30 Accepted: 2024-07-02

¹ นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม/วิทยาลัยการจัดการ/มหาวิทยาลัยพะเยา PhD Candidate, Doctor of Philosophy Program in Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao. E-mail: pu.chokdee@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม/วิทยาลัยการจัดการ/มหาวิทยาลัยพะเยา Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao. E-mail: chawalee.na@up.ac.th

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม/วิทยาลัยการจัดการ/มหาวิทยาลัยพะเยา Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao. E-mail: seri.wo@up.ac.th

The results showed that: 1) most tourists with their friends and/or colleagues visiting Surin province for relaxation spent 1-2 days on traveling and used a private car for the trip. The expenses for traveling in province did not exceed 2,000 baht. Traveling in Surin province was their first time. 2) The hypothesis testing concluded that age, occupation, monthly income, highest education, and status, except the gender, correlated to Surin tourists' behavior.

Keywords: creative tourism; tourist behavior

บทนำ (Introduction)

หนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม First S-Curve ได้แก่ การท่องเที่ยวระดับคุณภาพ ซึ่งเปรียบเสมือนกับรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย จึงควรได้รับการพัฒนาเพื่อสร้างจุดแข็งและเชื่อมโยงกับนักลงทุนมากขึ้น (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2566) ทำให้รัฐบาลต้องสรรหากลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เน้นให้ประเทศไทยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเน้นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพ เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงด้วยอัตลักษณ์ชุมชน ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตของผู้คน เพื่อสร้างสรรค์มูลค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายทางการท่องเที่ยว สอดรับกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุค ปัจจุบัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ที่นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมมากขึ้น

รายงานของนิตยสารธุรกิจ CEOWORLD Magazine เก็บข้อมูลจากผู้อ่านนิตยสารจำนวน 265,000 คน เพื่อจัดอันดับประเทศที่ต้องไปเที่ยวสักครั้งในชีวิตปี 2567 (World's Best Countries To Visit In Your Lifetime 2024) โดยประเทศไทยติดอันดับหนึ่งจากจำนวน 67 ประเทศทั่วโลก ด้วยคะแนน 72.15 คะแนน ตามมาด้วยประเทศกรีซ 67.22 คะแนน (ฐานเศรษฐกิจ, 2567) จากข้อมูลดังกล่าวย่อมส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศปลายทางที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ประเทศไทยจึงต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เช่น วัดวาอาราม ปราสาท พระราชวัง วิถีชีวิต ความเชื่อ ความเป็นอยู่ เทศกาล งานประเพณีต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ โดยทั้งสิ้น และประเทศไทยมีประเภทการท่องเที่ยวที่สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative Tourism)
2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE)
3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (Medical and Wellness Tourism)
5. การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ (Coastal Maritime and River Tourism)
6. การท่องเที่ยวเชื่อมโยงอนุภูมิภาค ชุมชน และนานาชาติ (Connectivity Tourism)
7. การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Tourism)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยวที่

ประเทศไทยมีศักยภาพ ด้วยประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นมามีจำนวนมาก สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ อีกทั้งประเทศไทยยังมีต้นทุนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและความพร้อมของชุมชนในการนำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่โดดเด่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) โดยนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ วัฒนธรรม หรือ คุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่งความเชื่อมโยงกับผู้คนซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่และเป็นผู้รังสรรค์ วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2564)

จังหวัดสุรินทร์อยู่ในกลุ่มภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานกว่า 2,500 ปีในยุคสมัยที่ขอมเรืองอำนาจ ต่อมาในสมัยปลายกรุงศรีอยุธยาได้มีชาวบ้านกลุ่มหนึ่งที่เรียกตนเองว่า ส่วย หรือกูย มีความสามารถในการจับช้างป่ามาเลี้ยงและฝึกไว้ใช้งานได้อพยพถิ่นฐานเข้ามาอยู่อาศัย จังหวัดสุรินทร์จึงมีประชากรที่มีความหลากหลายทางภาษาพูด มีความแตกต่างทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มีแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอารยธรรมขอม วิถีชีวิตของคนกับช้าง หมู่บ้านช้างที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมพร้อมทั้งทำกิจกรรมเกี่ยวกับช้างภายในหมู่บ้าน มีโฮมสเตย์ให้บริการ มีหมู่บ้านทอผ้าไหม หมู่บ้านทำเครื่องเงิน ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปร่วมทำกิจกรรมในชุมชนได้

จากพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
 - 1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน

จังหวัดสุรินทร์ จากสถิติของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดสุรินทร์ พ.ศ. 2565 มีจำนวน 852,972 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปหรือใช้สูตรคำนวณของ Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 5% (0.05) (Yamane, 1973) ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง อำเภอท่าตูม อำเภอสำโรงทาบ และอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ อำเภอเมือง อำเภอท่าตูม อำเภอสำโรงทาบ และอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา เดือนตุลาคม 2566 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เมื่อได้แบบสอบถามแล้วจึงทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของคำถามในแบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง อำเภอท่าตูม อำเภอสำโรงทาบ และอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ รวม 4 อำเภอ อำเภอละ 100 ชุด รวมทั้งสิ้น 400 ชุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์คำนวณสถิติ โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) และอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

