

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง

กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช



สุวิทย์ พิศแสงาม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)

คณะการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2566

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง

กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช

สุวิทย์ พิศแสงาม

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช
ชื่อผู้เขียน	นายสุวิทย์ พิศแสงงาม
ชื่อปริญญา	การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ)
ปีการศึกษา	2566

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Research Methodology) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบการวิจัยระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมและพักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 304 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับ การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน่วยงานละ 1 คน และตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis)

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า พฤติกรรมก่อนเดินทางผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการ

เดินทางท่องเที่ยว 1 - 2 ครั้ง/ปี โดย มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 3 - 4 วัน เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 1 - 2 ครั้ง ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางผ่านเว็บไซต์ทางการ (Official Website) ค้นหาจาก Google Maps ร่องลงมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สื่อสังคมออนไลน์ค้นหาจาก Facebook และจากคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว โดยมีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเหตุผลที่ในการตัดสินใจมาจากคำชักชวนของครอบครัว/เพื่อน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการซื้อ/จองซื้อโดยตรงกับชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สนใจ คือกิจกรรมเที่ยวหมู่บ้านคีรีวงชมวิถีชุมชนในพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติ/ครอบครัว ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายไม่รวมค่าตัวเครื่องบิน (ต่อคน) ต่ำกว่า 3,000 บาท/วัน และใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปยังเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และใช้ในการท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน และมีความต้องการบอกต่อให้ผู้อื่นหรือคนรู้จักพร้อมทั้งมีความเต็มใจจะจ่ายมากขึ้นและมีความต้องการปกป้องในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีข่าวด้านลบ

สำหรับผลการศึกษาขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง พบว่า จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ได้แก่ องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความจริงแท้ และด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ และผลการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าศักยภาพที่ต้องพัฒนาได้แก่ 1) ด้านเจ้าบ้าน 2) ด้านความร่วมมือ 3) ด้านการพัฒนา 4) ด้านแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้ แนวทางที่ 1 พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน แนวทางที่ 2 พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว แนวทางที่ 3 ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุด แนวทางที่ 4 พัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ และแนวทางที่ 5 ยกกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว

ABSTRACT

Title of Thesis	Policy Recommendations for Secondary City Tourism Development. A Case Study of Nakhon Si Thammarat Province
Author	Mr. Suwit Pitslaengam
Degree	Master of Management (Integrated Tourism and Hospitality Management)
Year	2023

This research aims to study “Policy Recommendations for Secondary City Tourism Development A Case Study of Nakhon Si Thammarat Province”. The objectives are 1) to study the decision-making behavior of Thai tourists traveling to secondary cities, Nakhon Si Thammarat Province 2) to study tourism elements that influence destination loyalty 3) to evaluate the potential of secondary city tourism management in Nakhon Si Thammarat Province, and 4) to offer policy recommendations for Secondary City Tourism Development A Case Study of Nakhon Si Thammarat Province. The study used a mixed research methodology, which is a combination of quantitative research and qualitative research. The quantitative research consisted of a sample group of Thai tourists traveling to secondary cities, Nakhon Si Thammarat Province from 304 people who have experience in doing activities and staying overnight in Nakhon Si Thammarat Province in 2023 and used the purposive sampling method. The tool used to collect data was a questionnaire. Statistics used in data analysis included Frequency, Percentage, Mean, and Deviation. Standard Deviation and correlation analysis by finding Multiple Regression Analysis. For qualitative research, there are key informants are representatives of stakeholders from the government sector, the private sector, communities involved in tourism in Nakhon Si Thammarat Province, 1 person per sector, and representatives of Thai tourists traveling to visit secondary cities, Nakhon Si Thammarat Province for 4 people. The tool used in the study was the In-depth Interview. Data analysis used Thematic Analysis.

The study's results on the decision-making behavior of Thai tourists traveling to secondary cities in Nakhon Si Thammarat Province revealed that, before traveling, the majority of respondents visited secondary cities 1-2 times per year for tourism or recreation purposes. They typically arrive during the weekend (Saturday-Sunday) for 3-4 days. Google Maps and the Tourism Authority of Thailand (TAT) were the primary sources of information, with social media and recommendations from friends, relatives, or family also influencing travel decisions. Friends were the primary influencers, and family and friends' persuasion influenced many decisions. Most respondents purchased or reserved directly from communities or tourist attractions. During their visit to secondary cities, the majority of respondents showed interest in tourist attractions related to arts and culture, traditions, and local ways of life, such as floating markets and various festivals. Kiriwong Village was particularly popular. Many respondents traveled with relatives or family and chose hotel or resort accommodations. Most spent less than 3,000 baht per person per day, and personal cars were the preferred mode of transportation. After visiting secondary cities in Nakhon Si Thammarat Province, most respondents expressed a desire to return and visit again. They also indicated a willingness to share their experiences with others and pay more for such trips. Additionally, they felt the need to protect the destination's image in case of negative news.

The results of the study of tourism elements that influence destination loyalty were found from multiple regression analyses. Variables that can be used to predict destination loyalty include tourism elements 1) Attractiveness of tourist attractions 2) Accessibility of tourist attractions 3) Authenticity, and 4) Acceptance of local people.

Regarding the study of the potential of tourism management in secondary cities in Nakhon Si Thammarat Province. It was found that the potential must be developed in managing tourism are 1) Host 2) Cooperation 3) Development 4) Tourist attraction

According to the results, the researcher presents policy recommendations for secondary cities in Nakhon Si Thammarat Province. As follows: Guideline 1: Develop cooperation among stakeholders and establish common development goals. Guideline 2: Implement online marketing strategies to promote businesses and tourist attractions. Guideline 3: Encourage government support for targeted tourism development efforts.

Guidelines 4: Enhance the standards and potential of service providers, and Guidelines 5: Promote local wisdom and increase the value of tourism products.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” ฉบับนี้เป็นหนึ่งในช่วงเวลาของการเดินทางที่สำคัญของชีวิต ทุกๆ หน้าของกระดาษที่ขีดเขียนและพิมพ์ลงไป ผ่านสมรภูมิมามากมาย ทั้งรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ รอยน้ำตา กำลังใจ ความท้อ ความอดทน และประสบการณ์ครั้งสำคัญของชีวิตนักศึกษาปริญญาโทคนนี้จะสำเร็จกลายเพชรเม็ดงามได้นั้น ต้องผ่านการตะไบมาอย่างหนักหน่วง ซึ่งงานชิ้นนี้จะเป็นหนึ่งในชิ้นงานแห่งความภาคภูมิใจที่จะจารึกอยู่ในความทรงจำของผู้วิจัยตลอดไป โดยวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้จะไม่สามารสำเร็จได้หากปราศจากผู้สนับสนุนเหล่านี้

ขอขอบพระคุณความรัก ความเมตตา และการเอาใจใส่ จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญที่คอยชี้แนะทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จออกมาอย่างสมบูรณ์แบบที่สุด รวมถึงคณาจารย์จากครอบครัว GSTM NIDA ทุกๆ ท่าน ที่คอยอบรมสั่งสอนมอบทั้งองค์ความรู้ และประสบการณ์ชีวิต และเจ้าหน้าที่ของคณะฯ ทุกๆ ท่าน ที่ให้ความรัก ความอบอุ่น คอยช่วยเหลือตั้งแต่วันแรกที่เข้าศึกษา จนกระทั่งถึงเส้นชัยแห่งความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบโครงร่างและสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย ที่ให้เกียรติเป็นประธานและกรรมการสอบ และรองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบและให้ข้อเสนอแนะในการทำวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ออกมาอย่างสมบูรณ์ที่สุด

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ตอบแบบสอบถาม ตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทุกๆ ท่านที่สละเวลาและให้เกียรติเข้าพบเพื่อสอบถามข้อมูล

สำคัญที่สุดขอขอบพระคุณ คุณพ่ออุเสน พิศแสงาม คุณแม่มาลี พันธุ์ทอง พี่ๆ น้องๆ และผองเพื่อน ทุกๆ คนที่ได้ร่วมเรียน ร่วมสนุก ร่วมใช้ชีวิตและอยู่เป็นกำลังใจให้กันโดยตลอดมา

และที่ขาดไม่ได้ขอบคุณตัวเอง ที่เลือกทำตามความฝันและพยายามต่อสู้ทุกๆ บททดสอบและความท้าทายต่างๆ ของชีวิต จนสามารถทำวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ออกมาเพื่อเป็นผลงานตอบแทนบ้านเกิดของตนเองอย่างที่เคยตั้งใจไว้ และไม่เคยมีวันไหนที่ไม่ภาคภูมิใจ และรู้สึกเลือกไม่ผิดที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ “เพราะท่องเที่ยววันดีคือที่สุด”

สุวิทย์ พิศแสงาม

ตุลาคม 2566

สารบัญ

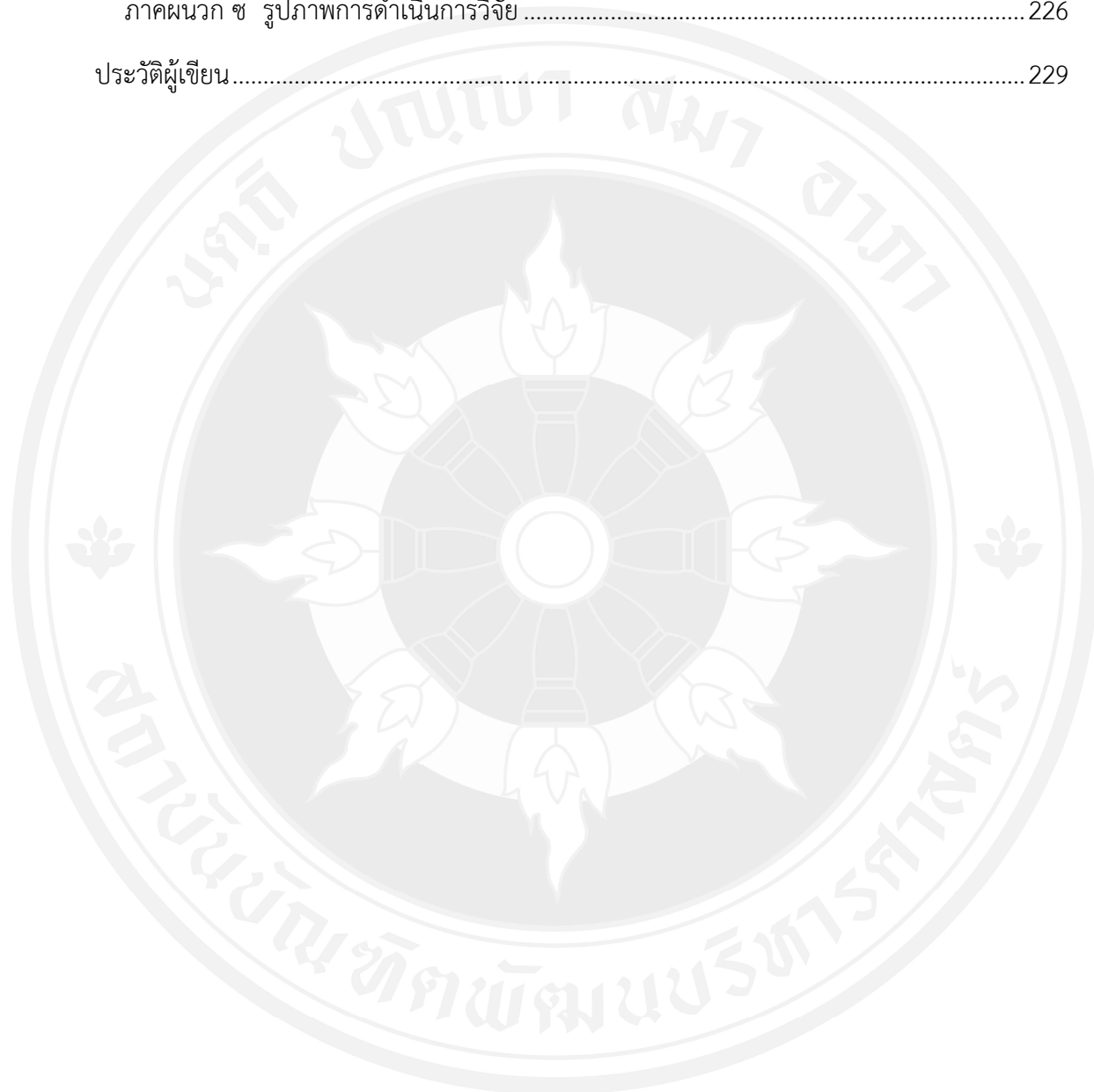
	หน้า
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ซ
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาของการวิจัย	3
1.3 ช่องว่างการศึกษาวิจัย.....	3
1.4 คำถามการวิจัย	4
1.5 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.6 ขอบเขตของการศึกษา.....	5
1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	5
1.6.2 ขอบเขตระยะเวลา	5
1.6.3 ขอบเขตด้านพื้นที่.....	5
1.6.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.7.1 ประโยชน์ด้านวิชาการ	7
1.7.2 ประโยชน์ด้านนโยบาย	7
1.7.3 ประโยชน์ด้านบริหารจัดการ.....	7

2.5.4	วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายและตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาพรวม.....	38
2.6	นโยบายการพัฒนาเมืองรอง	39
2.6.1	นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง.....	39
2.6.2	นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	41
2.6.3	สถานการณ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	42
2.7	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	46
2.7.1	ความหมายของการท่องเที่ยว.....	46
2.7.2	วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	46
2.7.3	รูปแบบของการท่องเที่ยว.....	47
2.8	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	50
บทที่ 3	กรอบแนวคิดและระเบียบวิธีวิจัย	54
3.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Research Framework)	57
3.2	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	57
3.2.1	ตัวแปรต้น	57
3.2.2	ตัวแปรตาม	57
3.3	ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	57
3.3.1	ประชากร	58
3.3.2	กลุ่มตัวอย่าง.....	58
3.3.3	การสุ่มตัวอย่าง.....	60
3.3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	61
3.3.5	การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	64
3.3.6	การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ	65
3.3.7	การทดสอบสมมุติฐาน.....	66

