

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์

(GEN-Y Tourist's attitude toward creative tourism)

ภิญญา ไชยรัตน์*

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เกาะเกร็ด จ.นนทบุรี” มีวัตถุประสงค์หลักโดยมุ่งเน้นการเรียนรู้และเข้าใจทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่ม GEN-Y ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อทราบความคิดเห็นและความรู้สึกเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในไทยที่ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป GEN-Y ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จำนวน 385 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกในการเก็บข้อมูลและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษานี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 55.84% และ 44.16% เป็นผู้หญิง, 74.18% สถานภาพแต่งงานแล้ว, 75.06% มีอาชีพพนักงานบริษัท และ 70.91% พบว่า มีรายได้ต่อเดือน 3,001 – 6,000 USD ปัจจัยทางการตลาดทั้งหมดใช้ในการทดสอบหาทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในทางตรงกันข้ามเมื่อดู

ที่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น สภาวะทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมืองในไทย จากการศึกษาพบว่า มีเพียงสถานการณ์ทางการเมืองในไทยที่อาจมีผลกระทบต่อทั้งทัศนคติเชิงบวกหรือเชิงลบของผู้ตอบแบบสอบถาม ในขณะที่ปัจจัยภาวะทางเศรษฐกิจมีผลน้อยต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยว, GEN - Y, ชาวยุโรป, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This research study “The Study on the GEN-Y Tourist's attitude toward creative tourism : Case Study Koh Kred Nonthaburi” has the main objectives focusing on the learning and understanding the attitude of GEN-Y Tourist from European region when visiting Thailand to find out how they think and feel about tourist attraction in Thailand that adopting

*นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

the concept of creative tourism.

The researcher has chosen a group of GEN-Y tourist from European countries as a sampling unit for this research study. The sampling unit consist of 385 GEN-Y European Tourist in which we finding them at Koh Kred, a tourist attraction site that this research has selected as a place to study. This research using convenience Sampling when collecting data. And using questionnaire as a tool to collect data

The result from this study shows that most of the respondents are male which has 55.84% and 44.16 for female. 74.81% of them are already marriage. And 75.06% of them are employee. 70.91% has the average income at 3,001-6,000 USD. All marketing factors which also used to test on the attitude of the GEN-Y tourist on the creative tourism concept. On the other hand, when look at other factors like economic condition and political situation in Thailand, the study found that only political situation that might has an effect on either positive or negative attitude of the respondents, while economic condition factor less likely to has any effect on Gen-Y tourist's attitude on creative tourism.

Keyword: Tourist, GEN-Y, Creative tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญในหลายประเทศ เนื่องจากรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มีการบริโภค

สินค้าและบริการและภาษีเรียกเก็บในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและโอกาสสำหรับการจ้างงานใน อุตสาหกรรมการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เหล่านี้สามารถช่วยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยจำนวน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2555 มีจำนวน 22,353,903 ล้านคน เพิ่มขึ้น จากปี 2554 ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพียง 19,230,470 ล้านคน คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 6.25% (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) แม้ในปี 2555 จะเกิดวิกฤตการณ์การเมืองภายในประเทศ แต่มิได้ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยวในภาพรวม มากนัก เพราะผู้คนยังยึดการท่องเที่ยวเป็นทางออก หลักของการผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้ยังสร้าง รายได้ให้แก่ท้องถิ่น เมื่อมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้น ตรงพื้นที่ใดก็ตาม รายได้จะเกิดขึ้นตั้งแต่เจ้าของ สถานที่ โรงแรม ร้านอาหารเครื่องดื่ม ของที่ระลึก แรงงาน ดังนั้นหากชุมชนมีรายได้จากการ ท่องเที่ยวเศรษฐกิจก็จะเติบโตเป็นลำดับ จาก หมู่บ้านต่อไปตำบล-อำเภอ-จังหวัด-ภาค- ประเทศ-นานาชาติ แต่ด้วยปัญหาเศรษฐกิจ ที่ตกต่ำและภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นทั่วโลก รวมถึง ความวุ่นวายทางการเมือง จึงทำให้พฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวมีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงเป็นหน้าที่ของภาครัฐ ผู้ประกอบการ ตลอดจน ชุมชนต้องหันหน้าเข้ามาผนึกกำลังกันในการทำการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นั้นหมายถึงการนำเอา วัฒนธรรมที่เป็นต้นทุนทางภูมิปัญญาท้องถิ่น นำประสบการณ์จริงมาปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความ ผูกพันกันอย่างลึกซึ้งซึ่งระหว่างนักท่องเที่ยวกับ เจ้าบ้าน สร้างความจดจำในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างด้วยการถ่ายทอด ในเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำเอาระบบกลยุทธ์ การตลาดการประชาสัมพันธ์แบบทันสมัยมาผสม ผสานกัน เพื่อให้เกิด “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสำคัญมาก แม้แต่องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม แห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ยังเข้ามา มีบทบาทในการส่งเสริมสนับสนุนความร่วมมือ ระหว่างท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาในระดับนานาชาติ ด้วยการนำเสนอโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (The Creative city network) เพื่อส่งเสริมพัฒนา ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) จากที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจ การท่องเที่ยวยังคงเป็นหัวใจสำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เดินต่อไปได้ตั้งแต่ ระดับภูมิภาคจนถึงระดับโลก เพราะการท่องเที่ยว มีความหลากหลายทางบริบท ที่มีความโดดเด่น แตกต่างกันไปในแต่ละสถานที่ โดยเฉพาะ การท่องเที่ยวที่ไม่ต้องลงทุนทางด้านวัตถุแต่ขาย ความเป็นรากเหง้าพื้นเพของชุมชน วัฒนธรรม จารีตประเพณี ความสวยงามทางธรรมชาติของภูมิ ทัศน์และประวัติศาสตร์การเล่าขานที่น่าสนใจ จุดแข็งของประเทศไทยในการแข่งขันกับตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสน่ห์ของคนไทย, วิถีชีวิต ของผู้คนชาวไทย เป็นตัวแทนของเสน่ห์ความ เป็นไทยที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยการ ท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่เชื่อมโยงเป็น เอกลักษณ์ไทยอย่างยั่งยืน

