

ความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย: กรณีศึกษาวัยรุ่นที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Thainess Tourism Needs: A Case Study of Adolescents Studying at Thammasat University

กัญญารินทร์ ไชยจันทร์*

Khunyarin Chaijan
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Thammasat University
*khunyarin.ch@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้ และความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย กรณีศึกษาวัยรุ่นที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างจากนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ชั้นปีที่ 1 ซึ่งเป็นช่วงวัยรุ่นตอนปลายที่ศึกษาในปีการศึกษา 2557 จำนวน 400 ตัวอย่าง อาศัยหลักไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) ผลการศึกษาพบว่า ครึ่งหนึ่งเป็นผู้ท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง/ปี ส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวกับครอบครัว เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมพักที่โรงแรม ส่วนใหญ่ไม่ทราบข่าวสารการท่องเที่ยววิถีไทย เมื่อพูดถึง “การท่องเที่ยววิถีไทย” สิ่งที่น่าสนใจถึงที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ วิถีชีวิตและประเพณี ในด้านความรู้สึกในการท่องเที่ยววิถีไทย ส่วนใหญ่มีความรู้สึกสงบจิตใจ โดยมีความต้องการในด้านสถานที่ท่องเที่ยววิถีไทยในจังหวัดที่ต้องห้ามพลาดและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71 และค่าเฉลี่ย 3.66) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นความต้องการในกิจกรรมด้านอาหารและการกิน และความต้องการในจังหวัดตราด เมืองเกาะในฝัน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยววิถีไทย นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการด้านการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research aimed to study tourism behavior, perception, and need of Thainess tourism: a case study of adolescents studying at Thammasat University. Survey research was conducted by collecting data from 400 first-year students by using non-probability sampling and accidental selection. The research findings showed that half of the tourists traveled more than three times a year, mostly travel with families

Received : August 25, 2017

Revised : September 7, 2017

Accepted : August 13, 2019

during the holiday weekend, use a private car as a vehicle and prefer to stay at hotels. Most tourists are not aware of Thainess tourism, which is outstanding to think in a way of life and traditions. Besides, in terms of feeling in traveling, most tourists have peace of mind. Moreover, the needs for tourist attractions and activities are at a high level. Most activities are the need for food, eating and Trat province as a dream island city.

Keywords : Thainess tourism, Thammasat university students, Thainess tourism perceptions, travel behavior, Thainess tourism needs

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นแหล่งรายได้ สร้างงานและเป็นแหล่งกระจายความเจริญ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานรวมถึงการค้าและการลงทุน ซึ่งในปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อเป็นการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมีการเติบโตและเป็นไปอย่างยั่งยืน การใช้วิถีไทยเป็นจุดเด่นทางการตลาดท่องเที่ยวที่จะทำให้ประเทศไทยมีความแตกต่างและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ และยังส่งผลให้คนไทยเกิดความรักชาติ เกิดความภูมิใจในความเป็นไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำแนวคิดทางการท่องเที่ยว “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” (2015 Discover Thainess Year) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงจากการนำเสนอสินค้าและบริการ (Product Approach) เป็นการนำเสนอคุณค่า (Value) ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในรูปแบบ “ความสุขในวิถีแบบไทย” (Amazing Happiness) เป็นการกำหนดสินค้าท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับคุณค่าในรูปแบบการท่องเที่ยว Thai Experience–Thai Way of Life–Thai Culture เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่ 12 เมืองต้องห้ามพลาด ในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ให้โดดเด่นและมีคุณค่า (Ministry of Tourism and Sports, 2015) โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มกระแสหลัก (Mainstream) ที่มีขนาดใหญ่ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงานและกลุ่มนักเรียนนักศึกษาออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น (Tourism Authority of Thailand, 2015)

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มกระแสหลัก (Mainstream) ที่น่าจับตามองกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ซึ่ง Suwat Juthaporn & Jarinya Charoensuksai (2001) ได้กล่าวไว้ว่าวัยรุ่นในช่วงอายุ 15–24 ปี เป็นวัยที่ยังไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มักเดินทางมากับพ่อแม่หรือสถานศึกษา แต่ในทางการตลาดทั้งกลุ่มวัยเด็กและกลุ่มวัยรุ่นจะเป็นกลุ่มตลาดศักยภาพที่น่าส่งเสริม

