

ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลาย
ทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิขรภูมิ
จังหวัดสุรินทร์

Factors Affecting Tourism Experience on Biodiversity, Art
and Culture, and Local Wisdom in Sikhoraphum Community,
Surin Province

นัชณลิน อินทนุพัฒน์¹
Naknalin Intanupat¹

Received : March 23, 2020; Revised : June 18, 2020; Accepted : June 19, 2020

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยด้าน องค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวบนฐานความ หลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี ในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงศิลปวัฒนธรรม และที่พักประเภทโรงแรม ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อ องค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม รองลงมา คือ ที่พักประเภทโฮมสเตย์ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ และ

¹อาจารย์ประจำ, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม, คณะเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์; Lecturer, Major Tourism and Hotel Management, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus, Thailand; e-mail : naknalin3571@gmail.com

นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดเหมือนกัน คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวไทยมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ และปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ

คำสำคัญ (Keywords) : ชุมชน, ประสบการณ์การท่องเที่ยว, ความหลากหลาย, ภูมิปัญญาท้องถิ่น

Abstract

Factors Affecting Tourism Experience on Biodiversity, Art and Culture, and Local Wisdom in Sikhoraphum Community, Surin Province was to study components creating good tourism experience for tourist on biodiversity, art and culture, and local wisdom in Sikhoraphum Community, Surin Province

As the result, satisfaction of components creating good tourism experience, researcher found that Thai tourists satisfied to components creating good tourism experience in life and property safety as the first and the second was arts and cultural tourism activities, and hotel respectively. Foreign tourists satisfied to components creating good tourism experience in terms of cultural and tourist attractions as the first and the second was homestay, and arts and cultural tourism activities respectively. In addition, Thai and foreign tourists also satisfied with the least components of the tourism experience, which were Tourist Information Center, environment of cultural tourist attractions, and tourist attractions of ecotourism environment respectively.

The results of the study of the factors that had the most influence on creating a good tourist experience of Thai tourists were tourist attractions of ecotourism

environment, ecotourism activities and arts and cultural tourism activities respectively. In part of the factors that had the most influence on creating a good tourist experience of Foreign tourists were Tourist Information Center, cultural tourism activities, cultural tourist attractions respectively.

Keywords : Community, Local Wisdom, Tourism Experience, Variety

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในด้านประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจจากวัตถุนักท่องเที่ยวจึงเน้นการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอประสบการณ์ที่น่าสนใจและแปลกใหม่มากขึ้น ซึ่งคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2568 อัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อการซื้อประสบการณ์จากการท่องเที่ยวจะมีมากกว่าการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงวัตถุประมาณร้อยละ 55 (Amadeus, 2016) ดังนั้นความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น (Junhasobhaga, 2010) ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนท้องถิ่นที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะอันโดดเด่น เมื่อพิจารณาจุดแข็งของการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าชุมชนหลายแห่งในหลายบริบทสามารถพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวโดยชุมชนแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ชุมชนได้รับโดยตรงและโดยอ้อมครบทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาคนและชุมชน สร้างความภาคภูมิใจ สร้างการรับรู้ให้แก่สังคมภายนอก และพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน เมื่อพิจารณาจุดอ่อน พบว่า ชุมชนที่เริ่มมีชื่อเสียงจะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปจำนวนมากแต่ยังขาดระบบการวางแผนและจัดการพื้นที่โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการใช้ทรัพยากรของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว บางชุมชนขาดระบบการจัดการบริหารผลประโยชน์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมให้กับสมาชิกในชุมชนอย่างเหมาะสม ทำให้เกิดความขัดแย้งในชุมชนและมองว่าการท่องเที่ยวนำประโยชน์ให้กลุ่มคนไม่กี่คนและชุมชนไม่ได้อะไร (Office of the Permanent Secretary, Department of Tourism and Sports, 2018) ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ เพราะขาดการจัดการที่

เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือหน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน การบริหารงานและการตลาด (Ratanasuwongchai, 2011)

