

## การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### The Creation of Lower Northern 1 Touring Route from Thai Tourist's Behaviour

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร<sup>1</sup>, ธนวัฒน์ ขวัญบุญ<sup>1</sup> และ อนงค์พร ไสลาวารกุล<sup>2</sup>

*Siripen Dabphet, Thanawat Khwanboon and Anongporn Salaiwarakul*

#### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ประกอบไปด้วย จังหวัดพิษณุโลก อุตรดิตถ์ ตาก สุโขทัย และเพชรบูรณ์ และสร้างเส้นทางท่องเที่ยวจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,100 คน ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 และใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเบื้องต้น โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ 5 อันดับแรก คือ ทำบุญ/ไหว้พระ ถ่ายรูป ชมโบราณสถาน ชมวิวและธรรมชาติ และการเที่ยวพิพิธภัณฑ์ โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสนใจไปเยี่ยมชม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ วัด และอุทยาน

---

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

แห่งชาติ และเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวจากความสนใจของนักท่องเที่ยวมี 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทาง “เมื่อนำถีบ...จักรยาน” เส้นทาง “ถ่ายดอกหมอก” และเส้นทาง “หลงอดีตา”

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด

## Abstract

The aims of this research were to examine Thai tourists' socio-demographic and touring behavior in the Lower Northern provinces of Thailand consisting of Phitsanulok, Uthradit, Tak, SukhoThai and Phetchabun province and to create touring routes that based on tourist's behavior. A survey questionnaire was administered to a total of 1,100 respondents. Statistical analysis was employed as a technique for examination of data. The findings indicated that most of tourists were female age between 21-30 years old and held at least a bachelor's degree. Most popular activities for tourist were visiting temples, taking photos, visiting historical sites, scenic places and museums. Most popular attractions were historical sites, temples and national park. Moreover, the result also provided three key touring routes that based on tourists' behavior, their activities and interests which are “Bicycle Townville”, “Flowers” and “Nostalgia” route.

**Keywords:** Tourists' behavior, Touring route, Thematic tourism

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากด้วยความหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี จากข้อมูลทางสถิติของกรมการท่องเที่ยวพบว่าในปี พ.ศ.2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวน

กว่า 19 ล้านคน พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวจำนวนกว่า 22 ล้านคน และใน พ.ศ. 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 26 ล้านคน เพิ่มมากขึ้นจาก พ.ศ. 2555 ถึง 18.76% ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 1.17 ล้านล้านบาท ซึ่งรายได้ดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในพัฒนาประเทศ ตลอดจนสร้างงานในชุมชน ส่วนในด้านสังคมนั้น การท่องเที่ยวยังถือว่าเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อมๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น จากข้อมูลดังกล่าวเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รัฐบาลทุกสมัยจึงมีนโยบายส่งเสริมคุณภาพของการท่องเที่ยว มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ชัดเจน และจากสถานการณ์ที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มในการเพิ่มบทบาทและความสำคัญทางเศรษฐกิจมากขึ้นจากการรวมตัวเป็น “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ในปี 2558 นั้น โอกาสสำหรับตลาดอาเซียนของการท่องเที่ยวไทยที่เห็นได้ชัด คือ การใช้ข้อได้เปรียบในการเป็นประตูสู่ภูมิภาค (Gateway to ASEAN) ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านที่ความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับไทยอย่างพม่าและกัมพูชามีนโยบายเปิดประเทศมากขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งจากในและนอกภูมิภาคสนใจเดินทางในประเทศดังกล่าวมากขึ้นทำให้ประเทศไทยยังมีโอกาสในการจับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยก่อนกระจายไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

จากความสำคัญดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 อันประกอบด้วยจังหวัดตาก พิจิตร โลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และอุตรดิตถ์ กล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงทั้งในด้านที่ตั้งที่ทำให้มีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและหลากหลาย รวมทั้งการให้บริการที่เป็นมิตรที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่ปัญหาที่พบประการหนึ่งคือสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งยังขาดการรวบรวมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นระบบ โดยเฉพาะข้อมูลเชิงคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว (Touring Route) ที่มีความเชื่อมโยงกันของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวมากยิ่งขึ้น การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่นิยมใช้วิธีหนึ่งพัฒนามาจากแนวคิดที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด (Thematic Tourism) โดยคุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงแนวคิดคือ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงประสบการณ์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวและต้องการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการและรสนิยมส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น (Weaver และ Lawton, 2000) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงแนวคิดจำเป็นต้องมีความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวสนใจ รวมทั้งการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับรสนิยมและสามารถสร้างประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้ ดังนั้นถ้าผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ทราบข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่แล้ว จะสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาบริหารจัดการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วยจังหวัดตาก พิจิตร โลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และอุตรดิตถ์
2. เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว (Touring Route) ที่มีความเชื่อมโยงกันในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วยจังหวัดตาก พิจิตร โลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และอุตรดิตถ์

### พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ การแสดงออก ความคิด ความรู้สึกที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าในการบริโภคสินค้าและบริการของบุคคล ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น มักจะใช้วิธีการแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มเพื่อให้ทราบถึงลักษณะเฉพาะ ความต้องการทัศนคติ และรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และวิธีที่ได้รับความนิยมในการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยววิธีหนึ่งคือ การใช้ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ที่ประกอบด้วยอายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา

เชื้อชาติ และประเทศเป็นเกณฑ์ (Holloway, 2004) ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ตลอดจนง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น เพราะแต่ละบุคคลจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งความแตกต่างทางประชากรศาสตร์นี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2541) และมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

อายุ (Age) ของผู้ซื้อนั้นกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก คนที่อายุต่างกันจะมีความต้องการที่ต่างกัน ดังนั้น รสนิยมในการซื้อสินค้า เช่น เสื้อผ้า อาหาร รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ หรือกิจกรรมยามว่าง จะมีความสัมพันธ์กับอายุและลำดับชั้นของวงจรชีวิต ตัวอย่างเช่น กิจกรรมยามว่างของวัยรุ่น คือ การดูหนัง ฟังเพลง แต่กิจกรรมยามว่างของวัยผู้ใหญ่อาจจะเป็นการปลูกต้นไม้ ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวต้องเข้าใจถึงอายุของกลุ่มเป้าหมายและรู้ถึงวิถีโฆษณาสินค้าของตนให้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย (Wells *et al.*, 1992)

รายได้เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจในการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด แต่ปัญหาในการแบ่งส่วนตลาดที่ใช้เกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ นักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย เพราะรายได้เป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอย แต่อย่างไรก็ตาม ครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางและรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้น เกณฑ์ด้านรายได้จึงนิยมนำมาใช้ร่วมกับตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์อื่นๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายเป็นไปอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่างๆ ถือว่าใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เกณฑ์รายได้ อาจจะต้องเกี่ยวข้องกับอายุและอาชีพพร้อมกัน โดยบุคคลที่อยู่ในกลุ่มอาชีพเดียวกันมักมีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของตน และผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต่างกันจะมีความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันออกไป (Kotler, 2003) ซึ่งนักการตลาดนอกจากจะสามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของบุคคลที่อยู่ในแต่ละสาขาอาชีพแล้ว แหล่งท่องเที่ยวยังสามารถผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของบุคคลในแต่ละสาขาอาชีพได้

นักการตลาดยังเชื่อว่าการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต เช่น ผู้ที่ชอบเที่ยวกลางคืนและผู้ที่ชอบอยู่บ้านจะมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน Engel *et al.* (1995) นอกจากนี้ บุคลิกภาพเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว บุคลิกภาพ (personality) หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมหรืออุปนิสัยของคนแต่ละคนที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นๆ (Kassarjian, 1981) Kotler (2003)

ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า บุคลิกภาพ (Personality) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคและการเลือกยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคต่างๆ นี้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง เรียกว่า แนวคิดของตนเอง (Self-concept) เช่น ถ้าบุคคลเชื่อว่าตนเองเป็นผู้ที่มีบุคลิกที่ทันสมัย ก็จะเลือกใช้ยี่ห้อสินค้าและบริการที่บ่งบอกถึงความทันสมัย ซึ่งแตกต่างจาก Chisnall (2001) ที่เห็นว่า ถึงแม้บุคลิกภาพจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประเภทของผลิตภัณฑ์ แต่บุคลิกภาพไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความแตกต่างจากบุคลิกภาพอย่างชัดเจน รูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงความหมายว่าบุคคลดำรงชีวิตอย่างไร ใช้เงินและแบ่งเวลาไปใช้เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างไร ซึ่งเกี่ยวข้องกับภาระกระทำและพฤติกรรมที่เปิดเผยที่สังเกตเห็นได้ ซึ่งแตกต่างจากบุคลิกภาพที่เกิดจากภายในของบุคคล คือ รูปแบบลักษณะของความคิดความรู้สึกและการรับรู้ (Hawkins *et.al.*, 1986)

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยว การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นสามารถศึกษาได้ในหลายปัจจัย เนื่องจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไปคือ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าบางอย่างและเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ปัจจัยด้านอายุ รายได้ รูปแบบการดำรงชีวิต และค่านิยมเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งการทราบถึงปัจจัยดังกล่าวจะช่วยให้สามารถสร้างเส้นทางและเลือกแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 รวมทั้งกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

### การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด

ปัจจุบัน ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนจากการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass destination) เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ แนวคิดหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวได้แก่ แนวคิดที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด (Thematic Tourism) ซึ่งเป็นการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เฉพาะกลุ่มมากกว่าเน้นนักท่องเที่ยว

กระแสหลัก การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด (Thematic Tourism) ที่เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี 1970 เนื่องจากในยุคนั้นการท่องเที่ยวได้รับความนิยมมาก มีนักท่องเที่ยวกระแสหลักจำนวนมาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเกิดความเบื่อหน่ายกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยนักท่องเที่ยว ทำให้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นเชิงแบกกลุ่มตลาดเฉพาะขึ้น (Dinu และ Cioaca, 2008) ซึ่งการท่องเที่ยวแบกกลุ่มเฉพาะหรือการท่องเที่ยวเชิงแนวคิดนี้เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงประสบการณ์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวและต้องการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น นักท่องเที่ยวจึงสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการและรสนิยมส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น โดยคุณลักษณะสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงแนวคิดคือ แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และเป็นกลุ่มขนาดเล็กที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงแนวคิดนี้จะสามารถสร้างรายได้ให้กับแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องที่มีใช้เพียงช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้น (Weaver และ Lawton, 2000)

การท่องเที่ยวเชิงแนวคิดนั้นมีพื้นฐานมาทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งจากธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และจากวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาชาติพันธุ์ นอกจากนี้ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงแนวคิดในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่อิงต่อประเภททรัพยากรเพียงอย่างเดียว ได้เปลี่ยนเป็นการผสมผสานทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวกับกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วย เช่น การท่องเที่ยวแนวคิดเชิงอาสาสมัคร การท่องเที่ยวตามเสียงเพลง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ฉัตรเฉลิม งามอาจานศาล, 2551) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงแนวคิดยังหมายรวมถึงการสร้างเส้นทาง การท่องเที่ยวภายใต้ธีม (Theme) ต่างๆ เช่น นก หรือธรณีวิทยา (Tabata, 1999) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงแนวคิดนั้นปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่ยังคงอยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรการท่องเที่ยว 2 ประเภทหลัก คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ปัจจุบันผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวมักเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) มากกว่าที่จะสนใจการท่องเที่ยวที่จัดการมาเป็นแพ็คเกจ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกนั้นมันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะให้ประสบการณ์ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น แต่การเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงแนวคิดนี้ก็ยังคงขึ้นอยู่กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว เช่น อายุ เพศ ประสบการณ์เดิม ความสนใจ รูปแบบการดำรงชีวิต หรือบุคลิกส่วนตัวด้วย (Swarbrooke และ Horner, 1999)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเหนือล่าง 1 นั้น มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดเหนือล่าง 1 นั้นมีลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกันและสอดคล้องกันในบางแห่ง แต่จังหวัดต่างๆ ยังคงนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของตนในลักษณะต่างคนต่างทำ ทำให้ผลเสียต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดในภาพรวม ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงแนวคิดจึงเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ของการบริหารงานแบบบูรณาการโดยจัดให้มีการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในด้านต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้การวางกรอบทิศทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเป็นไปอย่างมีระบบและยังสามารถร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้เป็นการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,100 คน ทั้งนี้ได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยใช้ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวรายจังหวัดของกรมการท่องเที่ยว (2556) พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 2,083,297 คน แล้วใช้การคำนวณสูตรการหาขนาดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970) โดยใช้ค่าความคาดเคลื่อน  $\pm 3\%$  และกำหนดลักษณะของกลุ่มตัวอย่างดังนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิงและชาย อายุตั้งแต่ 18 ปี ผู้วิจัยจะเลือกสอบถามกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยถือเอาความสะดวกหรือความง่ายต่อการรวบรวมข้อมูล (Convenience sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ระบุไว้แล้วข้างต้น ทั้งนี้ได้มีการนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำผลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของ Cronbarch (1951) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนี้เท่ากับ 0.8 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงในระดับสูง

ช่วงระยะเวลาของการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 – กุมภาพันธ์ 2557 ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 10.00 – 15.00 น. โดยเก็บข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย จังหวัด



อุตรดิตถ์และจังหวัดตาก ในวันเสาร์-อาทิตย์เหมือนกันทุกจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเหมือนกัน หลังจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวแล้ว คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลในประเด็นเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความสนใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ

## ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

### วัตถุประสงค์ที่ 1

จากการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า เป็นเพศชาย 39.45% เพศหญิง 60.46% โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (32.83%) มีระดับการศึกษาในชั้นปริญญาตรี (44.09%) โดยเป็นนักเรียน/นักศึกษา (23%) และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ (61.64%) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			อาชีพ		
ชาย	435	39.54	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	241	21.9
หญิง	665	60.46	พนักงานองค์กร/ บริษัทเอกชน	210	19.1
อายุ			ประกอบธุรกิจส่วนตัว		
18-20 ปี	212	19.27	คนงาน/ลูกจ้าง	90	8.18
21-30 ปี	361	32.83	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	40	3.62
31-40 ปี	280	25.45	นักเรียน/นักศึกษา	253	23.0
41-50 ปี	161	14.64	เกษียณ	12	1.1

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
อายุ			อาชีพ		
51-60 ปี	70	6.36	เกษตรกร	33	3.0
60 ปีขึ้นไป	16	1.45	ภูมิสำเนา		
ระดับการศึกษา			ภาคเหนือ	678	61.64
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	67	6.1	ภาคกลาง	319	29
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	274	24.91	ภาคตะวันตก	10	.9
อนุปริญญา/ปวส.	159	14.45	ภาคตะวันออก	15	1.37
ปริญญาตรี	485	44.09	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	68	6.19
สูงกว่าปริญญาตรี	115	10.45	ภาคใต้	10	0.9

ด้านรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครอบครัว (53.83%) และเดินทางมาเป็นกลุ่มละ 1-5 คน (69.30%) โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลักในการเดินทาง (75%) อีกทั้งในการเดินทางแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 2,000 บาท (46.36%) ช่วงเวลาที่หลักในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (81.64%) ซึ่งในการเดินทางมาจะซื้อบริการท่องเที่ยวโดยดำเนินการจองเอง (93.65%) และก่อนการเดินทางจะสอบถามจากเพื่อน/คนรู้จัก (67.9%) และค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยว (58.36%)

เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ 10 อันดับแรก คือ ทำบุญ/ไหว้พระ (71.6%) การถ่ายรูป (48.5%) การชมโบราณสถาน (45.6%) การชมวิวและธรรมชาติ (40.4%) การเที่ยวพิพิธภัณฑ์ (30.8%) ช้างกระยาน (29.2%) ชมทะเลหมอก (28.9%) เล่นน้ำตก (28.2%) สัมผัสอากาศหนาว (26.3%) นั่งเรือ/ล่องแพ (24.8%) (ตารางที่ 2)

## ตารางที่ 2 รูปแบบการเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผู้ร่วมเดินทาง</b>			<b>ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อวัน/ทริป</b>		
มาคนเดียว	62	5.63	ต่ำกว่า 2,000 บาท	510	46.36
ครอบครัว	592	53.83	2,000-3,000 บาท	289	26.29
เพื่อนเรียน	154	14	3,001-4,000 บาท	96	8.72
เพื่อนร่วมงาน	230	20.91	4,001-5,000 บาท	80	7.27
นักเรียน	62	5.63	มากกว่า 5,000 บาท	125	11.36
<b>จำนวนผู้ร่วมเดินทาง</b>			<b>วิธีการหาข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยว</b>		
1-5 คน	762	69.30	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	68	6.19
6-10 คน	274	24.9	ภาคใต้	10	0.9
11-15 คน	32	2.90	สอบถามจากเพื่อน/คนรู้จัก	754	67.9
มากกว่า 15 คน	32	2.90	สอบถามจากศูนย์ท่องเที่ยว	66	5.9
<b>แหล่งที่ซื้อบริการทางการท่องเที่ยว</b>			สอบถามจากบริษัทนำเที่ยว		
ทำมาเที่ยวเอง	1030	93.65	ดูจากโฆษณาทางสื่อต่างๆ	197	17.7
บริษัทนำเที่ยว	10	0.9	ดูจากนิทรรศการท่องเที่ยว	52	4.7
หน่วยงานจัด	60	5.45	ดูจากอินเทอร์เน็ต	642	58.36
<b>ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว</b>			<b>กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ 10 อันดับ</b>		
วันธรรมดา	145	13.18	ทำบุญ/ไหว้พระ	795	71.6
วันหยุดสุดสัปดาห์	898	81.64	ถ่ายรูป	539	48.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	12	1.09	ชมโบราณสถาน	507	45.6
วันหยุดเทศกาลต่างๆ	22	2	ชมวิว/ธรรมชาติ	449	40.4
ช่วงปิดภาคเรียน	23	2.09	เที่ยวพิพิธภัณฑ์	342	30.8
<b>พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง</b>			ขี่จักรยาน		
รถยนต์ส่วนตัว	825	75	ชมทะเลหมอก	324	29.2
รถโดยสารประจำทาง	45	4.1	เล่นน้ำตก	321	28.9
รถจักรยานยนต์	125	11.36	สัมผัสอากาศหนาว	313	28.2
รถเช่าเหมา	14	1.27	นั่งเรือ/ล่องแพ	292	26.3
เครื่องบิน	85	7.73		275	24.8
รถบริษัทนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	6	0.54			

จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เห็นได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยี่ยมชม เช่น กิจกรรมไหว้พระ/ทำบุญ อุทยานประวัติศาสตร์และวัดต่างๆ เช่นเดียวกับการศึกษาของกรมการท่องเที่ยว (2550) ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโครงการจัดทำแผนพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมและสนใจ คือ ศาสนสถาน/วัด มากที่สุด รองลงมา คือ พิพิธภัณฑ์ งานประเพณี/เทศกาล ตลาดน้ำ และงานฝีมือ/หัตถกรรม อาจเป็นเพราะในอดีต วัดเป็นศูนย์กลางของทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา และความสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่น ปัจจุบันนี้ แม้วัดไม่ได้เป็นศูนย์กลางเหมือนเมื่อก่อน แต่วิถีชีวิตของคนไทยยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงมาก วัดและศาสนสถานต่างๆ จึงยังเป็นสถานที่สำคัญที่คนไทยมักไปเยี่ยมชมเมื่อเดินทางไปยังพื้นที่ต่างๆ

ในส่วนของระดับการศึกษานั้นพบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kim กับ Cheng และ O'Leary (2007) ที่ระบุว่า เมื่อบุคคลมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววันนั้นพบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยในแต่ละครั้งน้อยกว่า 2,000 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก และจากข้อมูลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวค้างคืนเพียง 1-2 คืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทวีลาภ รัตนราช (2553) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร พบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในแต่ละครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก

สำหรับสื่อที่รับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เพื่อน/คนรู้จัก อินเทอร์เน็ต และจากสื่อต่างๆ Money กับ Crotts (2003) แสดงความเห็นว่าเป็น โดยทั่วไปนั้น นักท่องเที่ยวมักค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในหลายวิธีด้วยกัน เช่น การสอบถามจากเพื่อน/คนรู้จัก สื่อต่างๆ และบริษัทนำเที่ยว การค้นหาข้อมูลโดยการพูดคุยสอบถามจากเพื่อน/คนรู้จักนี้เป็นการค้นหาข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการหรือแบบปากต่อปาก ในขณะที่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอได้ทั้งข้อมูลและรูปภาพตลอดจนคลิปวิดีโอต่างๆ ดังนั้น

การพิจารณาเลือกใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาให้เหมาะสมและคำนึงถึงประโยชน์ที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายตามที่วางแผนไว้

## วัตถุประสงค์ที่ 2

ในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววนั้น ได้สอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ที่สนใจไปเยี่ยมชม มีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1

ลำดับที่	สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1	อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	582	52.91
2	วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ วรมหาวิหาร	528	48.00
3	เขื่อนภูมิพล	490	44.55
4	อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย	432	39.72
5	พระราชวังจันทน์	415	37.73
6	วัดเจติยยอดทอง	393	36.64
7	อุทยานแห่งชาติกุสอยดาว	392	35.64
8	วัดพระธาตุผาแก้ว	389	35.36
9	อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า	375	34.09
10	เขื่อนสิริกิติ์	371	33.73
11	ภูทับเบิก	369	33.55
12	น้ำตกทีลอซู	368	33.45
13	ไร่กุหลาบปทุมเพชร	365	33.18
14	อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง	365	33.18
15	ตลาดริมเมย	355	32.73
16	Route 12	345	31.36
17	วัดพระฝางคบุรีมุนีนาถ	330	30.00
18	โรงเจไซท์ฮุกตั้ง	325	29.55
19	พระตำหนักเขาค้อ	317	28.82

## ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลำดับที่	สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
20	พิพิธภัณฑ์ผ้าทองคำ	315	28.64
21	วัดนางพญา	305	27.72
22	พิพิธภัณฑ์บ้านจำทวี	295	26.82
23	ตลาดมูเซอ	295	26.81
24	อุทยานแห่งชาติประวัติศาสตร์ศรีเทพ	289	26.27
25	วัดพระบรมธาตุทุ่งยั้ง	289	26.27
26	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำผาท่าพล	287	26.09
27	วัดจุฬามณี	278	25.27
28	วัดพระแท่นศิลาอาสน์	278	25.27
29	สะพานสมโภชน์กรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี	269	24.45
30	ตรอกบ้านจีน	265	24.09
31	วัดราชคีรีหิรัญยาราม	254	23.09
32	วัดพระบรมธาตุ	245	22.78
33	วัดมณีไพรสณฑ์	243	22.09
34	ศาลหลักเมืองพิษณุโลก	231	21.00
35	เจดีย์เฉลิมพระเกียรติพระเจ้ารามคำแหงมหาราช	214	19.45
36	พระธาตุหินกิวดอยดินจี่	213	19.36
37	ศาลเจ้าพ่อขุนสามชน	212	19.27
38	น้ำตกแก่งซอง	201	18.27
39	อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว	189	17.18
40	วัดราชบูรณะ	189	17.18
41	อุทยานแห่งชาติน้ำตกชาติตระการ	180	16.36
42	โฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น	175	15.9
43	อุทยานแห่งชาติศรีสัชชนาลัย	167	15.18
44	ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (จังหวัดตาก)	165	15.00
45	ศาลพระวอ	157	14.27
46	วัดท่าถนน	152	13.82

## ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลำดับที่	สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
47	อุทยานแห่งชาติตากสินมหาราช	145	13.18
48	ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช	145	13.18
49	น้ำตกแก่งโสภา	145	13.81
50	ตลาดไนท์บาซาร์	137	12.45
51	น้ำตกปอย	127	11.55
52	น้ำตกสกูโนทยาน	125	11.37
53	น้ำตกวังนกแอ่น	115	10.45
54	อุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ	115	10.45
55	เครื่องปั้นดินเผาบ้านทุ่งหลวง	97	8.82
56	อุทยานแห่งชาติน้ำตกลานสาง	96	8.73
57	อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก	87	7.91
58	บ่อเหล็กน้ำพี้	85	7.73
59	อนุสาวรีย์พ่อขุนผาเมือง	39	3.55
60	ศาลพระแม่ย่า	35	3.18
61	เขาสมอแครง	20	1.82
62	อุทยานแห่งชาติแม่เมย	15	1.36
63	ไร่ก้านจูล	15	1.36
64	น้ำตกนางครวญ	15	1.36
65	สวนขม่นานเฉลิมพระเกียรติ	10	0.9

ทั้งนี้ เกณฑ์ที่นำมาใช้ในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงแนวคิด กิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ (ตารางที่ 1-3) และข้อแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ โดยสามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 3 เส้นทางได้แก่ เส้นทางเมืองนำถิบ....จักรยาน เส้นทางถ้ำดอกหมอก และเส้นทางหลงอดีตา รายละเอียดของเส้นทางการท่องเที่ยวดังนี้







(Chen กับ Tsai, 2007) ซึ่งการสร้างเส้นทางนี้ได้ นำแนวคิดทั้งด้านการท่องเที่ยวเพื่อชมดอกไม้ และการท่องเที่ยวเพื่อการถ่ายภาพมาผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวนำมาใช้ในการสร้างเส้นทาง จึงเป็นสถานที่ที่มีความสวยงามทั้งในด้านธรรมชาติ ซึ่งหมายถึงดอกไม้เฉพาะถิ่น ความเป็นธรรมชาติ และความเป็นประวัติศาสตร์และชุมชนท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่นอกจากการเดินทางท่องเที่ยว และยังสามารถถ่ายภาพที่สวยงามเพื่อเป็นที่ระลึกได้อีกด้วย

### เส้นทาง หลง.... อติตา



เส้นทางการท่องเที่ยวที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่จะได้เรียนรู้ถึงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจของภาคเหนือตอนล่าง 1 นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่ยังอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก กอปรกับในปี 2258 นี้ กรมพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้มีนโยบายสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ภายใต้แนวคิด “ท่องเที่ยววิถีไทย” ซึ่งเส้นทางนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศในอดีตหรือความแท้จริงของพื้นที่นั้นๆ ความจริงแท้ในประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 3 รูปแบบ (Wang, 1999; เจษฎารัตน์ กล่ำศรี กับ วรินทรา ศิริสุทธิกุล, 2557) ดังต่อไปนี้

1. ความจริงแท้ในด้านวัตถุที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยว หมายถึง ต้นกำเนิดของวัตถุหรือสิ่งนั้น ๆ ในสภาพที่แท้จริงที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ตรง

2. ความจริงแท้ที่ถูกสร้างขึ้น หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ผลิตทางการท่องเที่ยว เช่น จินตนาการ ความคาดหวัง การอ้างอิง ความเชื่อและอำนาจ เป็นต้น ซึ่งความจริงแท้เหล่านี้ จะเป็นสัญลักษณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

3. ความจริงแท้ที่สัมผัสได้จากกิจกรรมต่างๆ ที่มีไว้เกิดการไปสัมผัสหรือได้รับประสบการณ์จากสถานที่นั้นๆ

## สรุป

ในการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 นั้น ได้นำเอาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงแนวคิด ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มาใช้ในการสร้างธีม (Theme) และเลือกแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เป็นผู้หญิง และเป็นนักเรียน/นักศึกษา อีกทั้งในการเดินทางแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 2,000 บาท ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมาก ได้แก่ การทำบุญ/ไหว้พระการถ่ายรูป การชมโบราณสถาน การชมวิวและธรรมชาติ การเที่ยวพิพิธภัณฑ์จักรยาน ชมทะเลหมอก เล่นน้ำตก สัมผัสอากาศหนาว และนั่งเรือ/ล่องแพ โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสนใจไปเยี่ยมชม 10 อันดับแรก ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารเขื่อนภูมิพลอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสขนาลัยพระราชวังจันทน์วัดเจดีย์ยอดทอง อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว วัดพระธาตุดาแก้วอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า และเขื่อนสิริกิติ์ ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นแก่นพีในการสร้างธีม (Theme) ของเส้นทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับธีมจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่นักท่องเที่ยวสนใจได้ โดยมีค่าใช้จ่ายไม่แพง ซึ่งเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้มี 3 เส้นทาง คือ เส้นทาง “เมืองน่าถึบ ... จักรยาน” ปัจจุบันการขี่จักรยานกิจกรรมที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว นอกจากทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกแล้ว ยังเป็นการเดินทางที่ช่วยลดมลภาวะ ซึ่งตอบสนองต่อสมัยนิยมในปัจจุบันที่ค่านึงถึงสภาวะแวดล้อม พื้นที่และสถานที่ท่องเที่ยวที่นำมาสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวนี้มีการให้บริการจักรยานแก่นักท่องเที่ยว เส้นทาง “ถ่ายดอกหมอก” เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้เพลิดเพลินกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีสีสันของดอกไม้บานาพันธุ์ที่กระจายตัวอยู่ในกลุ่มจังหวัด