ถึงแม้ว่าจะยังเป็นกลุ่มที่คาดหวังรายได้ทางการท่องเที่ยวได้น้อยก็ตาม แต่หากสร้างความประทับใจกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในวัยเด็กอาจจะทำให้เกิดการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในอนาคต รวมทั้งผลการวิจัยขององค์กร “New Horizon’s” ที่ศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่เปรียบเหมือนนักสำรวจที่ชอบค้นหาหรือท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ มีความทันสมัย โดยเฉพาะเรื่องการใช้เทคโนโลยี และยังเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน รวมทั้งความคิดเห็นของ Hotcourses Thailand ที่ได้แสดงให้เห็นข้อดีของวัยรุ่นในการท่องเที่ยวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่ยังไม่มีข้อจำกัดในด้านสุขภาพ ไม่มีข้อผูกมัดหรือภาระหน้าที่ในครอบครัวและการทำงาน สามารถเปิดกว้างและเปิดรับสิ่งใหม่ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่า การเดินทางจะเป็นการเปิดกว้างให้เจอกับวัฒนธรรมที่หลากหลายและเปิดใจยอมรับ และจะกลายเป็นคนที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ในอนาคต การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มีความรับผิดชอบต่อตัวเองและการระมัดระวังตัวต่อสิ่งรอบตัวให้มากขึ้น กลุ่มวัยรุ่นนี้จึงน่าจะเป็นเป้าหมายสำคัญในการศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารรวมทั้งความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย

วัยรุ่นตอนปลายเป็นวัยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีอิสระเป็นตัวของตัวเอง และแสวงหาตัวตนของตนเอง ไม่ชอบอยู่ในกติกาใด โดยต้องการอิสรภาพทั้งในแง่ความคิดและความรู้สึก และอยากมีส่วนร่วมในการใช้ความคิดเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ (Child and Adolescent Psychiatric Society of Thailand, 2005) ลักษณะนิสัยดังกล่าวจึงมีความใกล้เคียงกับอัตลักษณ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่ส่งเสริมการสร้างโอกาส ความเสมอภาค เสรีภาพ และยังมีวิธีการสร้างจิตสาธารณะและความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อดำรงตนให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมร่วมกัน ดังนั้นวัยรุ่นตอนปลายที่มีอายุระหว่าง 16–19 ปี น่าจะเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงจากสังคมในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัย ซึ่งก็คือนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่น่าจะถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวเข้าสู่วัยแห่งการเรียนรู้ในมิติต่างๆ อย่างมีความเป็นอิสระ จึงเป็นที่มาของกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย ทั้งในด้านพฤติกรรมท่องเที่ยว รวมถึงความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อจะเป็นข้อมูลพื้นฐานนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวางแผน ส่งเสริม สร้างจุดขายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมท่องเที่ยว การรับรู้ และความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย: กรณีศึกษาวัยรุ่นที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาที่ศึกษาในคณะต่างๆ ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จากข้อมูลในปีการศึกษา 2557 ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งเป็นนักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีที่ 1 จำนวน 8,959 คน มาคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane (1975) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน

ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยหลักไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญพบหรือไม่เฉพาะเจาะจง

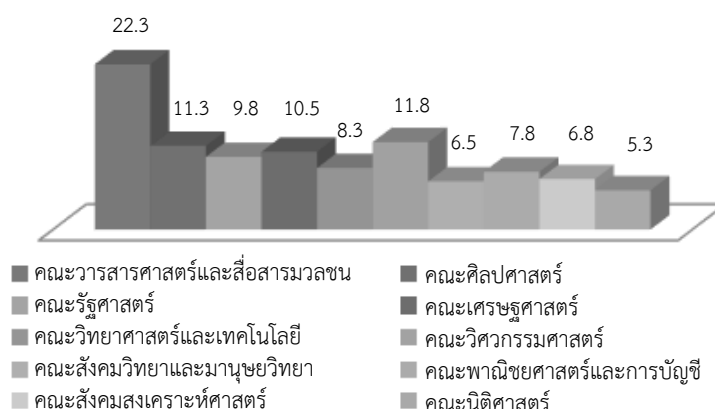
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยววิถีไทย การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย คำถามปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะทั่วไปที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย และคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย ทั้งในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยและสถานที่ท่องเที่ยววิถีไทย โดยใช้หลักเกณฑ์ในการวัดแบบสอบถาม เป็นแบบให้คะแนน (Rating Scale) โดยมาตราวัด 5 ระดับของ Likert Scale นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าคะแนนความต้องการท่องเที่ยว เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเชิงพรรณนาโดยแบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับโดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบคำถามด้วยตนเอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย และความต้องการด้านการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