ใช้สถิติเชิงอนุมานหรือเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย (Research Results)

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1) หญิง	239	59.75
2) ชาย	161	40.25
รวม	400	100.00

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
1) ไม่เกิน 20 ปี	29	7.25
2) 21-30 ปี	88	22.00
3) 31-40 ปี	103	25.75
4) 41-50 ปี	97	24.25
5) มากกว่า 50 ปี	83	20.75
รวม	400	100.00
3. อาชีพ		
1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	100	25.00
2) ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	90	22.50
3) พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	90	22.50
4) นักเรียน/นักศึกษา	68	17.00
5) เกษียณ/ว่างงาน	52	13.00
รวม	400	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
1) ไม่เกิน 10,000 บาท	90	22.50
2) 10,001-20,000 บาท	111	27.75
3) 20,001-30,000 บาท	104	26.00
4) มากกว่า 30,000 บาท	95	23.75
รวม	400	100.00
5. การศึกษาสูงสุด		
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	123	30.75
2) ปริญญาตรี	187	46.75
3) สูงกว่าปริญญาตรี	90	22.50
รวม	400	100.00
6. สถานภาพ		
1) โสด	216	54.00
2) สมรส	184	46.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.75) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 40.25) อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 25.75) รองลงมาคือ 41-50 ปี (ร้อยละ 24.25) อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 22.00) มากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 20.75) และไม่
เกิน 20 ปี (ร้อยละ 7.25) มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 25.00) รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ เท่ากับพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 22.50) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 17.00) และเกษียณ/
ว่างงาน (ร้อยละ 13.00) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 27.75) รองลงมาคือ 20,001-

30,000 บาท (ร้อยละ 26.00) มากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 23.75) และไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 22.50) มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 46.75) รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 30.75) และสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 22.50) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 54.00) และสมรส (ร้อยละ 46.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์		
1) พักผ่อนหย่อนใจ	165	41.25
2) ทำงาน/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน	104	26.00
3) เยี่ยมญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	68	17.00
4) เพิ่มพูนความรู้/ประสบการณ์	63	15.75
รวม	400	100.00
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์		
1) 1-2 วัน	270	67.50
2) 3-4 วัน	75	18.75
3) มากกว่า 4 วัน	55	13.75
รวม	400	100.00
3. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
1) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	185	46.25
2) ครอบครัว	131	32.75
3) บริษัทนำเที่ยว	57	14.25
4) คนเดียว	27	6.75
รวม	400	100.00
4. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์		
1) รถส่วนตัว	174	43.50
2) รถสาธารณะ/รถเช่า	131	32.75
3) รถบริษัทนำเที่ยว	55	13.75
4) เครื่องบิน	40	10.00
รวม	400	100.00
5. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์		
1) ไม่เกิน 2,000 บาท	161	40.25
2) 2,001 – 3,000 บาท	87	21.75
3) มากกว่า 3,000 บาท	152	38.00
รวม	400	100.00

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดสุรินทร์		
1) ครั้งแรก	212	53.00
2) 2 - 3 ครั้งต่อปี	147	36.75
3) มากกว่า 3 ครั้งต่อปี	41	10.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 41.25) รองลงมาคือ ทำงาน/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน (ร้อยละ 26.00) เยี่ยมญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 17.00) และเพิ่มพูนความรู้/ประสบการณ์ (ร้อยละ 15.75) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่ 1-2 วัน (ร้อยละ 67.50) รองลงมาคือ 3-4 วัน (ร้อยละ 18.75) และมากกว่า 4 วัน (ร้อยละ 13.75) บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย คือเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 46.50) รองลงมาคือ ครอบครัว (ร้อยละ 32.75) บริษัท/ห้าง (ร้อยละ 14.25) และคนเดียว (ร้อยละ 6.75) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือรถส่วนตัว (ร้อยละ 43.50) รองลงมาคือ รถสาธารณะ/รถเช่า (ร้อยละ 32.75) รถบริษัท/ห้าง (ร้อยละ 13.75) และเครื่องบิน (ร้อยละ 10.00) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้ง ไม่เกิน 2,000 บาท (ร้อยละ 40.25) รองลงมาคือ มากกว่า 3,000 บาท (ร้อยละ 38.00) และ 2,001-3,000 บาท (ร้อยละ 21.75) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดสุรินทร์ ครั้งแรก (ร้อยละ 53.00) รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 36.75) และมากกว่า 3 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 10.25) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 3 ภาพรวมการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
		เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา	สถานภาพ
1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์	X ²	10.329	50.547	52.871	31.447	19.083	22.519
	Sig.	.016*	.000*	.000*	.000*	.004*	.000*
2) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	X ²	3.937	45.620	53.033	34.636	23.816	5.892
	Sig.	.140	.000*	.000*	.000*	.000*	.053
3) บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	X ²	6.530	57.323	57.294	17.514	2.691	59.286
	Sig.	.089	.000*	.000*	.041*	.846	.000*
4) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	X ²	8.010	26.821	45.646	44.917	17.778	24.563
	Sig.	.046*	.008*	.000*	.000*	.007*	.000*
5) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	X ²	1.789	93.602	102.570	145.722	76.726	40.501
	Sig.	.409	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*
6) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดสุรินทร์	X ²	2.008	15.415	18.565	26.558	8.339	5.736
	Sig.	.366	.052	.017*	.000*	.080	.057