ภาคเหนือตอนล่าง 1 พร้อมกับสามารถถ่ายภาพความสวยงามของธรรมชาติและดอกไม้ต่างๆ ซึ่งการถ่ายภาพและโพสต์ภาพลงในสังคมออนไลน์นี้เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และเส้นทางที่ 3 ได้แก่ เส้นทาง “หลง.....อดีต” เป็นเส้นทางที่นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ซึ่งเส้นทางนี้นักท่องเที่ยวจะได้ย้อนไปในอดีต ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์และเห็นวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งงานประเพณี

### กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาข้อมูลเชิงคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบภาพสามมิติเสมือนจริง” ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนประจำปี 2556 จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

### เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2556). **สถิตินักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการท่องเที่ยว. (2556). **สถิตินักท่องเที่ยวรายจังหวัด**. กรุงเทพฯ.
- เจษฎารัตน์ กล้าศรี, & วรินทร์รา ศิริสุทธิกุล. (2557). ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หัวหิน. **วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ** 5(2), 114-131.
- ฉัตรเฉลิม งามอาจานศาล. (2551). การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด: ผลิตภัณฑ์ หรือ นวัตกรรมใหม่. **e-TAT tourism Journal**, ตุลาคม-ธันวาคม, 1-17.
- ทวีลาภ รัตนราช. (2553). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรืออำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร**. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2541). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Chen, C. F., & Tsai, D. G. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? **Tourism Management**, 28(4), 1115-1122.

- Chisnall, P. M. (2001). **Market research** (6 ed.). Maidenhead: McGraw-Hill.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, 22(3), 297-334.
- Dinu, M., & Cioaca, A. (2008). Thematic Routes-Tourist Destinations in Romania. **Journal of Tourism Challenges and Trends**, 1(2), 11-32.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). **Consumer behavior** (8 ed.). Chicago: The Dryden Press.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1986). **Consumer Behavior: Implications for marketing strategy** (3 ed.). Plano: Business Publications, Inc.
- Holloway, C. (2004). **Marketing for tourism**. England: Pearson Education Limited.
- Kassarjian, H. (1981). Personality and consumer behaviour. **Journal of Marketing Research**, 8, 409-418.
- Kim, H., Cheng, C. K., & O'Leary, J. T. (2007). Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions. **Tourism Management**, 28(5), 1366-1371.
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management** (11 ed.). Harlow: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & D.W., M. (1970). Determining sample size for research activities. **Psychological Measurement** 607-610.
- Money, R. B., & Crotts, J. C. (2003). The effect of uncertainty avoidance on information search planning and purchases of international travel vacations. **Tourism Management**, 24, 191-202.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). **Consumer behavior in tourism**. Great Britain: Butterworth-Heinemann.
- Tabata, R. S. (1999). **Thematic itineraries: An approach to tourism product development**. Paper presented at the The 1999 international symposium on coastal and marine tourism: balancing tourism and conservation. .
- Turpie, J., & Joubert, A. (2004). The value of flower tourism on the Bokkeveld Plateau - A botanical hotspot. **Development Southern Africa**, 21, 645-662.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. **Annals of Tourism Research**, 26(2), 349-370.
- Weaver, D., & Lawton, L. (2000). **Tourism Management**. Queensland: John Wiley&Sons Australia, Ltd.
- Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. (1992). **Advertising principles** (2 ed.). USA: Prentice-hall.