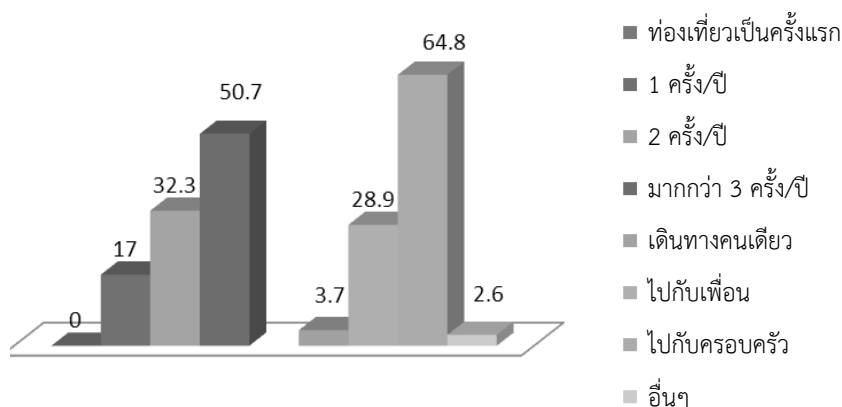
ผลการศึกษา



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงร้อยละคณะที่ทำการศึกษา

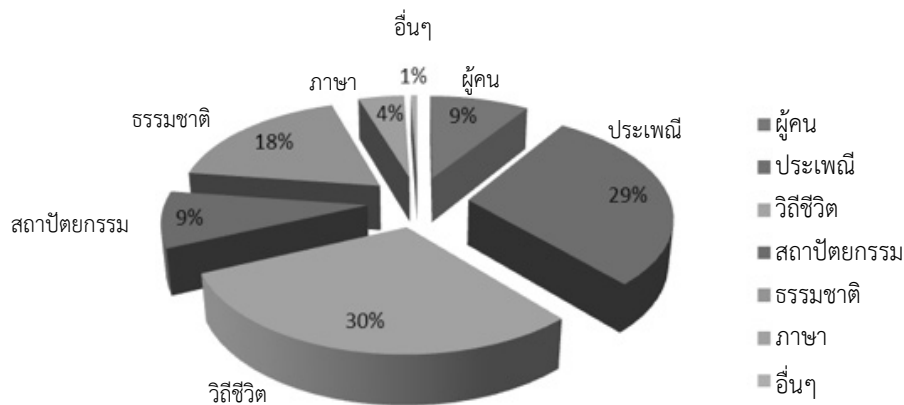
สำหรับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จำนวน 285 รายต่อจำนวน 115 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 63.5 ต่อ 36.5 โดยศึกษาอยู่ในคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน จำนวน 89 ราย (ร้อยละ 22.3) รองลงมาศึกษาอยู่ในคณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 47 ราย (ร้อยละ 11.8) คณะศิลปศาสตร์ จำนวน 45 ราย (ร้อยละ 11.3) คณะเศรษฐศาสตร์ จำนวน 42 ราย (ร้อยละ 10.5) และคณะรัฐศาสตร์ จำนวน 39 ราย (ร้อยละ 9.8)

ส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัว จำนวน 361 ราย (ร้อยละ 90.3) ทุนกู้ยืมจำนวน 25 ราย (ร้อยละ 6.3) ทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน จำนวน 14 ราย (ร้อยละ 3.5) มีค่าใช้จ่าย (ไม่รวมค่าใช้จ่ายเพื่อการลงทะเบียนเรียน)/เดือน 5,001–10,000 บาท จำนวน 221 ราย (ร้อยละ 55.3) ค่าใช้จ่าย 10,001–15,000 บาท จำนวน 89 ราย (ร้อยละ 22.3) ค่าใช้จ่ายต่ำกว่า/ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 72 ราย (ร้อยละ 18.0) โดยเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง เช่าที่พักของของเอกชน จำนวน 196 ราย (ร้อยละ 49.0) เช่าที่พักของมหาวิทยาลัย จำนวน 132 ราย (ร้อยละ 33.0) บ้านพักตัวเอง จำนวน 72 ราย (ร้อยละ 18.0)