เกาะเกร็ดถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่ง หนึ่งที่สำคัญของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมจาก นักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ จึงง่ายต่อการเดินทาง อีกทั้ง เกาะเกร็ดยังเป็นสถานที่ที่มีความเจริญมาตั้งแต่ ในสมัยอยุธยาและยังคงมีกลิ่นอายของวัฒนธรรม ในอดีตให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา ถึงแม้เกาะเกร็ด จะมีพื้นที่เพียง 4.12 ตารางกิโลเมตร แต่ก็สามารถ สะท้อนถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม ในอดีตได้อย่างชัดเจน รวมไปถึงโบราณสถาน

โบราณวัตถุ ที่ยังมีความสมบูรณ์ และน่าสนใจ เป็นอย่างยิ่ง นอกจากนั้นเกาะเกร็ดยังมีการสาธิต การปั้นเครื่องปั้นดินเผาแบบโบราณ ซึ่งนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นอย่างมาก จุดเด่น ของเกาะเกร็ดอยู่ที่ทำเลที่ตั้งของการเป็นเกาะกลางน้ำ ขนาดใหญ่ ที่มีลำคลองล้อมรอบไปจรดกับแม่น้ำ เจ้าพระยา เกาะเกร็ดมีฐานะเป็นตำบลประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เจตีย์ชาวทรงมอญรามัญที่มีลักษณะเอียง ตั้ง ตระหง่านอยู่ริมแม่น้ำ อันเป็นจุดดึงดูดสายตาแรก ของนักท่องเที่ยว ล่องเรือชมสายน้ำและวิถีชีวิต รอบเกาะ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นทิศทาง ใหม่ของการท่องเที่ยวของโลกปัจจุบัน ที่มีจุดหมาย เพื่อการสนทนา แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่าง วัฒนธรรม และเชื่อว่าจะช่วยให้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่า ของความหลากหลายในวัฒนธรรม ซึ่งนอกจาก จะเป็นการเสริมแรงให้กับการตระหนักรู้ในคุณค่า ของชุมชนของตนเองแล้ว ขณะเดียวกัน ก็เป็นการ ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ให้กับ นักท่องเที่ยวเอง เพื่อที่จะนำประสบการณ์ที่ได้จาก การเดินทางท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิตของตนเอง อีกด้วย

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา ทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ ในการปรับปรุงพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ให้ตอบสนอง ต่อนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้าสำคัญในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยว

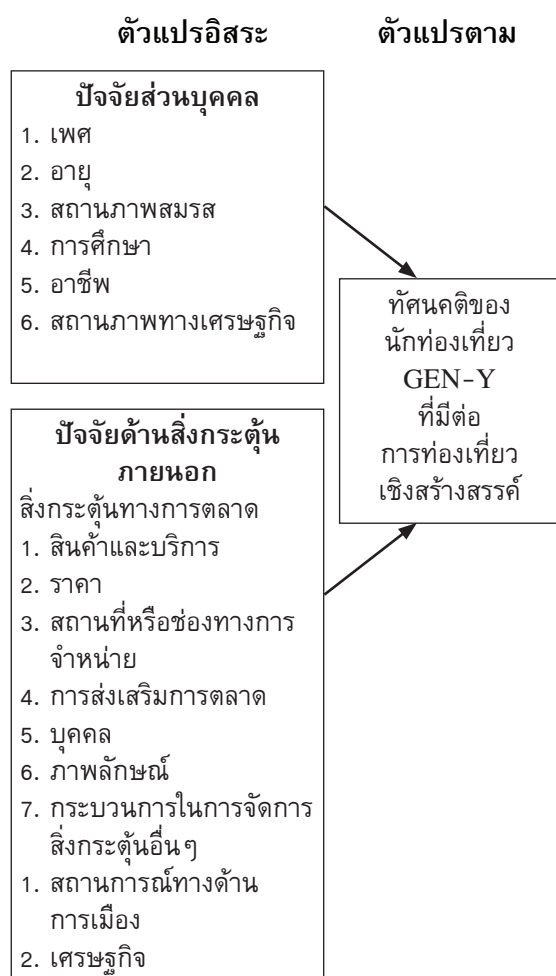
GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จนสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่างกัน

2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่าง ๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่าง (1) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และ (2) ชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและในรูปแบบความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน

ยูเนสโกยังได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ โดยเน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้คนในชุมชนนั้น ๆ โดยมีเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่

เป็นเพียงนักท่องเที่ยว (Tourist) แต่จะเป็นสมาชิกของชุมชนที่ได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกัน (Citizen of Community)

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ GEN-Y ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (สารคดีดีต่อทคอม, 2552) และใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 358 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการสุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จ. นนทบุรี ในวันที่เปิดให้บริการเต็มรูปแบบ (เสาร์-อาทิตย์)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาคำรา ทฤษฎีงานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยการนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้างและเนื้อหา (Content Validity) และเพื่อตรวจสอบแก้ไขให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสอบถามในงานวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามแบบกำหนดให้ตอบจำนวน 7 ข้อถาม ทั้งนี้แบ่งเป็นคำถามคัดกรอง 2 ข้อถาม และคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล 5 ข้อถาม 2) ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอก จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ รวม 14 ข้อถาม และ 3) ทศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 2 ข้อถาม ซึ่งแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 และ 3 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2557 ทั้งนี้ผู้วิจัยจะได้รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาพร้อมตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ โดยคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไว้จนครบ 385 ชุด

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลของผู้ตอบ นอกจากนี้ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอก และทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติที (t-test) และสถิติเอฟ (F-test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.84 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.16 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 74.81 และมีสถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 25.19 โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.06 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 70.91 มีรายได้ (ต่อเดือน) อยู่ในช่วง 3,001- 6,000 คิดเป็นร้อยละที่สูงที่สุดคือร้อยละ 58.18 รองลงมา มีรายได้มากกว่า 6,000 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 20.00

2. ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอก ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอกของนักท่องเที่ยว GEN-Y แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ([สมการ]) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว GEN-Y

ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอก	[สมการ]	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด			
1.1 สินค้าหรือบริการ	4.22	0.35	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.2 ราคา	4.23	0.35	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.3 สถานที่	4.20	0.35	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.4 การส่งเสริมการขาย	4.23	0.29	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ			
2.1 นโยบายและสถานการณ์ทางการเมือง	3.57	0.25	เห็นด้วย
2.2 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ	2.86	0.44	เฉยๆ

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยว GEN-Y มีระดับความคิดเห็นต่อบริการด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ทั้งด้านสินค้าหรือบริการ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สำหรับด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ นักท่องเที่ยว GEN-Y มีระดับความคิดเห็นต่อด้านนโยบายและสถานการณ์ทางการเมืองอยู่ในระดับเห็นด้วย ในขณะที่มีความคิดเห็นต่อด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับเฉย ๆ

3. ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว GEN-Y แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ([สมการ]) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y

ประเด็น	[สมการ]	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. การรักษาวรรณธรรม และสภาพแวดล้อมแบบดั้งเดิมเป็นแนวคิดในการท่องเที่ยวสำหรับฉัน	4.02	0.49	เห็นด้วย
2. การเดินทางในไทยทำให้ฉันรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน	4.35	0.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
โดยรวม	4.18	0.39	เห็นด้วย

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยว GEN-Y มีระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย กล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 นักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่างกัน ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว GEN-Y

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล		
ปัจจัยส่วนบุคคล	สถิติทดสอบ	ค่าสถิติ
เพศ	t	0.502
สถานภาพสมรส	t	3.073*
ระดับการศึกษา	F	1.459
อาชีพ	F	1.731
รายได้ (ต่อเดือน)	F	2.150

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ต่อเดือน) ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่ปัจจัยด้านสถานภาพสมรสส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว GEN-Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดีกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส

ข้อที่ 2 ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอกมีอิทธิพลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว GEN-Y

จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอก

ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอก	สถิติทดสอบ	ค่าสถิติ
1. ด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด		
1.1 สินค้าหรือบริการ	t	-3.029*
1.2 ราคา	t	-3.569*
1.3 สถานที่	t	-2.006*
1.4 การส่งเสริมการขาย	t	-3.131*
2. ด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ		
2.1 นโยบายและสถานการณ์ทางการเมือง	t	-2.676*
2.2 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ	F	2.550

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ไม่ส่งผล/ไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่ด้านนโยบายและสถานการณ์ทางการเมือง ส่งผล/มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว GEN-Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านนโยบายและสถานการณ์ทางการเมืองในระดับเห็นด้วยมาก มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดีกว่านักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีความคิดเห็นต่อนโยบายและสถานการณ์ทางการเมืองในระดับเฉย ๆ

และผลสรุปของการเก็บแบบสอบถามทั้งหมด 385 ชุด จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันไปในบางประเด็น เมื่อย้อนดูผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดที่มีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 15 สมมติฐาน จะเห็นได้ว่าสมมติฐานที่ 6, 7 และ 9 มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติเชิงบวกของนักท่องเที่ยว ในขณะที่สมมติฐานที่ 11 ซึ่งให้เห็นว่าไม่มีความสำคัญและไม่มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติเชิงบวกในนักท่องเที่ยว GEN-Y

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของนักท่องเที่ยว GEN-Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว GEN-Y คือสถานภาพสมรส ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล ประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย สินค้าหรือบริการ, สถานที่, ราคาและการส่งเสริมการขาย จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านสินค้าหรือบริการสามารถส่งผลต่อการสร้างอิทธิพลต่อทัศนคติเชิงบวกในนักท่องเที่ยว GEN-Y ในส่วนของปัจจัย

ด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริม การขาย ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ครอบคลุมอยู่ในกรอบวิจัยของงานวิจัยฉบับนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายและสถานการณ์ทางการเมืองและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้มุ่งเป้าไปที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลักโดยแหล่งท่องเที่ยวที่งานวิจัยฉบับนี้ให้ความสำคัญคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประโยชน์ที่สามารถนำไปใช้จากผลวิจัยในงานนี้ ก็จะมุ่งประเด็นไปที่การศึกษาทำความเข้าใจถึงทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนักท่องเที่ยวในประเทศไทยของพวกเขา เพราะฉะนั้นแล้ว ภาคส่วนที่จะได้รับผลประโยชน์จากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นหลัก คือ ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจประกอบ

ไปด้วยภาครัฐและภาคเอกชน ในส่วนของภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สามารถนำผลวิจัยไปใช้ในข้อมูลในการวางแผนธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนการตลาด เพื่อมุ่งเน้นไปที่การพัฒนากลยุทธ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจและเพิ่มผลกำไรจากการประกอบการได้

ในส่วนของภาครัฐ ซึ่งอาจมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งก็เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่ต้องวางกลยุทธ์ในการดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก็ถือเป็นนโยบายสำคัญของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องผลักดันอย่างจริงจัง ผลการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว กลุ่มอายุ GEN-Y จึงน่าจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับภาครัฐ ที่จะนำเอาข้อมูลจากผลวิจัยนี้ไปวางกลยุทธ์ไม่ว่าจะเป็นการจัดระเบียบและการสนับสนุนงบประมาณต่าง ๆ ลงไปในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). **การพัฒนากการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาท่องเที่ยว ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554.**
- ลีอรัตน์ อนุรัตน์พานิช. (2553). **Generation Y รัยจริงหรือ** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ไทยเอฟเฟคท์ สตูดิโอ จำกัด.
- เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). **Gen Y จับให้มัน คั้นให้เวิร์ค** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน).
- สว่างพงศ์. (2555). **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.** สืบค้นเมื่อ เมษายน 3, 2557, จาก <http://www.creativetourism.com>.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). **มองเมืองไทยด้วยสถิติ**. สืบค้นเมื่อ เมษายน 3, 2557, จาก <http://service.nso.go.th/nso/thailand/thailand.jsp>.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ**. สืบค้นเมื่อ เมษายน 3, 2557, จาก <http://www.tourism.go.th/home/listcontent/11/222/91>.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2556) **องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อ เมษายน 3, 2557, จาก <http://www.dasta.or.th/creativetourism/th/>
- ศากุน บางกระ. (2557, กันยายน 25). GEN ME. **หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ**. จาก <http://www.bangkokbiznews.com>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2553 – 2556**. สืบค้นเมื่อ เมษายน 4, 2557, จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/222/91>.
- Rebecca, W., Sabrina, P., & Alex, P. (2009). **Creative Tourism, a Global Conversation**. Florida: Sunstone Press