จังหวัดสุรินทร์มีคำขวัญประจำจังหวัดว่า “สุรินทร์ ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” จังหวัดสุรินทร์มีอารยธรรมขอม โบราณและวัฒนธรรมที่โดดเด่น มีประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งเขมร ลาว และ กูยที่ประสานกันอย่างกลมกลืน และเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมทั้ง มีการค้าการลงทุนเชื่อมโยงไปสู่ประเทศกัมพูชา จึงเป็นข้อได้เปรียบที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ (Nunta, 2018) แต่เมื่อพิจารณาสถานการณ์การท่องเที่ยว พบว่าลักษณะ การท่องเที่ยววัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนไม่เป็นที่ยอมรับ เนื่องจาก 1) สถานที่ท่องเที่ยว ที่เป็นวิถีชุมชน แหล่งศิลปวัฒนธรรม ขาดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว 2) นักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว 3) ชุมชนขาดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว 4) ขาดการบริหารจัดการของคณะกรรมการในระดับชุมชน และ 5) การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Phuket Provincial Governor’s Office, 2017) การ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วย่อมมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (Phumak, 2015) ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและ องค์ประกอบการท่องเที่ยวกับการเสริมสร้างประสบการณ์จำเป็นต้องอาศัยรูปแบบ การพัฒนาและส่งเสริมที่ชัดเจน เพื่อสนองกับความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว (Phromburom and Kimphankorn, 2015) ด้วยเหตุนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวบนฐานความ หลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการ จัดทำกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในลำดับถัดไป

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีบนฐานความ หลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งการเก็บข้อมูล 2 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาแบบสอบถามสำหรับใช้เก็บข้อมูลในระยะที่ 2 ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ด้านการจัดการและด้านการท่องเที่ยวร่วมกันวิเคราะห์และสรุปองค์ประกอบการสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยว

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ชุมชนศิธรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 36 ราย ซึ่งงานวิจัยของ Sampson (1967) กล่าวว่าจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์ควรมีประมาณ 20 ราย งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 18 ราย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 18 ราย เลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

1.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนศิธรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 200 ตัวอย่างและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 200 ตัวอย่าง สุ่มเก็บตัวอย่างช่วงเดือนมิถุนายนถึงธันวาคม 2562

2. เครื่องมือการวิจัย

2.1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ สำหรับเก็บข้อมูลระยะที่ 1 รูปแบบการตั้งคำถามเชิงลึกด้วยเครื่องมือ ดังนี้

เทคนิคการวิเคราะห์เหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique) เพื่อระบุพฤติกรรมในสถานการณ์เฉพาะที่เป็นเหมือน เหตุการณ์สำคัญ (Flanagan, J. C., 1954) ตัวอย่างคำถาม เช่น ท่านรู้สึกประทับใจสิ่งใดมากที่สุด

เทคนิคการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบลำดับขั้น (Laddering Technique) เพื่อวัดกับความพึงพอใจและพฤติกรรมการตัดสินใจ (Olson, 1989) ตัวอย่างคำถาม เช่น เพราะเหตุใดท่านจึงรู้สึกประทับใจสิ่งนั้นและเหตุผลดังกล่าวมีความสำคัญสำหรับท่านอย่างไร (Phromburom and Kimphakorn, 2015)

วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ของข้อมูลจากการสัมภาษณ์และระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เพื่อพัฒนาเครื่องมือเก็บแบบสอบถาม

2.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

เชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี พัฒนาจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาของการสัมภาษณ์เชิงลึกและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด องค์ประกอบการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี ประกอบด้วย 8 ด้าน และทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน วิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช มีค่า $\alpha = 0.7$ ขึ้นไป

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 หัวข้อ ดังนี้ 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว วัดระดับความพึงพอใจแบบสเกล 5 ระดับคะแนน (Srisa-ard B., 2002 : 99-100) ดังนี้

พอใจมากที่สุด ให้ 5 คะแนน พอใจมาก ให้ 4 คะแนน

พอใจปานกลาง ให้ 3 คะแนน พอใจน้อย ให้ 2 คะแนน

พอใจน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

การค้นหาลักษณะองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี ประยุกต์จากแนวคิดงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรมและสุขภาพ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย: เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน ของธัญยา พรหมบุรณย์ และ นฤมล กิมภากรณ์ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี 8 ด้าน ดังนี้