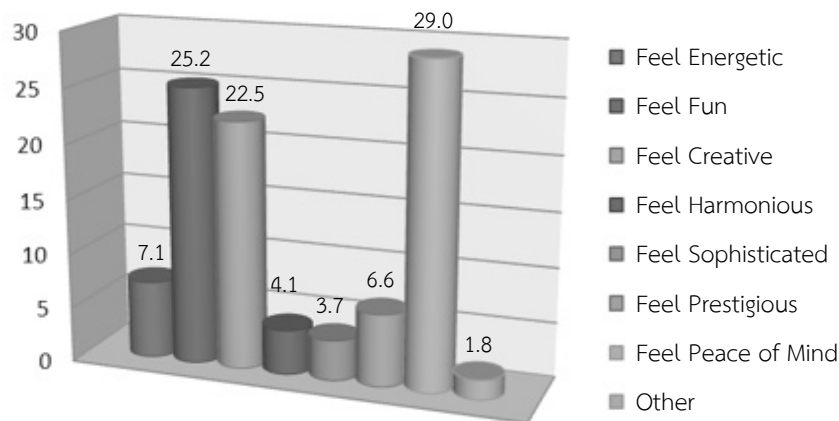
ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงค่าร้อยละจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวและผู้ร่วมเดินทาง

ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ครึ่งหนึ่งเป็นผู้ท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง/ปี จำนวน 203 ราย (ร้อยละ 50.7) ท่องเที่ยว 2 ครั้ง/ปี จำนวน 129 ราย (ร้อยละ 32.3) โดยส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 299 ราย (ร้อยละ 64.8) รองลงมาคือ ไปกับเพื่อน จำนวน 133 ราย (ร้อยละ 28.9) เดินทางคนเดียว จำนวน 17 ราย (ร้อยละ 3.7) ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 127 ราย (ร้อยละ 25.3) รองลงมาคือปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน จำนวน 101 ราย (ร้อยละ 20.1) วันปิดภาคการศึกษาที่ 2 จำนวน 92 ราย (ร้อยละ 18.3) วันว่างที่ไม่มีเรียน จำนวน 90 ราย (ร้อยละ 17.9)



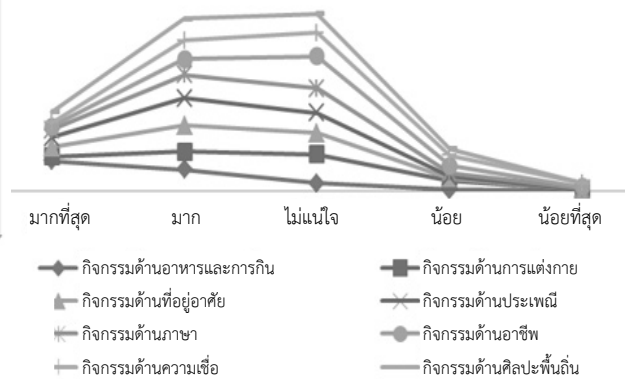
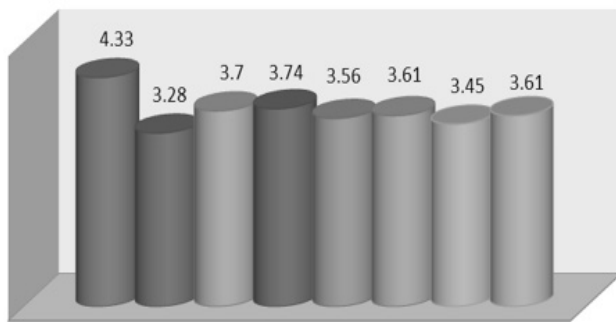
ภาพที่ 5 แผนภูมิแสดงร้อยละของสิ่งที่โดดเด่นเมื่อพูดถึง “การท่องเที่ยววิถีไทย”