3.4 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	67
3.4.1 ผู้ให้ข้อมูล.....	67
3.4.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก	67
3.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	69
3.4.4 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	69
3.4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	70
3.4.6 การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล.....	70
บทที่ 4 ผลการศึกษา	74
4.1 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	76
4.1.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	76
4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	76
4.1.3 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมือง รอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	79
4.1.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช.....	86
4.1.5 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	95
4.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	96
4.2 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	102
4.2.1 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	103
4.2.2 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช.....	108
4.3 สรุป.....	113
4.3.1 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	114
4.3.2 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช.....	115

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	139
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	139
5.1.1 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (การวิจัยเชิง ปริมาณ).....	140
5.1.2 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มี อิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (การวิจัยเชิงปริมาณ).....	143
5.1.3 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	143
5.1.4 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการ พัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	146
5.2 อภิปรายผล.....	147
5.2.1 พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช.....	147
5.2.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	149
5.2.3 ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	152
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	157
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อประโยชน์ต่อองค์กร หน่วยงาน และชุมชน.....	157
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	158
บรรณานุกรม.....	159
ภาคผนวก.....	171
ภาคผนวก ก หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ	172
ภาคผนวก ข ตัวอย่างแบบสอบถาม	176
ภาคผนวก ค ผลการประเมินความเที่ยง (IOC) ของเครื่องมือ	183
ภาคผนวก ง หนังสือขออนุญาตเผยแพร่เข้าสู่สื่อนานาชาติในการทำวิทยานิพนธ์.....	195

ภาคผนวก จ ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	219
ภาคผนวก ฉ ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability).....	222
ภาคผนวก ช หนังสือตอบรับการนำเสนอผลงานวิจัย.....	224
ภาคผนวก ซ รูปภาพการดำเนินการวิจัย	226
ประวัติผู้เขียน	229



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1	โครงสร้างการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
ตารางที่ 2.2	ตารางแสดงสรุปตัวแปรเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	15
ตารางที่ 2.3	ตารางแสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	22
ตารางที่ 2.4	ตารางแสดงสรุปตัวแปรเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว..	27
ตารางที่ 2.5	ตารางแสดงสรุปตัวแปรเกี่ยวกับทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	31
ตารางที่ 2.6	ตารางแสดงสรุปตัวแปรเกี่ยวกับทฤษฎีความจรรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	34
ตารางที่ 3.1	แสดงการคำนวณค่า Partial ²	59
ตารางที่ 3.2	เกณฑ์ระดับมาตรฐานวัดค่าและการแปลความหมาย.....	63
ตารางที่ 3.3	ช่วงของค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ เพื่อนำมาแบ่งเป็นเกณฑ์	63
ตารางที่ 3.4	ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ	68
ตารางที่ 3.5	ตารางรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์	72
ตารางที่ 4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและระเบียบวิธีวิจัย เชิงคุณภาพ	75
ตารางที่ 4.2	จำนวน และร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
ตารางที่ 4.3	จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	79
ตารางที่ 4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยว เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมและรายด้าน.....	86
ตารางที่ 4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยว เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความดึงดูดใจของ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	88
ตารางที่ 4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความสามารถในการเข้าถึง ของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities).....	89

ตารางที่ 4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสถานที่พัก (Accommodations)	90
ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกิจกรรมของ แหล่งท่องเที่ยว (Activities)	90
ตารางที่ 4.9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกใน แหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	91
ตารางที่ 4.10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความจริงแท้ (Authenticities).....	92
ตารางที่ 4.11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)	92
ตารางที่ 4.12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความปลอดภัย (Safety).....	93
ตารางที่ 4.13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสุขอนามัย (Sanitation).....	94
ตารางที่ 4.14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดี ต่อจุดหมายปลายทางโดยรวม	95
ตารางที่ 4.15	การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวกับความจงรักภักดี ต่อจุดหมายปลายทาง.....	97
ตารางที่ 4.16	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวกับความจงรักภักดี ต่อจุดหมายปลายทาง.....	99
ตารางที่ 4.17	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพล ต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง.....	100
ตารางที่ 4.18	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	102
ตารางที่ 4.19	ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	107

ตารางที่ 4.20	ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	111
ตารางที่ 4.21	ร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	118
ตารางที่ 4.22	ตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และตัวแทนชุมชน ที่มีเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช	121
ตารางที่ 4.23	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	123
ตารางที่ 4.24	กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน	127
ตารางที่ 4.25	กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 2: พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว	129
ตารางที่ 4.26	กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 3: ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุด	132
ตารางที่ 4.27	กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐานและศักยภาพ ผู้ให้บริการ	134
ตารางที่ 4.28	กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและ เพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว	136

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1	ตัวแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและพลังผลักดันของวิลเลียม และคณะ	21
ภาพที่ 2.2	ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์.....	26
ภาพที่ 2.3	แสดงแผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช	37
ภาพที่ 3.1	กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Research Framework)	57
ภาพที่ 3.2	แสดงการคำนวณค่า Partial ²	60
ภาพที่ 4.1	ร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	120
ภาพที่ 4.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ..	126

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประเทศต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่สำคัญยังเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการสร้างรายได้ที่ก่อให้เกิดการสร้างงานกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ อีกทั้งยังมีความสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานของระบบการคมนาคมขนส่ง รวมถึงการค้าและการลงทุนที่จะเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มการขยายตัวซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย (Tourism Satellite Account: TSA, 2562) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีการเติบโตมาอย่างต่อเนื่อง และสร้างมูลค่าเพิ่มในปี พ.ศ. 2562 สูงถึง 3 ล้านล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17.79 ของ GDP (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เปลี่ยนไปประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวในเมืองหลักเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีความกังวลเรื่องสุขอนามัย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ 2) นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ จะท่องเที่ยวลดลง ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials (หรือกลุ่ม GEN Y ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2524-2537) จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวเป็นกลุ่มแรก 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Nature-based Tourism) และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) จะเพิ่มมากขึ้นภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้คลี่คลายลง 4) นักท่องเที่ยวนิยมหลีกเลี่ยงสถานที่แออัดเป็นผลให้มีแนวโน้มที่จะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้าสั้นลง เพื่อลดผลกระทบจากความไม่แน่นอนในการเดินทาง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (Free Independent Traveling) จะมีอัตราเติบโตขึ้นสูงถึงร้อยละ 12.98 (พุทธชาด ลุนคำ และรชฏ เลียงจันทร์, 2564) อีกทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ก็ยังก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางสังคมที่เรียกว่า “ความปกติใหม่” หรือ New Normal ที่จะส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมและความต้องการ

ของนักท่องเที่ยวที่จะค้ำึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัยมากยิ่งขึ้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดจุดหมายปลายทางหนึ่งที่มีความน่าสนใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของจังหวัดในภาคบริการ ถึงแม้ว่าเป็นจังหวัดที่ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มจังหวัดเมืองรองของการท่องเที่ยว แต่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 เป็นอันดับที่ 2 ของเมืองรองทั้งประเทศ เศรษฐกิจของจังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 และยังคงกระทบต่อเนื่องในการแพร่ระบาดระลอกสามตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมมีทิศทางลดลงจากเดือนเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจหดตัว โดยเฉพาะเศรษฐกิจด้านอุปทาน หดตัวจากภาคบริการและการท่องเที่ยวจากมาตรการคุมเข้มการเดินทางทั้งในจังหวัดและระหว่างจังหวัด ขณะที่ภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมขยายตัวจากปริมาณและราคายางพาราเพิ่มขึ้นด้านอุปสงค์ขยายตัวจากการใช้จ่ายภาครัฐ การลงทุนภาคเอกชน ส่วนการบริโภคภาคเอกชน ด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและอัตราเงินเฟ้อทั่วไปหดตัว ถึงแม้จะมีมาตรการภาครัฐช่วยสนับสนุนกำลังซื้อได้บางส่วนด้านการจ้างงานลดลง สำหรับภาคการเงิน ปริมาณเงินฝากและปริมาณสินเชื่อยังคงขยายตัว โดยมีปัจจัยเสี่ยงเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2564 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2564) โดยเศรษฐกิจจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี พ.ศ. 2565 คาดว่าจะขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 5.0 ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ ณ เดือนกันยายน 2565 ที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 8.5 ขยายตัวจากปีก่อนที่หดตัวร้อยละ -5.1 โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากการขยายตัวด้านอุปทานและอุปสงค์ พิจารณาจากด้านอุปทาน คาดว่าจะขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 4.4 ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2565 ที่คาดการณ์ไว้ที่ ร้อยละ 10.3) ขยายตัวจากปีก่อนที่หดตัว ร้อยละ -8.3 ตามภาคบริการที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 7.0 ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2565 ที่คาดการณ์ไว้ที่ ร้อยละ 13.3 ขยายตัวจากปีก่อนที่หดตัวร้อยละ -17.0 เป็นผลมาจากมาตรการเปิดเมืองรับนักท่องเที่ยว หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 เริ่มคลี่คลาย ประกอบกับรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการรักษาระดับการบริโภคภายในประเทศหลายมาตรการ อาทิ โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และโครงการคนละครึ่ง ซึ่งได้มีส่วนในการสนับสนุนและลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน รวมทั้งเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและได้มีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันจัดโครงการต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้จ่ายในจังหวัดเพิ่มขึ้น (สำนักงานคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2565)

1.2 ปัญหาของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีปัญหาที่พบเกี่ยวกับปัญหาด้านการขาดความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและปัญหาเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยวสอดคล้องกับประเด็นพัฒนาที่ 3 และประเด็นพัฒนาที่ 4 เกี่ยวกับการตลาดด้านภาพลักษณ์การเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการประชาสัมพันธ์ประเพณีโบราณ (แผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570) ปัญหาและอุปสรรคในการขยายตลาดท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทยมีหลายด้าน ยกตัวอย่างเช่น 1) ปัญหาด้านนโยบายของภาครัฐเป็นนโยบายที่รัฐบาลประกาศใช้กับนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ แต่ในทางปฏิบัติยังขาดการจัดการเรื่องสุขลักษณะให้ได้มาตรฐาน เช่น ห้องน้ำในบางแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจเกิดความไม่คุ้นเคยจึงไม่สามารถใช้ห้องน้ำได้อย่างสะดวกและกังวลเรื่องสุขลักษณะ 2) การขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเกี่ยวกับการให้บริการ 3) โปรแกรมท่องเที่ยวเมืองรอง เมื่อนำมาเชื่อมโยงกับโปรแกรมการท่องเที่ยวหลักจะประสบปัญหาเรื่องของระยะทางการเดินทางที่นานเกินไป เป็นต้น (ณัฐธิดา โพธิ์ปี, 2561) 4) การตลาดและการประชาสัมพันธ์ 5) การคมนาคมภายในจังหวัดไม่สะดวก 6) การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 4) ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ภาพลักษณ์ของชาวบ้านที่ถูกรับรู้ผ่านสายตานักท่องเที่ยวว่าเป็นคนไม่เป็นมิตร 6) กลไกการจัดการการท่องเที่ยวที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Angsikarn Sasithornwetchakul, 2018)

1.3 ช่องว่างการศึกษาวิจัย

จากที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าพื้นที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชอีกทั้งจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับการยกย่องว่าเป็นหนึ่งใน 12 เมืองต้องห้ามพลาตซึ่งถูกอ้างอิงไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อีกทั้งจังหวัดนครศรีธรรมราชถือเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวครบถ้วนในทุก ๆ มิติทั้ง ทรัพยากรทางธรรมชาติ ประเพณีและวัฒนธรรม อาหาร และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่มีความน่าสนใจและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองและเพื่อให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพในทุก ๆ มิติขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการทบทวน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่างานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราชมีอยู่น้อยและยังไม่มีงานวิจัยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยถึงเล็งเห็นถึงความสำคัญที่เป็นที่มาของการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการศึกษาทั้งการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทุกมิติและมีความละเอียดของการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ชุมชนและนักท่องเที่ยว สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณจะเป็นการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และมีการปักค้ำค้นเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อีกทั้งยังมีศึกษาประเมินระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และผู้วิจัยได้มีระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Research Methodology) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบการวิจัยระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวที่สามารถให้ข้อมูลด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและเป็นประโยชน์มากที่สุดในการจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่จะประโยชน์ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำงานวิจัยเล่มนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

1.4 คำถามการวิจัย

- 1) พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างไร
- 2) องค์ประกอบการท่องเที่ยวใดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง
- 3) ระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นอย่างไร
- 4) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรเป็นอย่างไร

1.5 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง
- 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.6 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ได้ดำเนินการภายใต้ขอบเขตการศึกษาในแต่ละด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยว รวมไปถึงระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อนำมาสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.6.2 ขอบเขตระยะเวลา

เวลาที่ใช้ในการศึกษาระยะที่ 1 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563-เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566 เป็นการทบทวนเอกสาร เขียนเค้าโครง สร้างเครื่องมือ และตรวจสอบเครื่องมือ

เวลาที่ใช้ในการศึกษาระยะที่ 2 เดือนมิถุนายน-เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเพื่อนำมาวิเคราะห์และเขียนวิจัย

1.6.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่หลักในการศึกษา คือ จังหวัดนครศรีธรรมราช เท่านั้น

1.6.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

1.6.4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และพักค้างคืนในปี พ.ศ. 2566

1.6.4.2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 5) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 6) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

1.6.4.3 หน่วยงานเอกชน ได้แก่

- 1) หอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) สมาคมท่องเที่ยวขอนแก่น อำเภอขอนแก่น จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) สมาคมศิลปินพื้นบ้าน จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 5) ทำอาภาศยานนครศรีธรรมราช
- 6) บริษัท ขนส่ง จำกัด