1) ที่พัก

1.1 โรงแรม (คุณภาพของที่พัก คุณภาพการให้บริการ และราคาจ่ายค่าที่พัก) ค่า Cronbach's Alpha = 0.841

1.2 โฮมสเตย์ (คุณภาพของที่พัก คุณภาพการให้บริการ และราคาจ่ายค่าที่พัก) ค่า Cronbach's Alpha = 0.782

2) แหล่งท่องเที่ยว

2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดแหล่งท่องเที่ยว การนำเสนอจุดขายของการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว และแหล่งโบราณสถานได้รับการอนุรักษ์และดูแลรักษาอย่างดี และราคาที่จ่ายในแหล่งท่องเที่ยว) ค่า Cronbach's Alpha = 0.786

2.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (เอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสะอาดแหล่งท่องเที่ยว สถานที่และภูมิทัศน์ การนำเสนอจุดขายของการท่องเที่ยวและราคาที่ย่อม) ค่า Cronbach's Alpha = 0.749

3) กิจกรรมการท่องเที่ยว

3.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (คุณภาพหน่วยงานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ความปลอดภัยของกิจกรรม และราคาที่ย่อม) ค่า Cronbach's Alpha = 0.853

3.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (คุณภาพหน่วยงานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ความปลอดภัยของกิจกรรม และราคาที่ย่อม) ค่า Cronbach's Alpha = 0.877

4) สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว

4.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บรรยากาศร่มรื่น/ธรรมชาติสวยงาม ชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร) ค่า Cronbach's Alpha = 0.891

4.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (บรรยากาศร่มรื่น/ธรรมชาติสวยงาม การรักษาสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของสถานที่ท่องเที่ยว ความร่วมสมัยศิลปวัฒนธรรม คนท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร) ค่า Cronbach's Alpha = 0.811

5) ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (ความง่าย/สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ความง่ายต่อการจองสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว และข้อมูลท่องเที่ยวมีความชัดเจน) ค่า Cronbach's Alpha = 0.769

6) สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน (คุณภาพอาหารและเครื่องดื่ม คุณภาพของระบบสัญญาณโทรศัพท์ คุณภาพของระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต) ค่า Cronbach's Alpha = 0.798

7) มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในพื้นที่ท่องเที่ยว) มีคำถามข้อเดียว ไม่ได้ทดสอบค่า Cronbach's Alpha

8) ความคุ้มค่า (ความคุ้มค่าของเงิน และความคุ้มค่าของเวลา) ค่า Cronbach's Alpha = 0.759

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ข้อมูลประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่และร้อยละ และดำเนินการหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (Srisa-ard B., 2002 : 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง พอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง พอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยว 8 ด้านด้วยสถิติเชิงปริมาณสมการถดถอย (Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยทำงาน คิดเป็นร้อยละ 51.42 ซึ่งมีอายุระหว่าง 37-54 ปี รองลงมาเป็นผู้สูงอายุ อายุระหว่าง 63-72 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.45 และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.56 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.44 ซึ่งเป็นผู้สูงอายุ อายุระหว่าง 63-72 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.20 รองลงมาคืออยู่ในวัยทำงาน อายุระหว่าง 40-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.62 ซึ่งอยู่ในทวีปเอเชียและยุโรป ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

list	Number of people	percent
Thai Tourist Satisfaction		
man	7	38.89
women	11	61.11
Total	18	100.00
International Tourist Satisfaction		
man		
- China	2	11.11
- Japan	2	11.11
- Germany	1	5.56
- Australia	1	5.56
- Belgium	2	11.11
women		

list	Number of people	percent
- China	3	16.67
- Japan	3	16.67
- Germany	1	5.56
- Australia	2	11.11
- Canada	1	5.56
Total	18	100.00

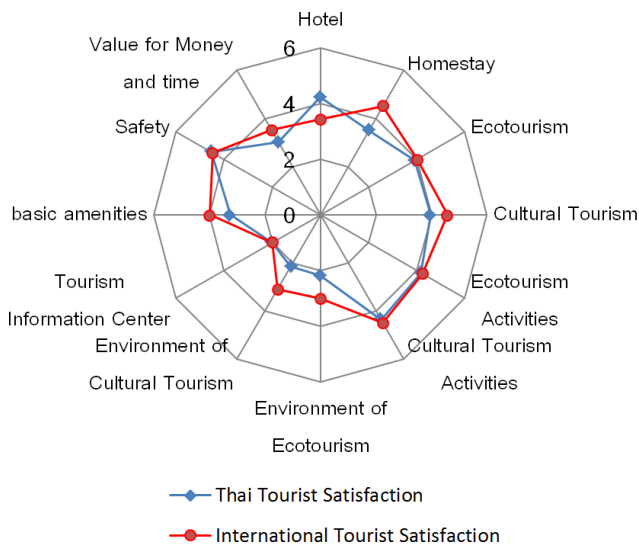
การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติในประเด็นความคาดหวังการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ พบว่าสิ่งที่คาดหวังมากที่สุดคือ 1) บรรยากาศของวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวอีสาน เช่น การปลูกข้าว การทอผ้าไหม วิถีการทำมาหากินของเขมร ลาว และกุ่มแบบดั้งเดิม 2) คาดหวังว่าจะได้เรียนรู้ศิลปะการแสดง ประเพณีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมตามแต่ละช่วงเวลา 3) ธรรมชาติที่เป็นลักษณะเฉพาะของความเป็นอีสาน 4) ความเป็นมิตรที่ดี และ 5) ความสะดวกสบายของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สะดวกต่อการเดินทาง ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร บนพื้นฐานของความคุ้มค่าของเงินและเวลา นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นผู้สูงอายุ คาดหวังว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ชุมชนศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ ได้สัมผัสความเป็นเมืองอารยธรรมขอมโบราณและบรรยากาศการดำรงชีวิตที่สงบและเรียบง่าย

การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติในประเด็นประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ พบว่า นักท่องเที่ยวประทับใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนเป็นเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ความเชื่อ ประเพณี ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน พิธีกรรมดั้งเดิมของชุมชน และพิธีบวงสรวงต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่และความหลากหลายของชาติพันธุ์ เป็นต้น รวมทั้งการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน เช่น วิถีคนริมน้ำของชุมชนอ่างลำพอก วิถีควายน้ำ และการอยู่ในบรรยากาศของวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชุมชน การได้เรียนรู้และการเยี่ยมชมหมู่บ้านผลิตผ้าไหม หัตถกรรมเครื่องเงินโบราณที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะ และการท่องเที่ยวแหล่งโบราณที่บอกเล่าถึงความเป็นมา เช่น เสาหิน บ้านตรึม และแหล่งอารยธรรมขอมโบราณ เช่น ปราสาทศีขรภูมิ รวมทั้งการพักโฮมสเตย์ที่ใกล้ชิดกับวิถีชุมชน ถือเป็นประสบการณ์ที่น่าประทับใจและคุ้มค่า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี พบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อองค์ประกอบของการสร้าง

ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี เท่ากับ 3.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.88 และ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องค้ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี เท่ากับ 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.76 ซึ่งมีความพึงพอใจระดับมาก

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติต้องค้ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี ทั้ง 8 ปัจจัย ดังรูปที่ 1



ภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติต้องค้ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี

นักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจต้องค้ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X} = 4.35$) และที่พักประเภทโรงแรม อยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่มีค่าความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (ความง่าย/สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ความง่ายต่อการจองสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว และข้อมูลท่องเที่ยวมีความชัดเจน) ซึ่งอยู่ในระดับพื่อน้อย ($\bar{X} = 2.01$) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (บรรยากาศร่มรื่น/ธรรมชาติสวยงาม การรักษาสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของสถานที่ท่องเที่ยว ความร่วมสมัยศิลปวัฒนธรรม คนท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร) อยู่ในระดับพื่อน้อย ($\bar{X} = 2.14$) และ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บรรยากาศร่มรื่น/ธรรมชาติสวยงาม ชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร)อยู่ในระดับพอใจน้อย ($\bar{X} = 2.19$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (คุณภาพหน่วยงานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ความปลอดภัยของกิจกรรม และราคาที่จ่าย) มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมา คือ ที่พักประเภทโฮมสเตย์ (คุณภาพของที่พัก คุณภาพการให้บริการ และราคาจ่ายค่าที่พัก) อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (คุณภาพหน่วยงานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ความปลอดภัยของกิจกรรม และราคาที่จ่าย) อยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X} = 4.49$) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่มีค่าความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (ความง่าย/สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ความง่ายต่อการจองสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว และข้อมูลท่องเที่ยวมีความชัดเจน) ซึ่งอยู่ในระดับพอใจน้อย ($\bar{X} = 2.00$) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (บรรยากาศร่มรื่น/ธรรมชาติสวยงาม การรักษาสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของสถานที่ท่องเที่ยว ความร่วมสมัยศิลปวัฒนธรรม คนท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร) อยู่ในระดับพอใจน้อย ($\bar{X} = 3.01$) และ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บรรยากาศ ร่มรื่น/ธรรมชาติสวยงาม ชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร) อยู่ในระดับพอใจน้อย ($\bar{X} = 3.09$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ที่พัก 2) แหล่งท่องเที่ยว 3) กิจกรรมการท่องเที่ยว 4) สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว 5) ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว 6) สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน 7) มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และ 8) ความคุ้มค่า (ความคุ้มค่าของเงิน และความคุ้มค่าของเวลา) พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง .110 - .851 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยว
บนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิขรภูมิ
จังหวัดสุรินทร์ (Correlation Matrices)

	Experience	Hotel	Homestay	Ecotourism	Cultural Tourism	Ecotourism Activities	Cultural Tourism	Environment of	Environment of	Tourism Information	Basic Amenities	Safety	Value for Money and
Experience	1	.470	.497	.488	.545	.286	.632	.511	.702	.544	.261	.596	.251
Hotel	.470	1	.757	.533	.765	.661	.184	.451	.796	.175	.672	.497	.497
Homestay	.497	.757	1	.551	.209	.135	.114	.191	.547	.845	.738	.851	.411
Ecotourism	.488	.533	.551	1	.284	.110	.328	.592	.126	.438	.341	.625	.542
Cultural Tourism	.545	.765	.209	.284	1	.289	.416	.545	.503	.426	.508	.391	.715
Ecotourism Activities	.286	.661	.135	.110	.289	1	.681	.286	.213	.482	.288	.554	.286
Cultural Tourism Activities	.632	.184	.114	.328	.416	.681	1	.185	.584	.305	.678	.617	.701
Environment of Ecotourism	.511	.451	.191	.592	.545	.286	.185	1	.223	.487	.344	.646	.653
Environment of Cultural Tourism	.702	.796	.547	.126	.503	.213	.584	.223	1	.445	.759	.285	.271
Tourism Information Center	.544	.175	.845	.438	.426	.482	.305	.487	.445	1	.720	.735	.591
Basic Amenities	.261	.672	.738	.341	.508	.288	.678	.344	.759	.720	1	.206	.749
Safety	.596	.497	.851	.625	.391	.554	.617	.646	.285	.735	.206	1	.365
Value for Money and time	.251	.497	.411	.542	.715	.286	.701	.653	.271	.591	.749	.365	1

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients Beta) พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี 8 ด้าน ร่วมกันอธิบายความผันแปรของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยและ

ต่างชาติได้ ร้อยละ 0.875 และ 0.822 ตามลำดับ โดยพบว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิธรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวไทยมากที่สุดคือ 1) สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ และปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดคือ 1) ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและ 3) สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

ตัวแปร	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	Beta
Hotel	-0.014	0.026	-0.043	0.027	0.022	0.08
Homestay	0.004	0.019	0.015	0.023	0.033	0.046
Ecotourism	-0.024	0.023	-0.081	0.004	0.02	0.014
Cultural Tourism	-0.058	0.03	-0.148	0.022	0.033	0.043
Ecotourism Activities	0.093	0.036	0.192	0.003	0.021	0.011
Cultural Tourism Activities	0.087	0.031	0.181	0.052	0.032	0.107
Environment of Ecotourism	0.098	0.039	0.205	-0.906	0.177	-0.343
Environment of Cultural Tourism	0.014	0.044	0.023	0.05	0.034	0.096
Tourism Information Center	0.079	0.076	0.079	0.294	0.076	0.25
Basic Amenities	0.004	0.019	0.016	-0.035	0.028	-0.084
Safety	-0.031	0.024	-0.093	-0.024	0.028	-0.056
Value for Money and time	0.013	0.019	0.051	0.021	0.021	0.064

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, $F=2.202$, Adjusted R Square=0.875, Durbin-Watson =0.821

(นักท่องเที่ยวไทย)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, $F=5.351$, Adjusted R Square=0.822, Durbin-Watson =1.092

(นักท่องเที่ยวต่างชาติ)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรเริ่มจากการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวที่มีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างไร ซึ่งรวมถึงภาพรวมด้านความสวยงาม ลักษณะเด่น อัตลักษณ์ ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ความสำคัญทางศาสนา สถาปัตยกรรม และวิถีชีวิต รวมถึงความพร้อมด้านความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนนไฟฟ้า น้ำประปา การกำจัดขยะ ระบบสื่อสารคมนาคม ลานจอดรถ ที่พักโรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก (Sanglimsuwan K. and Sanglimsuwa S., 2012) ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อยู่ในระดับพอใจมาก และที่พักประเภทโรงแรม ตามลำดับ แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมา คือ ที่พักประเภทโฮมสเตย์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ ดังนั้นการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัฒนธรรมเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน รวมถึงซื้อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น (Pinkeaw, K. and others, 2014 : 1) เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายโดดเด่น และแตกต่างจากชนชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเดินทางท่องเที่ยว ผลตามมามีการสร้างงาน สร้างอาชีพและการกระจายรายได้ในท้องถิ่น (Hongpakdee, S., 2013 : 31)

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี พบว่า นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (ความง่าย/สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ความง่ายต่อการจองสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว และข้อมูลท่องเที่ยวมีความชัดเจน) สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (บรรยากาศร่มรื่น/ธรรมชาติสวยงาม การรักษาสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของสถานที่ท่องเที่ยว ความร่วมสมัยศิลปวัฒนธรรม คนท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร) และ

สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บรรยากาศร่มรื่น/ธรรมชาติ สวยงาม ชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีดี และการจราจร) ตามลำดับ ซึ่งการรักษาสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ต้องไม่ทำลายทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและไม่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าทางวัฒนธรรม รวมถึงโครงสร้างทางสังคมของพื้นที่นั้น ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเติบโตต้องให้ความสำคัญกับการรักษามูลค่าทางวัฒนธรรม (Swarbrooke, 1999)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐานของปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความแตกต่างกัน ปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวไทยมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาอีกครั้ง (Yoon and Uysal, 2005) ความพอใจของนักท่องเที่ยวยังมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (Loureiro and Gonzalez, 2008) บรรยากาศสถานที่ท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและมีส่วนเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นทางธรรมชาติ (Kotler, P., Haider, D. H., and Rein, L. J., 1993)

ปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์ต้องการเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่ายและมีข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น (Jacobsen and Munar, 2012) และเมื่อได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Leung, X. and Baloglu, S, 2013)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นการเดินทางสู่ประสบการณ์และกิจกรรมการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตของชุมชนที่อาจพบเห็นได้ยากในชีวิตประจำวัน (Goeldner & Ritchie, 2009) ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเน้นสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทาง

วัฒนธรรม ภูมิปัญญา จิตวิทยา และความรู้สึก การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สร้างความประทับใจ และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป็นแรงผลักดันให้เกิดการอนุรักษ์ สืบทอด และถ่ายทอดศิลปะ วัฒนธรรม เพื่อคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน (Ximba, 2009)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

การวิจัยนี้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้ชุมชนมองเห็นศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในมิติต่าง ๆ และควรศึกษาหาแนวทางการบูรณาการการท่องเที่ยวร่วมกับภูมิภาคอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

- Amadeus. (2016). Shaping the Future of Luxury Travel. [Online] Available :
<http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/luxury-travel/shaping-the-future-of-luxury-travel-report.pdf>.
 Retrieved December 29, 2019. [In Thai]
- Flanagan, J. C. (1954). **The critical incident technique**. The Psychological Bulletin, 51 (4), 327-358.
- Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R.B. (2009). **Tourism : Principles, Practices and Philosophies**. NY: John Wiley and Sons.
- Hongpakdee, Seubpong. (2013). **The Survey of Traditional Communities that are Significance in Culture in Ubon Ratchathani Province for the Creation of Alternative Tourism**. Journal of Cultural Approach, 14 (26) : 32-43.
- Jacobse, J.K.S. and Munar, A.M. (2012). **Tourist information search and destination choice in a digital age**. Tourism Management Perspectives. 1 : 39-47.
- Junhasobhaga, Jumnian. (2010). **A Participatory Community Capacity Reinforcement Model for Sustainable Tourism Development in Lower Central Thailand**. Doctor of Philosophy (Sociology), Ramkhamhaeng University. [In Thai]

- Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, L. J. (1993). **Marketing places**. New York: The Free Press.
- Leung, X. and Baloglu, S (2013). **Tourism competitiveness of Asia Pacific destination**. *Tourism Analysis*, 18 (4) : 371-384.
- Loureiro, S. M. C. and Gonzalez, F. J. M. (2008). **The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourist loyalty**. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 25 (2) : 117-1336.
- Nunta, S. (2018). **Strengthening the Economic Potential of Cultural Tourism : Thai Silk Village for Tourism in Surin Province**. University of the Thai Chamber of Commerce. [In Thai]
- Office of the Permanent Secretary, Department of Tourism and Sports. (2018-2022). **Action Plan Driving Sustainable Tourism Development by the community and creativity**. [Online] Available : <https://secretary.mots.go.th>. Retrieved August 21, 2019. [In Thai]
- Olson, J. C. (1989). **Theoretical foundations of means-end chains**. *Werbeforschung & Praxis Folge*. 5 : 174-178.
- Phromburom, T and Kimphakorn, N. (2015). **Factors Affecting Tourist Experience of Eco, Culture, and Wellness Tourism in the Upper Northern Provincial Cluster 1 of Thailand**: Chiang Mai, Lamphun, Lampang, Mae Hong Son, *Journal of Thai hospitality and Tourism*, 10th year, Vol 1. [In Thai]
- Phuket Provincial Governor's Office. (2017). **Phuket's development strategy 4 years (2015-2018)**. Phuket: Phuket Provincial Governor's Office. [In Thai]
- Phunak, W. (2015). **The Potentials of Amphawa Community in Managing Community-Based Tourism of the Amphawa Floating Market**. *Journal Prince of Songkla University*, 26th year, Vol. 26. [In Thai]
- Pinkeaw, Krailuek. and others (2014). **The Development Plan of Culture Tourism Policy for Ayudhya**. Pathumthani and Nonthaburi. Bangkok : The Thailand Research Fund (TRF).

- Ratanasuwongchai, N. (2011). **Cultural Tourism Development Strategies**. Journal Humanities, 18th year, Vol 1. [In Thai]
- Sanglimsuwan K. and Sanglimsuwa S. (2012). Sustainable Cultural Heritage Tourism. **Executive journal**, 37th year, Vol. 4: 139-146.
- Srisa-ard B. (2002). **Basic research**. (7th ed.). Bangkok: Suveiriyasarn.
- Swarbrooke, J. (1999). **Sustainable Tourism Management**. London: CABI.
- Ximba, E. Z. (2009). Cultural and heritage tourism development and promotion in the Ndwedwe municipal area: perceived policy and practice (Master dissertation, University of Zululand). Online] Available : <http://uzspace.uzulu.ac.za/xmlui/bitstream/handle/10530/419/Cultural%20and%20heritage%20tourism.pdf?sequence=1>. Retrieved December 22, 2019.
- Yoon, Y. and Uysal, M. (2005). **An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty : A structural model**. Tourism Management, 26 (1) : 45-56.