เมื่อพูดถึง “การท่องเที่ยววิถีไทย” สิ่งที่น่าสนใจที่สุดที่จะนึกถึงคือ วิถีชีวิต จำนวน 210 ราย (ร้อยละ 29.9) ประเพณี จำนวน 205 ราย (ร้อยละ 29.2) วัฒนธรรมชาติ จำนวน 126 ราย (ร้อยละ 17.9) ผู้คน จำนวน 65 ราย (ร้อยละ 9.3) สถาปัตยกรรม จำนวน 62 ราย (ร้อยละ 8.8) ภาษา จำนวน 30 ราย (ร้อยละ 4.3) และอื่นๆ จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 0.6)



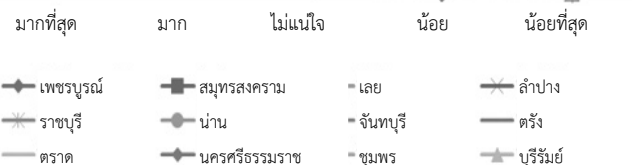
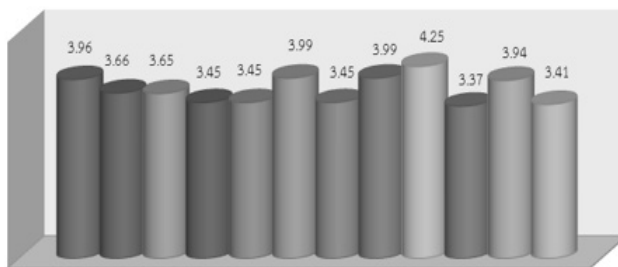
ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงร้อยละของความรู้สึกในการท่องเที่ยว

สำหรับความรู้สึกในการท่องเที่ยววิถีไทย นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกสงบจิตใจ (Feel Peace of Mind) จำนวน 179 ราย (ร้อยละ 29.0) รองลงมาคือรู้สึกสนุก (Feel Fun) จำนวน 156 ราย (ร้อยละ 25.2) มีความรู้สึกสร้างสรรค์ (Feel Creative) จำนวน 139 ราย (ร้อยละ 22.5) มีพลัง (Feel Energetic) จำนวน 44 ราย (ร้อยละ 7.1) มีเกียรติ/มีระดับ (Feel Prestigious) จำนวน 41 ราย (ร้อยละ 6.6) มีความรู้สึกถึงความสามัคคี (Feel Harmonious) จำนวน 25 ราย (ร้อยละ 4.1) มีความรู้สึกซับซ้อน (Feel Sophisticated) จำนวน 23 ราย (ร้อยละ 3.7) และมีความรู้สึกอื่นๆ จำนวน 11 ราย (ร้อยละ 1.8)



ในด้านความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ซึ่งสามารถเรียงลำดับระดับความต้องการจากมากที่สุดไปสู่น้อยที่สุด ดังนี้

- กิจกรรมด้านอาหารและการกิน มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33)
- กิจกรรมด้านประเพณี มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74)
- กิจกรรมด้านที่อยู่อาศัย มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)
- กิจกรรมด้านอาชีพ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61)
- กิจกรรมด้านศิลปะพื้นถิ่น มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)
- กิจกรรมด้านภาษา มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)
- กิจกรรมด้านความเชื่อ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45)
- กิจกรรมด้านการแต่งกาย มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.28)



ในด้านความต้องการสถานที่ท่องเที่ยววิถีไทยในจังหวัดที่ต้องห้ามพลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ซึ่งสามารถเรียงลำดับความต้องการจากมากที่สุดไปสู่น้อยที่สุด ดังนี้

- จังหวัดตราด เมืองเกาะในฝัน มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25)
- จังหวัดน่าน กระจิบรักเสมอดาว มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)
- จังหวัดตรัง ยุทธจักรความอร่อย มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)
- จังหวัดเพชรบูรณ์ ภูตอกไม้สายหมอก มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)
- จังหวัดชุมพร หาดทรายสวยสี่ร้อยสี่ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94)

- จังหวัดสมุทรสงคราม เมืองสายน้ำสามเวลา มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66)
- จังหวัดเลย เย็นสดชื่นที่เลย มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)
- จังหวัดลำปาง เมืองที่ไม่หม่นตามกาลเวลา มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45)
- จังหวัดราชบุรี ชุมชนคนอาร์ต มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45)
- จังหวัดจันทบุรี สวนสวรรค์ร้อนพันธุ์ผลไม้ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45)
- จังหวัดบุรีรัมย์ เมืองปราสาทสองยุค มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41)
- จังหวัดนครศรีธรรมราช นครสองธรรม มีความต้องการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.37)