1.6.4.4 ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโฮมสเตย์ อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านสวนพอเพียง อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีเครื่องจักสานลิเกา บ้านนาเคียน อ.เมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) สมาคมท่องเที่ยวชุมชน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์ด้านวิชาการ

นักวิจัยและนักวิชาการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อการศึกษาต่อยอดต่อไป

1.7.2 ประโยชน์ด้านนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนร่วมกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง

1.7.3 ประโยชน์ด้านบริหารจัดการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการใช้บริการหรือวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว รวมไปถึงการต่อยอดงานวิจัยเพื่อพัฒนางานวิจัยเฉพาะด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มากยิ่งขึ้น

1.8 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทราบพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) ทราบองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) ทราบระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.9 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

การพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่สร้างขึ้นเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ (นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์, 2550)

นโยบาย หมายถึง ข้อความที่สร้างขึ้นมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สามารถบรรลุไปถึงเป้าหมายที่วางเอาไว้ (ประชุม รอดประเสริฐ, 2539, น. 64)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและมีการพักค้างคืน (ฐิรชญา มณีนตร, 2552)

เมืองรอง หมายถึง เมืองที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี ในการศึกษาครั้งนี้เมืองรองหมายถึง จังหวัดนครศรีธรรมราช (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ผู้วิจัยได้แบ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ช่วงคือ พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมงขึ้นไป ด้วยความสมัครใจและมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน สำหรับงานวิจัยเล่มนี้นักท่องเที่ยวหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวทำกิจกรรมและมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช (Solomon, 2007; กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 9 ด้าน คือ 1) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) 3) ด้านสถานที่พัก (Accommodations) 4) ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities) 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 6) ด้านความจริงแท้ (Authenticities) 7) ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance) 8) ด้านความปลอดภัย (Safety) 9) ด้านสุขอนามัย (Sanitation)

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ศิริจรรยา ประพุดติกิจ, 2553)

ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552; ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557)

ความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางเข้าไปถึงจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552; ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557)

สถานที่พัก หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชใช้บริการพักค้างคืน (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552; ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557)

กิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชสร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าไปท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552); ชิดวร ประดิษฐ์รอด, 2557)

สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552; ชิดวร ประดิษฐ์รอด, 2557)

ความจริงแท้ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ของวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวนครศรีธรรมราช (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555)

การยอมรับของคนในพื้นที่ หมายถึง การยอมรับของคนในพื้นที่ที่มีความยินดีและต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555)

ความปลอดภัย หมายถึง ความปลอดภัยด้านชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช (World Tourism Organization, 2004; สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2558)

สุขอนามัย หมายถึง ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (สำนักกระบวนวิชา, 2554)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า และทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ได้ดังตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 โครงสร้างการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นหัวข้อ	หัวข้อย่อย
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	2.1.1 ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2.1.2 องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 2.2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 2.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 2.2.4 กระบวนการทางพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 2.2.5 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว 2.2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว	2.3.1 ความหมายขององค์ประกอบของการท่องเที่ยว 2.3.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	2.4.1 ความหมายของความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง 2.4.2 องค์ประกอบของความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

ประเด็นหัวข้อ	หัวข้อย่อย
2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัด นครศรีธรรมราช	2.5.1 ความหมาย ความสำคัญและพัฒนาการของ จังหวัดนครศรีธรรมราช 2.5.2 ข้อมูลทางกายภาพของจังหวัด นครศรีธรรมราช 2.5.3 ผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมา 2.5.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาการ ท่องเที่ยวของจังหวัดในภาพรวม
2.6 นโยบายการพัฒนาเมืองรอง	2.6.1 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง 2.6.2 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช 2.6.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	2.7.1 ความหมายของการท่องเที่ยว 2.7.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว 2.7.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	2.8.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2.8.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว 2.8.3 งานวิจัยเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาการ ท่องเที่ยว 2.8.4 งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองรอง 2.8.5 งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.1.1 ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หรือ Demography มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก Deme = people คือ ประชาชนหรือประชากร Graphy = writing up, description หรือ study คือ การศึกษาหรือศาสตร์ ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้าง การกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากร ในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ประชากรศาสตร์ (Demography) เป็นคำที่มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก ประกอบไปด้วยคำสองคำ คือ Demos หมายถึง ประชากร (People) และ Graphie หมายถึง การพรรณนาหรือการบรรยาย (Describing) ดังนั้น ประชากรศาสตร์จึงหมายถึงการพรรณนาหรือบรรยายเกี่ยวกับคนหรือประชากร

ในปี ค.ศ. 1335 Godefroy ใช้คำว่า “Population” ในงานของเขาในปี ค.ศ. 1349 เช่นเดียวกับ Nicolas Gresme ได้ใช้คำว่า “Population” ในงานเขียนของเขาเช่นกัน แต่ในปี ค.ศ. 1349 ในขณะที่ Francis Bacon ใช้คำว่า Populate ในปี ค.ศ. 1578 จนกระทั่งปี ค.ศ. 1885 และ Achille Guillard ได้ให้ความหมายเช่นเดียวกับ “Population Studies” คือการศึกษาประชากร โดยนำคำว่า Demography มาใช้เป็นครั้งแรก

สำหรับคำว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลากหลาย โดยภัทรดนัย พิริยะธนภัทร (2558) ได้ให้ความหมายของคำว่าประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากร ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมและความสนใจในการรับข่าวสารที่ต่างกันไป ในขณะที่ ศศิพร บุญชู (2560) ได้ให้ความหมายของคำว่าประชากรศาสตร์โดยใช้คำว่าปัจจัยส่วนบุคคลแทน โดยให้ความหมายว่า หมายถึง ลักษณะทางประชากรของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเฉลิมรัชต์ เข้มราช (2557) ได้มีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้น โดยใช้คำว่าลักษณะประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ (ปิยะพงษ์ บุญประคอง และเจษฎา ความคื่นเคย, 2556)

2.1.2 องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคลสามารถจำแนกออกเป็น 6 องค์ประกอบที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ดังนี้

2.1.2.1 เพศ (Gender) เป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีส่วนในการแบ่งตลาด เนื่องจากในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงจากพฤติกรรมการบริโภคไปจากเมื่อก่อน (ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร, 2558) จำนวนเพศหญิงหรือสตรี (สมรสหรือโสด) ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมออกไปทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้น นักการตลาดจึงเห็นว่าพฤติกรรมของผู้ซื้อเพศหญิงและเพศชายมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเก่าจากที่เมื่อก่อนผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อแต่ในปัจจุบันผู้ซื้อเพศหญิงเป็นผู้ซื้อรายใหญ่และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นนอกจากนั้นบทบาทของเพศหญิงและเพศชายในบางบริบทนั้นมีความคล้ายคลึงกัน (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2554) จากผลของการศึกษาพบว่าเพศหญิงและเพศชายที่มีความแตกต่างกันมีปัจจัยทางพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ในระดับ 0.05 (วนัชพร จันทรักษา, 2552) ดังนั้น ความแตกต่างของเพศหญิงและเพศชายจะมีผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

2.1.2.2 อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งของลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยอายุของผู้ซื้อมีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าหรือบริการซึ่งอายุที่ต่างกันจะมีการตอบสนองของความต้องการที่แตกต่างกันด้วยเช่นเดียวกัน นักการตลาดจึงใช้ปัจจัยด้านอายุเพื่อเป็นประโยชน์ที่จะใช้เป็นตัวแปรในการจำแนกความต้องการที่มีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุในการเจาะกลุ่มตลาดให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น (ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร, 2558) จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุที่มีความแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการวางแผนของนักท่องเที่ยว (จุไรรัตน์ มีโส, 2558) ดังนั้นปัจจัยด้านอายุถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อร่วมไปถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวด้วย (อาคม บุญเกิด, 2556)

2.1.2.3 ระดับการศึกษา (Education) นับเป็นปัจจัยที่สำคัญของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จากผลการศึกษาพบว่าระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในประเด็นผู้ร่วมสืบค้นข้อมูลเพื่อวางแผนท่องเที่ยว (จุไรรัตน์ มีโส, 2558) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทย จากการศึกษาเรื่องยานพาหนะที่เดินทางลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์ในการเดินทางพบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (สิทธิกร โนรินทร์, 2552) ความแตกต่างของปัจจัยด้านการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาต่ำจะมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า (เฉลิมรัชต์ เข้มราช, 2557) ดังนั้นความแตกต่างของปัจจัยด้านการศึกษาจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

2.1.2.4 สถานภาพสมรส (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของสถานะของบุคคล ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการใช้เป็นกลยุทธ์ในการทำการตลาดมาโดยตลอด และลักษณะของบุคคลในการใช้สินค้าและบริการรวมไปถึงการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้าง ส่วนบุคคลด้านการสื่อสารที่จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ามากที่สุด (ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร, 2558) โดยองค์การสหประชาชาติได้มีการแบ่งประเภทของสถานภาพสมรส ออกเป็น ดังนี้ 1) โสด 2) สมรส 3) หย่าร้าง 4) หม้าย 5) สมรสแต่แยกกันอยู่ โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ความแตกต่างของปัจจัยด้านสถานภาพสมรสมีความสำคัญทางประชากรศาสตร์เป็นอย่างมากโดยสัดส่วนของประชากรในแต่ละสถานภาพสมรสจะมีผลต่ออัตราการตายและการเจริญพันธุ์ในประเทศ กล่าวคือ อัตราการเกิดที่เพิ่มสูงมีผลมาจากสัดส่วนของสตรีที่สมรสสูงขึ้นนอกจากนี้พบว่าคนโสด หย่าร้างและหม้ายในกลุ่มอายุเดียวกันมีอัตราการเสียชีวิตสูงกว่าผู้หญิงและผู้ชายที่สมรสกัน (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2554) สถานภาพสมรสหรือสถานภาพครอบครัว มีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ การสมรส การแตกแยก และการสมรสใหม่ ซึ่งสถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย สถานภาพสมรสถือเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของบุคคล โดยพบว่าคนโสดจะใช้เวลาในการตัดสินใจน้อยกว่าคนที่สมรสเนื่องจากไม่มีเงื่อนไขหรือภาระผูกพันพร้อมทั้งคนโสดมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานหรือสมรสแล้ว

2.1.2.5 อาชีพ (Occupation) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำเพื่อหารายได้ ประกอบเลี้ยงชีพของตนเองและครอบครัว โดยอาชีพเป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่จะชี้ให้เห็นถึงตัวเลขทางเศรษฐกิจถึงจำนวนการว่างงาน สังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลและฐานะทางเศรษฐกิจ (สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์, 2555) อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ 0.05 (วนัชพร จันทรักษา, 2552)

2.1.2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญ โดยสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดและสามารถเปรียบเทียบสถานะของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกันได้ เศรษฐกิจ (สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์, 2555) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเรื่องของช่วงเวลาในการสืบค้นข้อมูลเพื่อวางแผนท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ 0.05 (จุไรรัตน์ มีโส, 2558)

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยให้ความหมายของแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง เช่น 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สถานภาพสมรส 5) อาชีพ และ

6) รายได้ต่อเดือน เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ มีความแตกต่างกันจึงเป็นพื้นฐานที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงสรุปตัวแปรเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้แต่ง (ปี)						
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	สถานภาพสมรส	อาชีพ	รายได้
สิทธิกร โนรินทร์ (2552)	✓	-	✓	-	✓	✓
ภัทรดนัย พิริยะชนภัทร (2558)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ศศิพร บุญชู (2560)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อาคม บุญเกิด (2556)	✓	✓	-	-	-	✓
ทวีลาภ รัตนราช (2553)	✓	✓	✓	-	-	✓
จันทิมา อภิวิสุทธิรักษ์ และปรียาพร ดิส สละมาน (2552)	✓	✓	-	-	✓	✓
วนัชพร จันทรักษา (2552)	✓	✓	-	-	✓	✓
เฉลิมรัชต์ เข้มราช (2557)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ชลัดดา สนวนพรหม (2552)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
นิตาชล ยูวนะเดมีย์ (2555)	✓	-	✓	-	-	✓
ภัทรา แสงสุรจันทรกุล (2557)	✓	✓	-	✓	✓	✓
กาญจนา กาแก้ว (2558)	✓	✓	✓	-	✓	✓
วุฒิชัย ปุเต๊ะ (2560)	✓	✓	✓	✓	-	✓
จุไรรัตน์ มีโส (2558)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์ (2555)	✓	✓	-	-	✓	✓
รวม	15	13	10	7	11	15

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

กฤษรักษ์ อยู่เจริญ (2559) ได้ให้ความหมายคำว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกซึ่งการกระทำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยไม่ทำสายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่ Clawson and Knetsch (2013) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็น การสร้างความคาดหวัง ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดขึ้นก่อนการเดินทางท่องเที่ยว และการได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งเกิดขึ้นช่วงระหว่างที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวจนกระทั่งเดินทางกลับและ การระลึกถึงประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านไป ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดขึ้นภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว และกิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลมีการแสดงออก โดยเกี่ยวพันกันกับการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่าบุคคลเหล่านั้นมีพฤติกรรมเป็นอย่างไรและมีความพึงพอใจอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงกระบวนการ ขั้นตอนต่าง ๆ ในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่าส่งต่อการท่องเที่ยวอย่างไร ในขณะที่ เฉลิมรัชต์ เข็มราช (2557) ได้นิยามความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวได้แก่ การเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศและท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนผู้ร่วมเดินทางและผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว วิธีการที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการคิด วางแผน และการกระทำของนักท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

จากความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึง กระบวนการคิด วางแผน และการกระทำของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 1) พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และ 3) พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ จะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2.2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของครอนบาค ประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบ คือ

- 1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่วัตถุประสงค์เพื่อให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่คาดหวังไว้สามารถเกิดขึ้นได้และก่อให้เกิดความพึงพอใจซึ่งบางกิจกรรมสามารถตอบ

สนองความต้องการได้ทันทีแต่ในบางกิจกรรมจะมีการตอบสนองความพึงพอใจได้จำเป็นจะต้องใช้เวลาเพื่อให้ความคาดหวังเหล่านั้นบรรลุผลได้ตามที่ต้องการ

2) ความพร้อม (Readiness) คือความสามารถที่มีความจำเป็นในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่วัดระดับวุฒิภาวะของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยในการตอบสนองต่อความต้องการ โดยมนุษย์ไม่สามารถได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้สำหรับทุกสิ่งทุกอย่างเพราะความต้องการบางอย่างของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถ

3) สถานการณ์ (Situation) คือเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

4) การแปลความหมาย (Interpretation) คือปรากฏการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีการพิจารณาเหตุการณ์หรือการวางแผนการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวก่อนที่จะตัดสินใจเลือกวิธีการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

5) การตอบสนอง (Response) คือการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ได้ตัดสินใจและเลือกวิธีการเหล่านั้นในกระบวนการการแปลความหมายเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ได้คาดหวังไว้

6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) คือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากการกระทำเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่ได้วางแผนและคาดหวังไว้และก่อให้เกิดผลจากการทำกิจกรรมเหล่านั้นซึ่งอาจจะเป็นไปตามที่ได้คาดหวังไว้ (Confirm) หรือในทางกลับกันอาจจะได้ผลลัพธ์ในทางตรงกันข้ามกัน (Contradict)

7) ปฏิกริยาต่อความคาดหวัง คือการกระทำต่อผลลัพธ์ที่ออกมาหลังจากการได้รับผลที่คาดหวังไว้ ซึ่งหากผลลัพธ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้เรียกว่า ความผิดหวัง ซึ่งจำเป็นจะต้องย้อนกลับไปดูกระบวนการแปลความหมายในตอนต้นและเลือกกระบวนการหรือวิธีการตอบสนองด้วยวิธีการใหม่

องค์ประกอบของพฤติกรรมเกิดขึ้นจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันซึ่งมีปัจจัยมากจากปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันและสิ่งเร้าที่เป็นปัจจัยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการส่งผลทำให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้นโดยผลลัพธ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับมีทั้งความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ (สุไรดา กาชอ, 2561)

ผู้วิจัยได้จำแนกพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1) พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และ 3) พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบต่าง ๆ ประกอบไปด้วย ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทาง

ท่องเที่ยว สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

2.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำการตลาดให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับการกระตุ้นนักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเปรียบเสมือนกับความลับที่อยู่ภายในลึกๆ ที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถคาดคะเนได้ หน้าที่ของผู้ให้บริการหรือฝ่ายของผู้ขาย คือการศึกษาลักษณะของลูกค้านักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้บริการว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของเขาที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อซึ่งเมื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของลูกค้านักท่องเที่ยวก็สามารถจัดการส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ เพื่อทำการกระตุ้นให้สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและตรงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยวัฒนธรรม และปัจจัยส่วนบุคคล (กิตติยา มโนธรรมรักษา, 2559)

ราณี อิศัยกุล และคณะ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation) คือแรงผลักดันจากภายในของบุคคลที่ก่อให้เกิดการกระทำหรือการแสดงออกทางพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเพื่อการท่องเที่ยว
- 2) ปัจจัยด้านอายุและเพศ (Age and Gender) คือปัจจัยที่ทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีฐานะ มีเวลาว่าง สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นเวลานาน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ เป็นต้น ในขณะที่ปัจจัยด้านเพศ ถือเป็นปัจจัยที่มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวเพศชายจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้มีความสำคัญด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัยน้อยกว่านักท่องเที่ยวหญิง เป็นต้น
- 3) ปัจจัยด้านแบบแผนชีวิต (Life Style) วิถีชีวิตและแบบแผนการดำเนินชีวิตมีองค์ประกอบ เช่น การจัดสรรเงิน การจัดสรรเวลา บุคคล และพลังงาน เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตหรือแบบแผนชีวิตไม่เหมือนกัน จึงทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแตกต่างกันเช่นเดียวกัน

4) ปัจจัยด้านวงจรชีวิต (Life Cycle) คือระยะเวลาของชีวิตที่มีการหมุนเวียนไปตามอายุและสมาชิกครอบครัว ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละช่วงเวลาของวงจรชีวิตแต่ละคนที่แตกต่างกัน

5) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural) ประกอบไปด้วย พิธีกรรม ความเชื่อ และบรรทัดฐานที่แต่ละคนจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยวัฒนธรรมที่ต่างกันจะมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมนั้น ๆ โดยบุคคลจะตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้เกิดความพึงพอใจและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบรรทัดฐานของสังคม

6) ปัจจัยด้านชนชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นการกำหนดตำแหน่งของตัวบุคคลในสังคมโดยพิจารณาจากองค์ประกอบดังนี้ คือ การศึกษา รายได้ อาชีพ ความร่ำรวย สถานภาพของครอบครัว บริเวณที่ตั้งของที่อยู่อาศัย และมูลค่าของที่อยู่อาศัย โดยชนชั้นทางสังคมจากมีความเชื่อมโยงกับสถาบันในสังคมที่บุคคลนั้นมีความเกี่ยวข้อง โดยพฤติกรรมทางท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงกับลักษณะของชนชั้นทางสังคมด้วยเช่นเดียวกัน

7) ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) คือ กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น สถาบันการศึกษา ครอบครัว ที่ทำงาน เป็นต้น โดยกลุ่มอ้างอิงเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

2.2.4 กระบวนการทางพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

กระบวนการทางพฤติกรรม คือสิ่งที่บ่งบอกลักษณะเฉพาะทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 กระบวนการ ได้แก่

1) กระบวนการรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการภายในของพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารจากสภาพแวดล้อมโดยผ่านระบบประสาทสัมผัส

2) กระบวนการรู้ (Cognition) เป็นกระบวนการภายในที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตที่รวมการเรียนรู้ การคิด การจำ และการพัฒนา

3) กระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพแวดล้อม (Spatial Behaviour) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมโดยบุคคลซึ่งมีความสัมพันธ์กับการกระทำในสภาพแวดล้อมที่ผ่านการกระทำซึ่งจะสังเกตได้จากภายนอก (วิลลิสทรี ทรียงกุล, 2549)

กระบวนการทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการรับรู้ และการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ แตกต่างกันไปเป็นไปตามกระบวนการทางพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง (2563) สรุปได้ว่ากระบวนการทางพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่

ละคนนั้นจะมีความแตกต่างกันซึ่งแปรผันไปตามกระบวนการทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีกระบวนการรับรู้กระบวนการรู้ และกระบวนการในการแสดงออกที่แตกต่างกันซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน

2.2.5 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

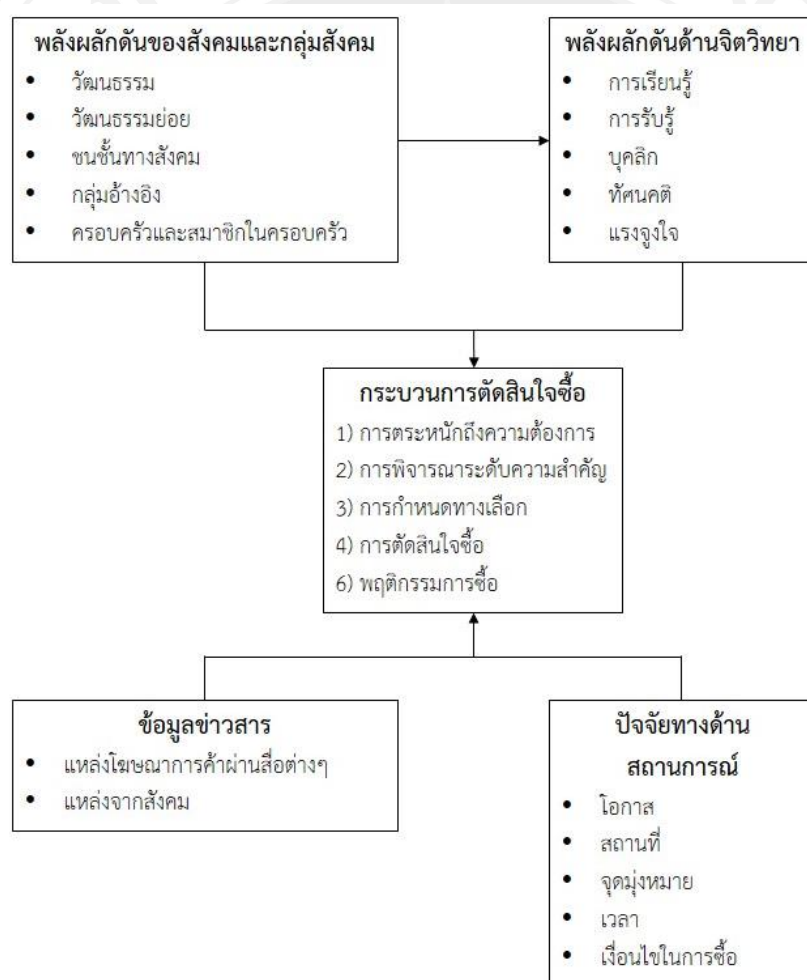
กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถือเป็นกระบวนการที่มีหลายขั้นตอนและมีความซับซ้อน ซึ่งปกติแล้วนักท่องเที่ยวจะมีการตัดสินใจมักจะเกิดขึ้นก่อนการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานาน และก่อนกระบวนการตัดสินใจจะมีขั้นตอนและแนวคิดต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจ โดยมักจะตระหนักถึงด้านความจำเป็น ถัดจากนั้นเข้าสู่กระบวนการรวบรวมข้อมูล การประเมินผล และการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งเมื่อเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์และก็จะเกิดการประเมินผลหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวที่ได้เสร็จสิ้นลง (นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2563)

Theobald (1994) ได้มีการนำเสนอตัวแบบพฤติกรรมการซื้อและพลังผลักดันของผู้บริโภค โดยระบุถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีกระบวนการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วย

- 1) ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นได้จำเป็นจะต้องมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ลักษณะ ตรา สถานที่จัดจำหน่าย และประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งจะไม่มีข้อมูลเหล่านั้นปรากฏจะส่งผลทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อจะไม่เกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเกิดขึ้นจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (Commercial Sources) และจากสังคม (Social Sources) เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน และบุคคลคุ้นเคย เป็นต้น
- 2) ด้านสังคมและกลุ่มสังคม (Social and Group Forces) ประกอบด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว สมาชิกในครอบครัว ชนชั้นทางสังคม เป็นต้น โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยตรง อีกทั้งยังก่อให้เกิดลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ซื้อด้วย
- 3) ด้านจิตวิทยา (Psychological Forces) คือ พลังผลักดันทางจิตวิทยา ได้แก่ การเรียนรู้ การรับรู้ บุคลิก ทศนคติ และแรงจูงใจ โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นก่อให้เกิดความต้องการในการตัดสินใจและเลือกซื้อ รวมไปถึงนิสัยในการซื้อและความภักดีในตราสินค้า เป็นต้น
- 4) ด้านสถานการณ์ (Situational Factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ อันได้แก่ โอกาส สถานที่ จุดมุ่งหมาย เวลา และเงื่อนไขในการซื้อ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อจะมีแรงผลักดันทำให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจที่แตกต่างกันไป

สำหรับการตัดสินใจซื้อตามรูปแบบของพฤติกรรมการซื้อและพลังผลักดันดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การพิจารณาระดับ

ความสำคัญ 3) การกำหนดทางเลือก 4) การประเมินทางเลือก 5) การตัดสินใจซื้อ และ 6) พฤติกรรมหลังการซื้อ โดยมีพลังผลักดันทางสังคมและกลุ่มสังคม ได้แก่ วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวและสมาชิกในครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อพลังผลักดันด้านจิตวิทยาโดยประกอบไปด้วย การเรียนรู้ การรับรู้ บุคลิก ทศนคติ และแรงจูงใจ ในขณะที่พลังผลักดันทั้งสองพร้อมกับชุดข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลในสื่อต่าง ๆ และสังคม รวมถึงปัจจัยด้านสถานการณ์ ได้แก่ โอกาส สถานที่ จุดมุ่งหมาย เวลา และเงื่อนไขในการซื้อ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อตามขั้นตอน 6 ขั้นตอนที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 ตัวแบบพฤติกรรมการซื้อและพลังผลักดันของวิลเลียม และคณะ
แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก Theobald (1994).

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ โดยการประกอบไปด้วย พฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ตามตารางที่ 2.3 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ลำดับ	ช่วงเวลา	พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	คำถามของนักท่องเที่ยว
1.	ก่อนเดินทางท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว จากนั้นเริ่มต้นด้วยการค้นหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับโฆษณา หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว คำแนะนำจากบริษัทท่องเที่ยว คำแนะนำจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยประกอบการพิจารณาจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ความชอบและความต้องการของนักท่องเที่ยว วันเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อประเมินจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการ และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จากนั้นทำการจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก จัดเตรียมเครื่องแต่งกายและเตรียมค่าใช้จ่าย	1.ทำไมต้องเดินทางไปที่นี่ 2. ไปแล้วจะเห็นอะไร จะได้เรียนรู้อะไรและจะ ได้รับประสบการณ์อะไร จากที่นั่น 3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกเช่น ที่พัก ห้องน้ำ ร้านค้า และร้านอาหาร หรือไม่ 4. สามารถเดินทางไปถึง แหล่งท่องเที่ยวนี้ได้ อย่างไร
2.	ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว	เดินทางท่องเที่ยวและเก็บเกี่ยวประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว พร้อมกับแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้น	1. เมื่อเดินทางท่องเที่ยว แล้วจะได้รับ ความ สนุกสนานเพลิดเพลิน หรือสามารถคลาย เครียดได้หรือไม่ 2. ประสบการณ์ที่จะ ได้รับจากการท่องเที่ยวดี หรือไม่

ลำดับ	ช่วงเวลา	พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	คำถามของ นักท่องเที่ยว
3.	หลัง เดินทาง ท่องเที่ยว	ประเมินการเดินทางท่องเที่ยวที่ผ่านมาโดย ประเมินจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับ และเปรียบเทียบ ระหว่างค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับความคุ้มค่าที่ได้รับ พร้อมกับการแสดงความคิดเห็นและความพึง พอใจหลังจากเดินทางท่องเที่ยว	1. จะกลับไปใช้บริการที่ นั้นอีกหรือไม่หรือจะ กลับไปเที่ยวซ้ำอีก หรือไม่ 2. ต้องการบอกต่อคนอื่น หรือไม่ 3. ช่องทางใดที่สามารถ แสดงความคิดเห็นได้

แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก Schmoll (1977); นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง (2563).

2.2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

Walters (1978) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับแรงจูงใจว่า แรงจูงใจ หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายในของตัวบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือมีการเคลื่อนไหว รวมถึงมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย กล่าวคือ การกระทำมีเหตุผลมาจากการเกิดแรงจูงใจ ในขณะที่ Loundon and Bitta (1988) ได้ให้ความหมายของคำว่าแรงจูงใจไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง พลังของสภาวะที่อยู่ภายในตัวของบุคคล ที่ส่งผลทำให้ร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวไปในทิศทางของเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเป็นเป้าหมายที่อยู่ในภาวะแวดล้อม

สรุปได้ว่า แรงจูงใจหมายถึงปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของมนุษย์ที่จะส่งผลก่อให้เกิดการกระทำเพื่อทำให้ร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวเพื่อนำร่างกายกระทำตามความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้

2.2.6.1 ชนิดของแรงจูงใจ

แรงจูงใจสามารถแบ่งออกเป็น 3 ชนิด (ผณินทรา ธนะเพ็ชร, 2556) ได้แก่

1) แรงจูงใจทางร่างกาย (Physiological Motives) เป็นแรงจูงใจในระดับปฐมภูมิ (Primary Motives) ซึ่งพลังที่อยู่ในภาวะสมดุลที่มีปกติสุข ไม่ตาย เป็นปัจจัยที่ทำให้คนแสดงออกทางพฤติกรรมในรูปแบบของการรักษาสภาพชีวิตให้อยู่รอด เช่น แรงจูงใจในการบำบัดความหิว ความกระหาย ความต้องการขับถ่าย ความต้องการพักผ่อน และแรงจูงใจทางเพศ เป็นต้น

2) แรงจูงใจในทางสังคม (Social Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ เช่น ความต้องการทางฐานะ ความต้องการอยากสุขสำราญใจ อยากมีเพื่อน ความต้องการ

อยากมีหน้ามีตาในสังคม ซึ่งแรงจูงใจทางสังคมเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของจิตใจในการดำเนินชีวิตในสังคมที่มีผลมาจากความต้องการทางจิตใจของคนเรา

3) แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motives) เป็นแรงจูงใจส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นจากความต้องการส่วนตัว เช่น ความรู้สึกอยากมี อยากเป็นและอยากได้ตามความต้องการที่ตนเองตั้งไว้ เป็นต้น

2.2.6.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory) ประกอบไปด้วย 5 ทฤษฎี (ผดนิษฐา ธนะเพชร, 2556) คือ

1) ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแรงขับและเครื่องล่อ (The Need Drive Incentive Theory) โดยมีหลักการว่า ความต้องการที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคลที่แต่ละบุคคลได้ตั้งเป้าหมายไว้จะถูกขับเคลื่อนด้วยแรงขับเพื่อให้แสดงออกซึ่งพฤติกรรม เพื่อให้ประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตั้งไว้

2) ทฤษฎีส่ิงเร้า (Cue Stimulus Theory) กล่าวคือพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีการแสดงออกมานั้นเกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าที่เป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่แต่ละบุคคลแสดงออกมา

3) ทฤษฎีการเร้าอารมณ์ (Affective Arousal Theory) การเร้าอารมณ์เป็นการกระทำเพื่อก่อให้เกิดการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมความต้องการของแต่ละบุคคล

4) ทฤษฎีแห่งการเรียนรู้ (Cognitive Theory) กล่าวคือ พฤติกรรมของมนุษย์จะมีการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าและจะแสดงออกทางพฤติกรรมหากมีความประสงค์อยากรู้หรือมีความต้องการทราบในบางสิ่งบางอย่าง

5) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีหลักการโดยการแสดงการตอบสนองทางพฤติกรรมของมนุษย์โดยการตอบสนองดังกล่าวเกิดขึ้นจากการถูกเก็บไว้ในจิตไร้สำนึก

2.2.6.3 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslows General Theory of Human & Motivation)

มาสโลว์ได้อธิบายเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ว่า มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น ซึ่งเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) โดยแบ่งลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ได้ดังนี้

1) ความต้องการด้านร่างกาย หรือ สรีรวิทยา (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ปังจยี่สี่ และ ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2) ความต้องการด้านความปลอดภัยในชีวิต (Safety Needs) เป็นความต้องการที่อยู่ในลำดับขั้นที่สูงขึ้นมากกว่าความต้องการอยู่รอด โดยมนุษย์จะมีความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ ยกตัวอย่างเช่น ความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความมั่นคงในการทำงาน รวมไปถึงความต้องการความปลอดภัยจากภัยอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น

3) ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับความรักและการยอมรับจากสังคมในสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ (Love & Belongingness Needs) ซึ่งรวมไปถึงการให้ความรักและการได้รับความรักและได้รับการยอมรับในสังคม ซึ่งความต้องการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่มนุษย์ต้องการจากการอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ เป็นต้น

4) ความต้องการด้านการได้รับเกียรติยศและชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการส่วนตัวที่ต้องการได้รับการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ได้รับความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคมแวดล้อมที่ใช้ชีวิตอยู่ รวมไปถึงความพยายามที่จะได้รับความสัมพันธ์ในระดับสูงกับคนอื่น ๆ เช่น ความต้องการด้านความสำเร็จ ศักดิ์ศรี ความรู้ การเคารพนับถือ ความสามารถ สถานะทางสังคมที่ดี และการมีชื่อเสียงในสังคม เป็นต้น

5) ความต้องการด้านความสำเร็จของตนเอง ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จขั้นสูงสุดในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ ซึ่งหากใครที่บรรลุความต้องการในขั้นนี้ก็จะได้รับการยกย่องให้เป็นบุคคลพิเศษ ยกตัวอย่างเช่น ความต้องการที่จะเป็นดารา หรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์
แหล่งที่มา: นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ (2561).

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ผลสรุปออกมาเป็นตัวแปรที่จะใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ประกอบไปด้วย 12 ตัวแปรจากงานวิจัย 15 งานวิจัย ดังตารางที่ 2.4 และได้นำเอาทั้ง 12 ตัวแปรมาใช้ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ โดยแบ่งปัจจัยต่าง ๆ ออกเป็น 3 ช่วงพฤติกรรม ได้แก่ 1) พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และ 3) พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาเรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงสรุปตัวแปรเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้แต่ง (ปี)	ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยว	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง	สถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทาง	ความถี่ของการกลับมาเที่ยวซ้ำ	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
สิทธิกร โนรินทร์ (2552)	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	✓
วันคำ ประเสริฐศักดิ์ (2555)	-	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓
สกลภัส ปลุกจิตรสม (2559)	-	✓	-	-	✓	-	-	✓	✓	-	-	✓
เอกธนา พลเชียงขวาง (2558)	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	✓
ทวีลาภ รัตนราช (2553)	✓	✓	✓	-	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓
จันทิมา อภิวิสุทธิรักษ์ และ	✓	✓	-	-	✓	-	✓	✓	-	-	-	-
ปรียาพร ดิสมะมาน (2552)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
วนัชพร จันทรักษา (2552)	-	✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	-	-
เฉลิมรัชต์ เข็มราช (2557)	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	-	✓
สุไรดา กาซอ (2561)	-	-	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓
นิศาชล ยุวนะเดมีย์ (2555)	✓	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	✓
กฤษรักษ์ อยู่เจริญ (2559)	✓	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	-	✓
กาญจนา กาแก้ว (2558)	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓
วุฒิชัย ปุเต๊ะ (2560)	✓	-	✓	-	-	✓	-	✓	✓	✓	-	✓
ผณินทรา ธนะเพชร (2556)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-	✓	-
สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ	✓	✓	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	-
ปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	8	12	11	9	9	4	4	13	10	4	3	11

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายขององค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Pelasol (2012) ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง องค์ประกอบที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวนับเป็น อุตสาหกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น และสิ่งสำคัญคือเป็น อุตสาหกรรมที่ไร้ตัวตน โดยการท่องเที่ยวเกิดจากการรวมตัวของอุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างน้อย 5 องค์ประกอบ คือ 1) ที่พัก (Accommodation) 2) การคมนาคม (Accessibility) 3) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 5) กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว (Activity) (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) ในขณะที่ จินดาภา กลิ่นเมือง (2558) ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ที่ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นคือ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) การจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดการด้านที่พัก 4) การจัดการด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 5) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และปิยาภรณ์ ศิริพานุมาศ และคณะ (2550) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างประกอบกันเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดและสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา โดยองค์ประกอบดังกล่าวประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความประทับใจเมื่อได้มาท่องเที่ยว ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) เช่น ร้านอาหาร ที่พักอาศัย ร้านขายของที่ระลึก หรือร้านบริการต่าง ๆ 3) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ด้านการคมนาคม ด้านสาธารณูปโภค หรือด้านโทรคมนาคม 4) ด้านการต้อนรับ (Hospitality) เช่น คุณภาพด้านงานบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว

2.3.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Pelasol (2012) ได้กล่าวว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ คือ

- 1) ความดึงดูดใจ (Attraction)
- 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
- 4) ที่พัก (Accommodation)
- 5) กิจกรรม (Activity)

6) ด้านการจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary Services)

แต่ในขณะที่ บุชบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา (2552) ได้กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า ควรให้ความสำคัญกับ 2 ด้าน คือ

1) ด้านที่พักอาศัยในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ แต่หากแหล่งท่องเที่ยวใดที่ไม่มีความพร้อมด้านที่พักอาศัยก็จะส่งผลกระทบต่อการขายตัวทางการท่องเที่ยวโดยตรง กล่าวคือ ที่พักอาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเพื่อมาพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ที่พักอาศัยในแหล่งท่องเที่ยวจึงถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอีกปัจจัยหนึ่ง ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ได้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลต่าง เช่น เทศกาลอาหาร หรือ กิจกรรมประเพณีเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ รวมไปถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเช่น กิจกรรมการดำน้ำ การล่องเรือแคนู เป็นต้น

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นและเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ไร้ตัวตนจึงจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างน้อย 5 องค์ประกอบ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) ได้แก่

1) ที่พัก (Accommodation) คือ สถานที่พักแรมที่มีไว้สำหรับนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางได้เข้าพัก และมีการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้ที่เข้าพัก โดยในปัจจุบันที่พักได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีความรูปแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าใช้บริการให้ได้รับความประทับใจสูงสุด พร้อมทั้งมีระบบการบริหารงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การบริหารงานในระบบเครือข่ายทั้งในรูปแบบของชุมชนและเครือข่ายระหว่างประเทศ ทั้งนี้การพัฒนาารูปแบบของธุรกิจที่พักยังเป็นแรงผลักดันให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น ทั้งในเรื่องของมาตรฐานการบริการ หรือ การดูแลระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมภายในที่พักเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการและเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและเป็นการสร้างความยั่งยืนให้การท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

2) การคมนาคม (Accessibility) คือ องค์ประกอบที่มีความสำคัญเพราะมีหน้าที่ในการนำพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยการคมนาคมในปัจจุบันยังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้ในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น การเดินทางด้วยเรือ การเดินทางด้วยเครื่องบิน การเดินทางโดยสารรถไฟ และการเดินทางด้วยรถยนต์ เป็นต้น

3) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ทำหน้าที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว โดยสิ่งดึงดูดใจมีหลายประเภทเช่น สิ่งดึงดูดใจทางประเพณี วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ได้แก่ ลอยกระทง งานแห่เทียนพรรษา ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด เกาะ ภูเขา น้ำตก เป็นต้น โดยสิ่งดึงดูดใจนั้นรวมไปถึงสิ่งที่มีความโดดเด่นหรือแตกต่างจากทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น ทะเลแหวก ทะเลหมอก น้ำพุร้อน เป็นต้น

4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) คือ สิ่งที่มีไว้เพื่อเอื้อประโยชน์ให้นักท่องเที่ยวและเป็นการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา หรือศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

5) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) คือ ผลิภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แต่ละสถานที่คิดค้นขึ้นเพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ มากยิ่งขึ้นนอกเหนือไปจากการเดินทางไปเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีการทำกิจกรรมอย่างอื่นที่แหล่งท่องเที่ยวได้มีเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การนั่งช้าง การดูนก การดำน้ำ การตกปลา เป็นต้น และ Buhalis (2000) ได้อธิบายองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพิ่มว่าจำเป็นที่จะต้องมีการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ เป็นต้น ในขณะที่ ทศนีย์ นาคเสนีย์ และเกศรา สุกเพชร (2559) ที่ศึกษาด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในเส้นทางปั่นจักรยานในภูมิภาคตะวันตก ที่ใช้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกันทั้ง 6 ด้านที่กล่าวมา แต่ศึกษาเพิ่มเติมอีก 3 ด้านที่แตกต่างกัน คือ 1) ปัจจัย ด้านความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) มีความหลากหลายของชาติพันธุ์ ความคงอยู่ของธรรมชาติ โบราณสถาน วัด และพิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น 2) ปัจจัยด้านการยอมรับของสังคม ชุมชนในท้องถิ่น (Acceptance-Community) มีความยินยอมและให้การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว และ 3) การตระหนักรู้ (Awareness) เข้าใจถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ โดย ได้นิยามเกี่ยวกับองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวว่ามีด้วยกัน 8 องค์ประกอบ (8A's) คือ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 5) การบริหารจัดการงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) 6) ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) 7) การยอมรับในแหล่งท่องเที่ยว (Acceptance) และ 8) โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Android Application/IOS)

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงสรุปตัวแปรเกี่ยวกับทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้แต่ง (ปี)	ด้านความดึงดูดใจ	ด้านการเข้าถึง	ด้านสถานที่พัก	ด้านกิจกรรม	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านความจริงแท้	ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่	ด้านความปลอดภัย	ด้านสุนามย์
อรรถพร กีก้างพลู (2559)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-
มาศศุภา นิมบุญจาซ (2558)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2561)	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-
เข็มลักษณ์ คุปคิตพันธ์ และปริญญา บรรจง มณี (2563)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
ศศิวิมล เลิศวสุรัตน์ (2553)	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-
ธนพล ถาวรศิลป์ (2552)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-
กุลปาลี หนูนักดี (2563)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
จินดาภา กลิ่นเมือง (2558)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
ลิขิต กนกหิรัญญากร (2559)	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-	-
สุไรดา กาขอ (2561)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-
ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และเกศรา สุกเพชร (2559)	-	-	-	-	-	✓	✓	-	-
ภาวิณี สุขบรรเทิง (2564)	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวม	10	11	9	9	10	2	2	5	1

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมจำนวน 12 งานดังตารางที่ 2.5 จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่พบว่ามีการนำมาเป็นปัจจัยในการศึกษาถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 11 งาน ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจและปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 10 งาน ปัจจัยด้านกิจกรรม จำนวน 9 งาน ปัจจัยด้านความปลอดภัย จำนวน 5 งาน แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านด้านความจริงแท้จำนวน 2 งาน ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ จำนวน 2 งาน และด้านสุนามย์ จำนวน 1 งาน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว

3) ด้านสถานที่พัก 4) ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 6) ด้านความจริงแท้ 7) ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ 8) ด้านความปลอดภัย 9) ด้านสุนามย์ ที่จะใช้ในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลในทุกๆ มิติขององค์ประกอบด้านต่าง ๆ ที่จะใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการศึกษาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองกรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่อไป ดังนั้นสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

“H₁₋₉: องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง”

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

2.4.1 ความหมายของความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง หมายถึง คุณค่าและความคุ้มค่าที่ลูกค้าให้ความสำคัญ โดยไม่มีความอ่อนไหวเรื่องราคาเพราะมีความเชื่อมั่นในจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวหรือสินค้า โดยความจงรักภักดีนั้นไม่ใช่แค่เพียงความถี่ในการกลับมาท่องเที่ยวหรือซื้อสินค้าซ้ำแต่ยังรวมไปถึงประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้นความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง จึงมีความสำคัญต่อคุณค่าของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวและสินค้าเป็นอย่างมาก (Aaker, 1991; Huong & Manh, 2015; Oliver, 1999) ได้กล่าวไว้โดยสอดคล้องกับ Farquhar (1990) และ จารุวรรณ พิลลา (2563) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของการจัดการตลาดและการท่องเที่ยวมีผลมาจากการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์ การตระหนักรู้ และความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางเป็นองค์ประกอบสำคัญในด้านของการดึงดูดนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำหรือแนะนำกับคนใกล้ชิด (Chi & Qu, 2008; Chareonsuppanimit, Mohammad, Robinson Jr, & Gasem, 2012) ซึ่งตรงกันข้ามกับ Glanz, Rimer and Sharyn (2005) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความจงรักภักดีเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อนมากที่สุด เพราะจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้ง Assael (1998) ยังได้กล่าวไว้ว่า ความถี่ในการซื้อสินค้าไม่ได้เป็นตัวชี้วัดว่าลูกค้าจะมีความจงรักภักดีหากเขาเจอตราสินค้าที่เขามีความชื่นชอบมากกว่า โดย (Tellis, 1988, as cited in Oliver, 1999) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับความจงรักภักดีว่า หมายถึง การแสดงออกของลูกค้าที่มีต่อการซื้อสินค้าและบริการจากตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งซ้ำ ๆ ในขณะที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความจงรักภักดี คือ การผูกใจรักด้วยความเคารพนับถือหรือรู้คุณค่าอย่างยิ่ง ในขณะที่ อัครพงศ์ อันทอง และมิ่งสรรพ ขาวสอาด (2553) ได้อธิบายเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวว่าหมายถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยแสดงออกมาในลักษณะของการแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว

หรือการบอกต่อปากต่อปาก (Word-of-mouth) ซึ่งถือเป็นการโฆษณาที่มีต้นทุนที่ถูกลงและมีประสิทธิภาพมากที่สุด และการกลับมาใช้ซ้ำของนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้จึงนิยมใช้ความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านการทำการตลาดและการโฆษณาเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับแหล่งท่องเที่ยว

2.4.2 องค์ประกอบของความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

Zeithaml, Berry, and Parasuraman (1996) ได้สรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบของความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง โดยใช้เกณฑ์จากพฤติกรรมความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Customer Behavioral Intentions) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) พฤติกรรมการบอกต่อ (Word-of-Mouth Communication) คือ การพูดถึงสิ่งที่ดีเกี่ยวกับผู้ให้บริการและการบริการ แนะนำและกระตุ้นให้คนอื่นสนใจและต้องการมาใช้บริการ โดยสามารถนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ให้บริการได้

2) การตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) เป็นการเลือกการบริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนนิสัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนการบริการได้

3) ความอ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitivity) คือ การที่ผู้บริโภคไม่มีปัญหาในการที่ผู้ให้บริการขึ้นราคา และผู้บริโภคยอมจ่ายมากกว่าที่อื่นหากการบริการนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้

4) พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior) คือ การร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหาอาจจะร้องเรียนกับผู้ให้บริการ บอกต่อคนอื่น ส่งเรื่องไปยังหนังสือพิมพ์ ส่วนนี้เป็นการวัดถึง การตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภค

ในขณะที่ ดันติกร โคตรชาวี, จินณพัช ปทุมพร และราณี อธิชัยกุล (2564) อนันสวีทย์ แก้ว ณรงค์ (2561) และวิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง และคณะ (2560) ได้นิยามเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวไว้ว่า ประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) การกลับมาเที่ยวซ้ำ และ 2) การแนะนำผู้อื่น สอดคล้องกับ จารุวรรณ พิล่า (2563) ณัฐพล นวมะรัตน์ และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2565) และภัสร์นลิน เกียรติกมลศรี และศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563) นิยามความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวว่าประกอบไปด้วยการบอกต่อในเชิงบวก (Word of Mouth) ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ (Intention To Revisit) ทางเลือกแรกที่ต้องการไปท่องเที่ยว (First Choice Visit) และความมั่นใจ (Trust) ซึ่งแตกต่างกับ สมเพชร ศรีวะสุทธิ์ (2562) ที่ได้ให้นิยามไว้เกี่ยวกับความจงรักภักดีว่า ประกอบไปด้วย ความเชื่อถือในตราสินค้า ความเชื่อมั่นในความรู้สึก ความตั้งใจที่จะซื้อและการแสดงพฤติกรรม และความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางนั้นยังรวมถึง ความประทับใจชื่นชอบและการนึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางด้วยเช่นเดียวกัน นิรันดร์

ผู้แต่ง (ปี)	การบอกต่อในด้านบวก	ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	ทางเลือกแรกที่ต้องการไปเที่ยว	ความมั่นใจ	ความเต็มใจที่จะจ่าย	ความประทับใจขึ้นชอบ	การนึกถึง	ความเชื่อถือในตราสินค้า	ความเชื่อมั่นในความรู้สึก	ความตั้งใจที่จะซื้อ	การแสดงพฤติกรรม	ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น	ด้านการปกป้อง
วิวัฒน์ จันทร์กิตทอง และคณะ (2560)	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	✓
รวม	9	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง จำนวน 12 งานดังตารางที่ 2.6 จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นปัจจัยที่พบว่ามี การนำมาเป็นปัจจัยในการศึกษาจำนวน 9 งาน ปัจจัยด้านการบอกต่อในด้านบวก จำนวน 8 งาน ทางเลือกแรกที่ต้องการไปเที่ยว ความมั่นใจ ความเต็มใจที่จะจ่าย ความประทับใจขึ้นชอบ การนึกถึงความเชื่อถือในตราสินค้า ความเชื่อมั่นในความรู้สึก ความตั้งใจที่จะซื้อ การแสดงพฤติกรรม จำนวน 1 งาน แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นและการปกป้อง

ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางประกอบด้วยกัน 4 ด้าน คือ 1) ด้านการท่องเที่ยวนซ้ำ 2) ด้านการบอกต่อเชิงบวก 3) ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นและ 4) ด้านการปกป้อง โดยทั้ง 4 ปัจจัยนี้จะใช้ในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลในทุกๆ มิติของปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการศึกษาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่อไป

2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.5.1 ความหมาย ความสำคัญและพัฒนาการของจังหวัดนครศรีธรรมราช

นครศรีธรรมราชเป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และศาสนามากที่สุดเมืองหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นครศรีธรรมราชมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมาไม่น้อยกว่า 1800 ปีมาแล้ว หลักฐานทางโบราณคดีและหลักฐานทางเอกสารที่ปรากฏในขณะนี้ยืนยันได้ว่านครศรีธรรมราช มีกำเนิดมาแล้วตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 7 เป็นอย่างน้อย

จากประวัติศาสตร์อันยาวนานแห่งนครศรีธรรมราชสามารถประมวลได้ว่า “นครศรีธรรมราช” ได้ปรากฏชื่อในที่ต่าง ๆ หลายชื่อตามความรู้ความเข้าใจที่สืบทอดกันมาและสำเนียงภาษาของชนชาติต่าง ๆ ที่เคยเดินทางผ่านในระยะเวลาที่ต่างกันเช่น ตามพลงคม ตามพลงลึงค์ มัทธาปลงคม ตามพลงลึงเกศวร โอลิง โพลิง เขียะโห้ว โลแค็ก (Locae) สิริธรรมนคร ศรีธรรมราช ลิกอร์ (Ligor) ละคอน คิวตุดอน สุวรรณปุระ ปาฏลีบุตร (Pataliputra) และเมือง นครเป็นต้น

คำว่า “นครศรีธรรมราช” น่าจะมาจากสร้อยพระนามของปฐมกษัตริย์ ผู้ครองนครศรีธรรมราช คือ พระเจ้าศรีธรรมไตรราช คำนี้ แปลความได้ว่า “นครอันงานสง่าแห่ง พระราชาผู้ทรงธรรม” และธรรมของราชา แห่งนครนี้ก็คือ ธรรมแห่งพระพุทธศาสนา

ถ้าจะลำดับความเป็นมาของนครศรีธรรมราช จากหลักฐาน โบราณคดี และประวัติศาสตร์ที่สืบค้น ได้ในขณะนี้ พบว่ามีภูมิหลังอันยาวนานนับตั้งแต่ยุคหินกลาง ในราว 8,350-11,000 ปีที่ล่วงมา จากหลักฐานมีการพบเครื่องหิน ที่มีตัวขวานยาวใหญ่ (บางคนเรียกว่าระนาดหิน) ที่อำเภอท่าศาลา ในยุคโลหะได้พบหลักฐานทางโบราณคดี คือ กลองมโหระทึกสำริด 2 ใบ ที่บ้านเกตุกาย ตำบลท่าเรือ อำเภอเมือง และที่คลองคุดั่น อำเภอฉวาง

นอกจากนี้ในบริเวณพื้นที่อำเภอสิชลปัจจุบัน ยังมีร่องรอยโบราณสถาน และโบราณวัตถุเกี่ยวเนื่องในศาสนาพราหมณ์ ซึ่งมีอายุเก่าแก่ที่สุดในนครศรีธรรมราช เช่น พระพุทธรูปสำริด ศิลปแบบอมราวดีของอินเดีย และเศียรพระพุทธรูปศิลปแบบคุปตะอินเดีย เป็นต้น จากหลักฐานเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าใน ช่วงนั้นนครศรีธรรมราชได้รับ อิทธิพลวัฒนธรรมมาจากอินเดียอย่างมากมายทั้งในด้านศาสนา ความเชื่ออักษร ภาษา ประเพณี และการปกครอง จนกลายเป็นพื้นฐานวัฒนธรรม นครศรีธรรมราชมาถึงปัจจุบันนี้ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570)

2.5.2 ข้อมูลทางกายภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่ตั้ง ขนาด และอาณาเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ ห่างจากกรุงเทพมหานคร 780 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 9,942,502 ตร.กม หรือประมาณ 6,214,064 ไร่ มีพื้นที่มาก เป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ และเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ หรือประมาณ ร้อยละ 1.98 ของ พื้นที่ทั้งประเทศ ที่ตั้งของตัวจังหวัด ตั้งอยู่ประมาณละติจูด 9 องศาเหนือและลองติจูด 100 องศาตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีและอ่าวบ้านดอน
ทิศใต้	ติดต่อกับอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ท่องเที่ยว สินค้าจากการท่องเที่ยวผลผลิตเด่นทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น แหล่งท่องเที่ยววัดวาอาราม เครื่องเงิน ส้มโอทับทิมสยาม สินค้า OTOP และผลผลิตเกษตร ดังนั้น ประโยชน์รวมจะตกถึงประชาชนและผู้ผลิตสินค้าและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสาขาเศรษฐกิจของ จังหวัด ตลอดจนโรงแรม ที่พัก ผู้ประกอบการ ชุมชนและประชาชนโดยทั่วไป

นครอารยธรรมเป็นเป้าหมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยยกระดับมาตรฐาน กิจกรรมระดับจังหวัด เป็นนานาชาติ เช่น กิจกรรมมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ วิสาขบูชาฉลอง 2,600 ปี รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นับถือศาสนาพุทธเป็นเวลายาวนาน เช่น มาเลเซีย อินเดีย บรูไน ศรีลังกา และกิจกรรมกีฬาวิ่งมาราธอน ปั่นจักรยาน เป็นต้น โดยปรับกิจกรรมสร้างจุดเด่นในลักษณะ เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเรียนรู้กิจกรรมที่จัดขึ้น เช่น การบวช ณ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ร่วมแห่ผ้าพระภุมมพระธาตุนานาชาติอิมบญู เสริมบาริ เวียนเทียนรอบพระธาตุ

นอกจากนี้จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต พร้อมทั้งฝึกอบรมพัฒนา บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ซึ่งการอบรมมัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศนั้น ไม่เฉพาะภาษาอังกฤษเท่านั้น แต่มีทั้งภาษายาวี ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2560-2564)

แหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย จังหวัด นครศรีธรรมราช มีสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 2 ราย คือ วิสาหกิจชุมชนเพชรศิโรตม์โฮมสเตย์ ตำบลกะโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ ตำบลท่าศาลา อำเภوتاศาลา จังหวัด นครศรีธรรมราช (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2560-2564)

2.5.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายและตัวชี้วัดความสำเร็จของการ พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาพรวม

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช (พ.ศ. 2565-2570) เป็นภารกิจ ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อใช้เป็นกรอบ การพัฒนาการ ท่องเที่ยวของจังหวัดและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องครอบคลุมทุก มิติการพัฒนา ทั้งการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้ มาตรฐานส่งเสริมการตลาดเชิงรุก และพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาควบคู่กับการแก้ไขปัญหาของพื้นที่ไปพร้อมกัน

กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570 ได้ มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเริ่มต้นตั้งแต่การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รับฟังและระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาชน ผ่านการจัดประชุมเชิงปฏิบัติในพื้นที่ครอบคลุมทั้งจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้เกิดแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และพร้อมที่จะเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยว ให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในการส่งเสริมด้านการตลาด ยกกระตือรือร้นบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เข้าใจและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์โลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยมีคณะอำนวยการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนากการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

โดยสาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570 ประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนากการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก

และยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565) และยุทธศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อให้อาจสามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนากการท่องเที่ยวสู่วิสัยทัศน์เป้าหมายและสามารถใช้เป็นแผนในการพัฒนากการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างแท้จริง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช (2564)

2.6 นโยบายการพัฒนาเมืองรอง

2.6.1 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง

นโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรองเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และชุมชนด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่เมืองรองเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนเม็ดเงินและกระจายรายได้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการ

ท่องเที่ยวเมืองรอง โดยการประกาศ 55 เมืองรอง เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้เข้าสู่ 55 เมืองนี้ ด้วยการวางโครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวในการสร้างเมืองรองให้พร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวยังเมืองรองต่าง ๆ เช่น การสร้างระบบรางรถไฟที่พาดผ่านเมืองรอง การพัฒนางานโครงการคมนาคม และการพัฒนาสนามบินในภูมิภาคในจังหวัดที่เป็นเมืองรองต่าง ๆ พร้อมทั้งผลักดันมาตรการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปเที่ยวเมืองรองมากยิ่งขึ้น เช่น มาตรการภาษีและจัดอบรมสัมมนาใน 55 จังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รับมอบหมายเป็นผู้ดำเนินการวางแผนและได้ร่วมมือกับกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันผลักดันทำให้การท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชนสามารถมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมและมีการพัฒนาและดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ส่งผลให้ในครึ่งปีแรกของปี 2561 การท่องเที่ยวของ 55 จังหวัดเมืองรองมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและสามารถสร้างรายได้มากถึง 1.16 แสนล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 9 จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีการหลั่งไหลไปท่องเที่ยวเมืองรอง รวมกันกว่า 38 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 5 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 รัฐบาลจึงเร่งขยายผลนโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวสู่เมืองรองต่อเนื่องถึงปี 2562 เป็นต้นมา โดยคาดหวังให้เม็ดเงินจากการท่องเที่ยวกระจายถึงระดับชุมชน พร้อมทั้งยกระดับรายได้จากรากฐานในระดับชุมชนให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เป็นการผลักดันให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยมีการผลักดัน “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism)” ให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน (กรมประชาสัมพันธ์, 2561)

คำแถลงประกอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา อธิการรัฐมนตรี แถลงต่อสภาผู้แทนราษฎร รัฐบาลได้กำหนดให้ “การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว” เป็น 1 ใน 11 เรื่อง ภายใต้งบประมาณรายจ่ายบูรณาการ โดยในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว งบประมาณทั้งสิ้น 4,653.8 ล้านบาท เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและมีอัตราการขยายตัวของ การลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ควบคู่ไปกับการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่งเสริมให้มีการปรับรูปแบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การท่องเที่ยว สร้างความหลากหลายให้การท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการทางสุขภาพ พัฒนาภาคการท่องเที่ยวทั้งระบบโดยมุ่งเน้นที่เชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเชื่อมโยงต่อเนื่องไปยังภูมิภาคพัฒนาความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการด้านการ

ท่องเที่ยวในทุกระดับ ลดความเหลื่อมล้ำโดยกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2564)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 ภายใต้โครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด และโครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด พลัส โดยในปี 2561 ได้ขยายพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเป็น 55 จังหวัดทั่วประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ ภาพลักษณ์ กระตุ้นและกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองตามอัตลักษณ์พื้นที่ผ่านการจัดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท่องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” โดยเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด โดยมีกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

- 1) Enjoy Local ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองรองด้วยบัตร TAT Plus
- 2) SET in the local กระตุ้นตลาด MICE จัดประชุม สัมมนา และกิจกรรม CSR ในเมืองรอง
- 3) Local link เน้นความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายให้ได้รับสิทธิพิเศษ
- 4) Eat Local การส่งเสริมอาหารถิ่น
- 5) Our Local ส่งเสริมกิจกรรมในชุมชนบนพื้นฐานวัฒนธรรมและอัตลักษณ์
- 6) Local Heroes จัดกิจกรรม Mobile clinic เพื่อพัฒนาคน เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนจากองค์ความรู้ให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในอนาคต
- 7) Local Strength การบูรณาการภาครัฐและเอกชนสร้างความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทานและสินค้าพร้อมขาย และพัฒนา Creative Tourism

2.6.2 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.6.2.1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570 ประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก

และยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมี ความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565) และยุทธศาสตร์จังหวัดนครราชสีมาเพื่อให้สามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยว สู่วิสัยทัศน์เป้าหมายและสามารถใช้เป็นแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาได้ อย่างแท้จริง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา (2564)

2.6.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา

2.6.3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมา มีแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมหลายประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งน้ำตก ภูเขา และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสวยงาม เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทั้งวัดพระมหาธาตุ วรมหาวิหาร ซึ่งอยู่ในระหว่างการขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอลำทะเมนชัย ที่กลายเป็นการท่องเที่ยวกระแสหลักจังหวัดนครราชสีมา ทำให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นหนึ่งในเมืองท่องเที่ยวเมืองรองยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาที่รองรับการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบการคมนาคมของจังหวัดที่สะดวกสบายมากขึ้นและมีทางเลือกหลากหลายทางเลือกทั้งทางบก ได้แก่ รถไฟ รถยนต์และทางอากาศซึ่งมีบริการ 5 สายการบิน บริการรถเช่าให้บริการที่ได้มาตรฐาน และบริษัทนำเที่ยวที่พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจำนวน 45 แห่ง โดยมีสถานที่พัก โรงแรมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว จำนวน 394 แห่งมีห้องพัก 9,612 ห้อง (ข้อมูลปี พ.ศ. 2564) และสถานที่พักที่ไม่เป็นโรงแรม (โฮมสเตย์) 58 แห่ง มีห้องพัก 179 ห้อง ที่พักนักเดินทาง (Home Lodge) 41 แห่ง มีห้องพัก 120 ห้อง และจากข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง 2562 ซึ่งเป็นช่วงสถานการณ์ปกติก่อนการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้มาเยือนในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นผู้มาเยือนชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 98 โดยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2562 จำนวน 3,808,253 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 3,723,472 คน และผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 84,781 คน ซึ่งทำให้จังหวัดนครราชสีมามีรายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าทั้งสิ้น 15,996 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 15,630.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 98 และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 365.31 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2 และหากพิจารณาค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาสัดส่วนค่าใช้จ่ายรายหัวค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีสัดส่วนที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 20 และ ค่าที่พักคิดเป็นร้อยละ 19 ดังนั้นจะเห็นได้ว่ารายได้จากการ

ท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชอยู่ในค่าใช้จ่ายของสินค้า ของที่ระลึก อาหาร และที่พักเป็นส่วนใหญ่

2.6.3.2 ประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

การพัฒนาตามความคิดริเริ่มของจังหวัดนครศรีธรรมราชด้วยจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายในด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทหาดทรายชายทะเล ได้แก่ ทะเลขนอม ลิชล ท่าศาลา นิเวศป่าเขา ได้แก่ เทือกเขาหลวง ทะเลหมอกกรุงชิง วิถีชีวิตลุ่มน้ำ ได้แก่ ลุ่มน้ำปากพนัง ป่าชายเลน ป่าพรุควนเคร็ง ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร พิพิธภัณฑ์เมือง การแกะหนังตะลุง นอกจากนี้ ยังมีชาวมาเลเซียเข้ามาในจังหวัดเพื่อเข้าร่วมพิธีบวชที่วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร และพิธีแห่ผ้าขึ้นธาตุเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในแต่ละปี จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจำนวนมาก จังหวัดจึงให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก โดยได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างต่อเนื่อง

จากการประเมินศักยภาพทางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยนำเครื่องมือทางการบริหาร SWOT Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านบวกจากภายในคือจุดแข็ง (Strength) และปัจจัยด้านบวกที่เป็นโอกาสจากภายนอกที่ส่งเสริมให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Opportunity) รวมทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยในด้านลบทั้งที่เป็นจุดอ่อนภายใน (Weakness) และอุปสรรคจากภายนอกที่คุกคาม (Threat) ประเมินศักยภาพของจังหวัดในปัจจุบันและโอกาสการพัฒนาในอนาคตเพื่อกำหนดเป็นแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด ดังนี้

1) จุดแข็ง (Strength)

S₁ มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย และอุดมสมบูรณ์ ในแต่ละพื้นที่มีทรัพยากรท้องถิ่นที่แตกต่างกันทั้งป่าไม้ ป่าพรุ ภูเขา น้ำตก ชายหาด และทรัพยากรทางทะเลทำให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าดึงดูดใจ

S₂ มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เก่าแก่ซึ่งสืบทอดต่อกันมาอย่างมีเอกลักษณ์ ก่อเกิดสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทั้งโบราณสถาน โบราณคดี และความเชื่อหรือความศรัทธา ได้แก่ โบราณสถานเขาคาโมคลาน หอพระอิศวร หอพระนารายณ์ ฐานพระสยามจุดเริ่มต้นประเพณีแห่นางดาน วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารที่เป็นจุดเริ่มต้นพุทธศาสนาเถรวาทของภาคใต้และกำลังอยู่ในขั้นตอนพิจารณาขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ศาลหลักเมืองที่เป็นจุดเริ่มต้นจุดศุภามรณัม วัดเจดีย์ที่มีคลื่นมหาชนศรัทธาบารมีองค์ดาไซ่ พ่อท่านคล้ายวาจาสิทธิ์ และมัสยิดโบราณกลางเมือง รวมถึงเรื่องราวการทำเหมืองแร่ เส้นทางคอมมิวนิสต์ เหตุการณ์วาทภัยที่สำคัญ ได้แก่

บ้านคีรีวง แหลมตะลุมพุก อ่างเก็บน้ำคลองดินแดงและอ่างเก็บน้ำกะทูน (เมืองใต้บาดาล) ตลอดจนแหล่งศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติทุ่งตลุง การแสดงมโนราห์ หนังสติ่ง และเพลงบอก

S₃ มีวิถีชุมชนที่แสดงถึงภูมิปัญญาชาวบ้านที่เข้มแข็งสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ก่อเกิดกลุ่มอาชีพที่สร้างสร้างผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาที่มีชื่อเสียง ทำให้เกิดสร้างงาน อาชีพ และรายได้ให้แก่คนในชุมชน เช่น อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์เครื่องถม เครื่องเงิน ผ้ายกเมืองนคร เครื่องจักสานย่านลิเภา ผลิตภัณฑ์จากกระจูด ผ้ามัดย้อม ขนมลารูปแกะสลักหนังตะลุง เป็นต้น ตลอดจนวิถีชุมชนประมงชายฝั่ง เช่น การจับกุ้งด้วยมือเปล่า ปลาใส่อวน ต้มโคล้งโบราณ เป็นต้น และวิถีชุมชนบนเขา เช่น การทำน้ำผึ้งป่า การหลามข้าวด้วยกระบอกลอยไม่ไฟการทำสวนสมรม เป็นต้น

S₄ มีสมุนไพรที่หลากหลาย ทำให้มีสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาด้านสมุนไพรและนวดแผนไทยของชุมชน เช่น ภูมิปัญญาการนวดแผนไทยแบบลังกาสุกะและสมุนไพรวิถีคีรีวิชัย เป็นที่สนใจของกลุ่มที่รักสุขภาพ

S₅ มีอาหารพื้นถิ่นที่หลากหลายและแตกต่างกันตามวัตถุดิบแต่ละพื้นที่ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เป็นเสน่ห์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น ขนมหิน หมี่ผัด ส่วนผสมอาหารจากเครื่องแกงและกะปิ (เคย) เป็นต้น