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา	สถานภาพ
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการสรุปภาพรวมการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ และยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์

อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ และความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ และความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์

สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษาสูงสุด และสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ภาพรวมจึงมีความสัมพันธ์ สรุปได้ว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การศึกษา

ปริญญาตรี สถานภาพโสด เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ 1-2 วัน เดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ไม่เกิน 2,000 บาท และเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดสุรินทร์เป็นครั้งแรก โดยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์สอดคล้องกับจิราพร คงรอด และคณะ (2561: 39-40) พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง อายุ 20-35 ปี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท การศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสดมากที่สุด ส่วนด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสอดคล้องกับฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2560: 37) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานจำเจและความยุ่งยากต่าง ๆ ไปหาความสุขเพื่อเที่ยวชมธรรมชาติ รักษาสุขภาพ เป็นต้น และยังสอดคล้องกับสุธาริณี บุญปัญญา (2562: 918) พบว่า นักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาจังหวัดอุดรธานีเพื่อท่องเที่ยวและเดินทางกับเพื่อนมากที่สุด

2. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในด้านอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษาสูงสุด และสถานภาพ ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับวาสนา ขวัญทองยิ้ม (2566: 51) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา และสอดคล้องกับดาริกายุจน์ วิชาเดช และวัชรโรบล โกศลวิทยานันต์ (2566: 894) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยววัดพระมหาธาตุแก่นนคร ในด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Generation Y ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นช่วงชีวิตครอบครัวที่มีลูกตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยรุ่น ชุมชนท่องเที่ยวจึงควรมีกิจกรรมที่พ่อแม่ และลูกสามารถทำร่วมกันได้ เพื่อเพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในจังหวัดสุรินทร์
2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์เป็นครั้งแรก ชุมชนจึงควรสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจและความสัมพันธ์อันดีต่อนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการรักษานักท่องเที่ยวเดิมให้เดินทางกลับมาอีกครั้งหนึ่ง
3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ 1-2 วัน จึงควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงให้เดินทางมายังจังหวัดสุรินทร์

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ข้อมูลเพื่อออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาร่วมทำกิจกรรมได้ภายใน 4-6 ชั่วโมง หรือออกแบบรายการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง เช่น บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ

1.2 ผู้ที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาและส่งเสริมชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว

1.3 ผู้ที่เกี่ยวข้องควรนำเสนอรายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่บริษัทนำเที่ยวเพื่อบรรจุในรายการท่องเที่ยวและเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรจัด Familiarization Trip (FAM Trip) ให้แก่ตัวแทนการท่องเที่ยวในประเทศไทยและต่างประเทศ พร้อมทั้งสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของผู้ร่วมเดินทาง

2.2 ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัดปี 2565. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.mots.go.th/news/category/657>. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2566.
- จิราพร คงรอด และคณะ. (2561). การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชนลุ่มน้ำคลองป่าพะยอม-คลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2560). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2567). ไทยติดอันดับ 1 ประเทศที่น่าเยี่ยมชมที่สุดในโลก 2024 สักครั้งในชีวิตควรไป. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thansettakij.com/business/tourism/594645>. สืบค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2567.
- ดาร์กัญจน์ วิชาเดช และวัชรโรบล โกศลวิทยานันต์. (2566). แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว วัดพระมหาธาตุแก่นนคร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 8. 28 พฤษภาคม 2566. 886-896. มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- วาสนา ขวัญทองยิ้ม. (2566). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา. วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์. 4(1): 43-55.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2566). อะไรบ้างที่เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายของไทยเพื่อเชื่อมโยงโอกาสการลงทุนจากทั่วโลก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.nia.or.th/14TargetBOI>. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2567.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://nscr.nesdc.go.th/ns/>. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2567.

สุธาริณี บุญปัญญา. (2562). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรกรางนำชมจังหวัดอุดรธานี. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ครั้งที่ 2. 19 มกราคม 2562. 912-923. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).(2564). เส้นทางกว่าจะเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The UNESCO Creative CitiesNetwork-UCCN) ขององค์การยูเนสโก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.dasta.or.th/th/article/732>. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2567.

Yamane, T. (1973). *Statistics: an Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.