บทสรุป

จากงานวิจัยหลายชิ้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของวัยรุ่น จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาเรื่องความต้องการการท่องเที่ยววิถีไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีประเด็นในด้านพฤติกรรมท่องเที่ยว พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างจากงานวิจัยชิ้นอื่นๆ มากนัก ไม่ว่าจะเป็นผลการวิจัยขององค์กร “New Horizon’s” ซึ่งศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่พบว่า แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง ได้แก่ ครอบครัวและเพื่อน เว็บไซต์ของสถานที่ท่องเที่ยวและเว็บไซต์สำหรับการเขียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดย Social Media เป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นนิยมใช้มากที่สุดและพักแรมในโฮสเทล (Hostel) โรงแรมและเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ผลการวิจัยของ Bongkotrat Yotsthaworn (2011) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว และการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงรายของ Chatchai Pattananuphar (2004) ที่พบว่าเดินทางท่องเที่ยวปีละ 1–2 ครั้ง และส่วนใหญ่เดินทางในช่วงวันหยุดปิดภาคเรียน

สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยววิถีไทยที่ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 32.7) ไม่ทราบข่าวสารการท่องเที่ยววิถีไทย มีความสอดคล้องกับงานสำรวจของ Tourism Authority of Thailand (2015) ที่ได้ทำสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 94.5) ไม่ทราบว่าประเทศไทยจัด Campaign ท่องเที่ยววิถีไทย มีเพียงส่วนน้อยที่ทราบ (ร้อยละ 5.5) สำหรับสื่อที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รับทราบจากสื่อเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ (ร้อยละ 43.4) ซึ่งมีใกล้เคียงกับสื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงก่อนมาประเทศไทย คือเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 57.4) และสื่อบุคคล ได้แก่ การบอกเล่า การแนะนำของเพื่อนและญาติ

กลุ่มวัยรุ่นนักเรียนนักศึกษา ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มกระแสหลัก (Mainstream) ที่ภาครัฐส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น (Tourism Authority of Thailand, 2015) โดยวัยรุ่นในช่วงอายุระหว่าง 16–19 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านการเปลี่ยนแปลงจากสังคมในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัย เป็นกลุ่มวัยที่ก้าวเข้าสู่มิติแห่งการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ อย่างมีความเป็นอิสระเป็นตัวของตัวเอง และอยากมีส่วนร่วมในการใช้ความคิดเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ (Child and Adolescent Psychiatric Society of Thailand, 2005) จึงมีความใกล้เคียง

กับอัตลักษณ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยผลการศึกษาวิจัยในด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้และความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย จึงน่าจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยววิถีไทยพบว่า สื่อเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่ยังได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งน่าจะเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข่าวสารและกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรกระตุ้นและส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารทุกรูปแบบ รวมทั้งจัดกิจกรรมการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไปประกอบการพิจารณาเพื่อมุ่งเน้นส่งเสริมและกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3. สำหรับความต้องการท่องเที่ยววิถีไทยซึ่งมีความต้องการมากน่าจะเป็นแนวโน้มหรือสัญญาณที่ดีสำหรับการสร้างการรับรู้และการสร้างกระแสสำหรับคนไทยให้ท่องเที่ยวในประเทศให้มากยิ่งขึ้น และยังเป็นข้อบ่งชี้ได้ว่าหน่วยงานทางการท่องเที่ยว สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐระดับประเทศรวมถึงองค์กรส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย (สทท.) รวมถึงหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้มีการส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศตลอดทั้งปีมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากการสนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยจากสถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2558 ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ แอนนา จุมพลเสถียร ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนและให้ความอนุเคราะห์ในด้าน การทำวิจัยและความช่วยเหลือในด้านต่างๆ อาจารย์ ดร.อนุชา ทิรคานนท์ ผู้อำนวยการสถาบันไทยคดีศึกษา รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสุนธิ รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร ที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านการวิจัยและการเก็บข้อมูลภาคสนาม รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย