

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกรรณิกา จารุภรณ์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนากการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.วรารักษ์ ดวงแสง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว การรับรู้ของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 385คน โดยอาศัยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิงสถานภาพโสดสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากออกเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน วัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวคือพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจคือการศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น และพักอาศัยโฮมสเตย์ของชุมชน

แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นในด้านปัจจัยหลักคือเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการความสงบรวมถึงการเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนพร้อมกับมีปัจจัยดึงดูดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางคือความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ ก่อปรกัวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทาง

ในด้านการรับรู้ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยตรงในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่จะรับรู้ข้อมูลมาจากผู้อื่นที่เคยเดินทางมาเยี่ยมชมก่อนหน้านี้แล้ว รวมถึงได้รับการประชาสัมพันธ์จากสื่อออนไลน์ในการรีวิวแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาสมมติฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกประเภทที่พัก (P-value=0.044) และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ต่อคน) (P-value=0.000) และผลการศึกษาสมมติฐานการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ต่อคน) ($P\text{-value}=0.000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในทรัพยากรธรรมชาติที่มีภายในชุมชน ความน่าสนใจและความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งการแต่งกายของคนในชุมชนที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในภาคเหนือเป็นอย่างดี อีกทั้งรัฐบาลก็ให้การสนับสนุนและผลักดันการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นบวกกับสื่อออนไลน์ในปัจจุบันมีหลากหลายช่องทาง มีการรีวิวให้เห็นถึงภาพและบรรยากาศตามความเป็นจริง ซึ่งทั้งหมดจึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากเดินทางออกมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น

Title	Tourist Behavior in Community Based Tourism, Chiang Mai Province
Author	Miss Kornnika Jaruporn
Degree	Master of Arts in Tourism Development
Advisor Committee Chairperson	Dr. Varaphorn Duangsaeng

ABSTRACT

This study aimed to investigate tourist behaviors, their motivation and perception as well as factors having influence on them. A set of questionnaires was used for data collection administered with 385 tourists and they were obtained by quota sampling. Data were collected during June-August, 2016 and obtained data were analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences program.

Findings showed that most of the respondents were females, single, bachelor's degree holders, private company employees, and their domicile was mostly in Chiangmai. Most of them travelled with friends for relaxation. The activities which they preferred were homestay and investigation of ways of life and local wisdoms of people in tourist places. The motivation making the respondents to visit tourist place included relaxation, calm, ways of life of local people, and beauty of natural resources. Most of the respondents perceived data or information about community-based tourism at a moderate level. Most of them perceived the data or information through other people who used to travel in Maetha sub-district and online media. It was found the motivation of the respondents was a factor having a relationship with the selection of accommodation type ($P\text{-value} = 0.044$) and travelling expenses per head ($P\text{-value} = 0.000$). Besides, tourist perception was a factor having a relationship with tourist behaviors. Tourist perception had a relationship with travelling expenses per head ($P\text{-value} = 0.000$) with a statistical significance level at 0.05.

Regarding factors having influence on tourist behaviors, it was found that the respondents were impressed by natural resources in the community, diverse and interesting arts and culture, dressing of people in the community, and their livelihoods. Besides, the government supported domestic tourism more than ever as well as information provision through online media. All of these urged tourists to used services of community-based tourism.