2) จุดอ่อน (Weakness)

W₁ ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่รอง สื่อประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลที่มีอยู่ในระบบฐานข้อมูลไม่มีความทันสมัย

W₂ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ ถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สะดวก ไม่มีป้ายบอกทาง และป้ายแหล่งท่องเที่ยวขาดการบำรุงรักษาสถานที่ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนชราหรือผู้พิการ และไม่มีป้ายแนะนำการใช้งานหรือป้ายเตือนเพื่อความปลอดภัย

W₃ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริหารจัดการการท่องเที่ยวทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ การสื่อสารที่เหมาะสมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่มีระบบการจัดสรรบุคลากรให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่ และไม่มีมาตรฐานด้านการบริการ

W₄ แหล่งท่องเที่ยวรอง แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ขาดการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักอีกทั้งยังขาดการดูแลหรือจัดสร้างที่ไม่เหมาะสม ทำให้ขาดอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

W₅ การขาดการเชื่อมโยงของเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวระหว่างอำเภอต่าง ๆ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3) โอกาส (Opportunity)

O₁ รัฐบาลส่งเสริมการรวมกลุ่มหรือจดทะเบียนของกลุ่มอาชีพ/วิสาหกิจ และผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนระหว่างชุมชนด้วยกันและกับภาคีผู้ประกอบการ O₂ วิฤตจากสถานการณ์ต่าง ๆ ได้แก่ ภัยทางธรรมชาติ และโรคระบาด ก่อเกิดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการมาเยือนของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ภายใต้โครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น เราเที่ยวด้วยกัน กำลังใจ เป็นต้น

O₃ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวตามกระแสหรือแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ

O₄ การเติบโตของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น รวมทั้งการท่องเที่ยวตามความศรัทธาตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เกิดกระแสความนิยมสามารถสร้างการยอมรับ และสร้างรายได้ในชุมชน

O₅ ภาครัฐและเอกชนสนับสนุนการพัฒนาด้านบุคลากร ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ยกกระดับให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น และมีมาตรฐาน (เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ โฮมลอด์จ SHA เป็นต้น) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว

4) อุปสรรค (Threat)

T₁ ภัยพิบัติทางธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ทำให้พืชผลทางการเกษตรได้รับผลกระทบ เกิดการกัดเซาะและพังทลายของชายฝั่ง การลดลงและเสื่อมโทรมของพื้นที่ป่าไม้ อุทกภัย วาตภัย ดินถล่ม และการลดลงของทรัพยากรสัตว์น้ำ ทำให้ไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือน

T₂ วิฤติหรือสถานการณ์ด้านการเมือง และด้านโรคระบาด ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะกังวลความปลอดภัยและการจัดการด้านสาธารณสุขหรือสุขอนามัยที่ไม่เหมาะสม

T₃ การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เน้นบรรลุความสำเร็จตามตัวชี้วัดที่กำหนดโดยหน่วยงาน ไม่มีการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวหลักและพื้นที่ท่องเที่ยวรอง นโยบายเปลี่ยนไปตามผู้บริหารองค์กรทำให้ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ครอบคลุมทุกรูปแบบการท่องเที่ยวและไม่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.7.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ World Tourism Organization: UNWTO (1993) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมของบุคคลที่ออกเดินทางจากสถานที่และสิ่งแวดล้อมปกติที่อยู่อาศัยไปยังจุดหมายปลายทางโดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายในจุดหมายปลายทางที่ได้ไปเยือน ในขณะที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2533) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยมีความสอดคล้องกับความหมายที่ทางองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้กล่าวไว้ แต่การท่องเที่ยวไม่ได้มีความหมายเพียงแค่การเดินทางเพื่อพักผ่อน หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น ยังรวมถึง การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการประชุม เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อติดต่อการค้าและธุรกิจ ล้วนเป็นการท่องเที่ยวเช่นกัน โดยหลักการการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 3 เงื่อนไข คือ

- 1) การเดินทางออกจากที่พักอาศัยชั่วคราว
- 2) การเดินทางที่ออกเดินทางด้วยความเต็มใจ
- 3) การเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการทำงานหรือการประกอบอาชีพหารายได้

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ โดยความรูปร่างที่แตกต่างกันไปตามแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2553)

2.7.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

Swarbrooke and Horner (2007) ได้ระบุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติพี่น้อง (Visiting Friends and Relatives) 2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) 3) การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา (Religious Tourism) 4) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) 5) การท่องเที่ยวแบบสวัสดิการ (Social Tourism) 6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism) 7) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) 8) การท่องเที่ยวแบบชมทิวทัศน์ (Scenic Tourism) 9) การท่องเที่ยวแบบการแสวงหาความสำราญ (Hedonistic Tourism) 10) การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือทำกิจกรรม (Activity Tourism) 11) การท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

ในขณะที่ Douglas Fostes ได้เขียนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการท่องเที่ยวไว้ในหนังสือ “Travel and Tourism Management” ว่าการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 9 วัตถุประสงค์ ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) คือ การเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน และขจัดความเหนื่อยล้าจากการทำและพร้อมทั้งเป็นการหาประสบการณ์เพื่อเป็นแรงในการกลับมาทำงาน
- 2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประกอบพิธีทางศาสนา เช่นการเดินทางของชาวมุสลิมเพื่อไปแสวงบุญ ณ ประเทศซาอุดีอาระเบีย
- 3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้เพื่อพัฒนาต่อยอด เช่น การเดินทางไปยังประเทศที่พัฒนาแล้วเพื่อศึกษาดูงานเพื่อการวิจัย
- 4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมหรือเล่นกีฬาแต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้จากกีฬา
- 5) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) คือ การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ทางประวัติศาสตร์เพื่อหาประสบการณ์หรือศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของพื้นที่นั้น ๆ
- 6) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) คือ การท่องเที่ยวในเวลาว่างเพื่อทำให้สิ่งที่ตนเองชื่นชอบหรือถนัด
- 7) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend or Relative) คือ การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรที่อยู่ต่างถิ่นและระหว่างทางมีการแวะเพื่อท่องเที่ยวระหว่างทางหรือมีการอยู่ในจุดหมายปลายทางเพื่อท่องเที่ยวก่อน ระหว่าง หรือหลังจากเยี่ยมญาติ
- 8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) คือ การเดินทางเพื่อติดต่อทำธุรกิจและมีการแวะท่องเที่ยวระหว่างทางเพื่อท่องเที่ยวหรือมีการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปทำธุรกิจ
- 9) การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) คือ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาที่ทางบริษัทได้จัดขึ้นโดยมีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย

2.7.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยสากล (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2553) ประกอบไปด้วย 3 รูปแบบ คือ

- 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural-Based Tourism)

(1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เป็นธรรมชาติรวมถึงการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแหล่งธรรมชาติ โดยนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมีกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อมร่วมกันกับการจัดการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งเน้นในการสร้างจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน

(2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทะเล พร้อมทั้งมีการร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทะเล เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางทะเลเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางทะเล

(3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมความงดงามของภูมิทัศน์และทัศนียภาพของสภาพพื้นผิวโลกเพื่อเอาความรู้และเก็บเกี่ยวประสบการณ์แปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภท ถ้ำ หินผา ทราย หินงอกหินย้อย ถ้ำน้ำลอด อุโมงค์ เป็นต้น

(4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) คือ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรกรรม เช่น ฟาร์มดอกไม้ ฟาร์มปศุสัตว์ สวนพืชผัก หรือสวนผลไม้ เป็นต้น เพื่อเรียนรู้และเก็บเกี่ยวประสบการณ์ในการทำเกษตรในกระบวนการต่าง ๆ เป็นต้น

(5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์ในการชมปรากฏการณ์ทางธรรมชาติของวัตถุบนท้องฟ้า เช่น สุริยุปราคา จันทรุปราคา กลุ่มดาวต่าง ๆ หรือฝนดาวตก เป็นต้น

2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural-Based Tourism)

(1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมสถาปัตยกรรมโบราณหรือการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ทางประวัติศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์

(2) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) คือ การท่องเที่ยวในสถานที่หรืองานเทศกาลเพื่อสัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวทางด้านประเพณีและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวและร่วมสืบสานประเพณีที่มีเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

(3) การท่องเที่ยวเชิงชนบท (Rural Tourism หรือ Village Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสการใช้ชีวิตในชุมชนชนบทเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์วิถีชีวิตที่แตกต่างกันไปตามแต่ละภูมิภาค

3) รูปแบบการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

(1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อเป็นการรักษาสุขภาพโดยเฉพาะ ซึ่งในบางแหล่งท่องเที่ยวอาจมีการรวมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงามเข้าไว้ด้วยกัน (Health Beauty and Spa) โดยเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ก็จะมีแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเฉพาะของแต่ละพื้นที่

(2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือเรียนรู้ปรัชญาทางศาสนาเพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ชีวิตและทำให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งรวมไปถึงการฝึกสมาธิเพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกในการทำความดีต่าง ๆ

(3) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) คือ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและชุมชนของชนกลุ่มน้อยเพื่อศึกษาและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน

(4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาซึ่ง เป็นการออกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาที่ตนเองมีความสนใจโดยเฉพาะ

(5) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์แปลกใหม่และเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบความเสี่ยงเพื่อค้นหาความตื่นเต้นเพื่อสร้างสีสันให้กับชีวิต

(6) การท่องเที่ยวแบบโฮสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Homestay and Farm Stay) คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปสัมผัสและเรียนรู้ความเป็นอยู่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชนอย่างใกล้ชิดในบ้านพักของชาวบ้านและเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์โดยตรงจากเจ้าของพื้นที่ที่จะเป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง

(7) การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) คือ คือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางและใช้เวลาอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

(8) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) คือ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการได้รับรางวัลตอบแทนจากการทำงานขององค์กรได้ตามเป้าหมายและองค์กรได้สนับสนุนการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ออกเดินทางท่องเที่ยว

(9) การท่องเที่ยวเชิงประชุมสัมมนา (MICE: M=Meeting, I=Incentive, C=Convention, E=Exhibition) คือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อเข้าร่วมการ

ประชุมสัมมนาโดยเป็นการจัดรายการนำเที่ยวไว้สำหรับผู้เข้าร่วมได้เดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นก่อนหรือหลังการประชุมสัมมนาโดยมีการจัดการค่าใช้จ่ายแบบเหมารวม

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed-method Approach) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในเขตอำเภอเมืองจังหวัดหนองคายและอำเภอเมืองจังหวัดมุกดาหาร โดยพบผลการวิจัยเชิงปริมาณว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจโดยรวมและรายด้านปัจจัยผลักดันและด้านปัจจัยดึงดูดอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวม และรายด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการช่วยเหลือจากภาครัฐและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีโดยรวมและรายด้านเกี่ยวกับการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อคนอื่นอยู่ในระดับมาก

เจษฎา สุทธิอุดม (2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยบนพื้นที่เกาะช้างกิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม คือการดำน้ำ ชมปะการังน้ำตื้น การนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะช้าง การเดินเที่ยวชมน้ำตก ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกเพราะต้องการการบริการที่ดี และในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำให้คะแนนในส่วนประสมทางการตลาดเกือบทุกด้านต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรกยกเว้นด้านอัตราค่าบริการของกิจกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีค่าคะแนนความคิดเห็นสูงกว่าสำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยบนพื้นที่เกาะช้างพบว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือด้านประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านจิตวิทยาการบริการของกิจกรรมการท่องเที่ยว

จารุวรรณ พิลลา (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีศักยภาพสูง พบว่า 1) ปัจจัยกระตุ้นการรับรู้ ประกอบไปด้วย ตราสินค้าที่มีอยู่ในใจของผู้บริโภค การรู้จักตราสินค้า การระลึกถึงตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีศักยภาพสูงโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ประกอบด้วย วัฒนธรรม ประเพณี สิ่งแวดล้อมที่ดี ทักษะที่ดี โครงสร้างพื้นฐานที่ดี มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีศักยภาพสูงโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 3) การเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งต้องคำนึงถึงด้านทัศนคติที่ดี ด้านวัฒนธรรมประเพณี ด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ดี และด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี ตามลำดับ จากนั้นควรสร้างการตระหนักรู้โดยต้องคำนึงถึงด้านตราสินค้าที่มีอยู่ในใจของผู้บริโภค ด้านการระลึกถึงตราสินค้า ด้านการรู้จักตราสินค้าตามลำดับ

อรรคมพร กีก้างพลู (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านอรรถประโยชน์ ชุมชนชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าระดับความสำคัญขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมีระดับความสำคัญมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่าระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ความปลอดภัย (Safety and Security) และส่วนมากอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน ได้แก่ การให้บริการ (Service) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) ที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรม (Activities) ตามลำดับ และประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมพบว่ามีประสิทธิภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า อยู่ในระดับมาก 7 ด้าน ประกอบด้วย การให้บริการ (Service) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก (Accommodation) ความปลอดภัย (Safety and Security) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ตามลำดับ โดยผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและประสิทธิภาพของการดำเนินงานขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม ซึ่งสามารถสรุปโดยจำแนกข้อมูลออกเป็น 4 Quadrants จากเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA) Quadrants A (Concentrate Here) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และความปลอดภัย (Safety and Security) Quadrants B (Keep up Good Work) ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และการให้บริการ (Service) Quadrants C (Low Priority) ได้แก่ ที่พัก (Accommodation) และแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และ Quadrants D (Possible Overkill) ได้แก่ กิจกรรม (Activities)

บุญวัฒน์ ศรีขวัญ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่าอากาศยานเมืองรองในภูมิภาคอย่างยั่งยืน สำหรับพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพมีประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ชำนาญการพิเศษในท่าอากาศยานเมืองรองในภูมิภาคภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ ท่าอากาศยานตรัง ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช และท่าอากาศยานระนอง จำนวน 6 คน ผลการศึกษาศักยภาพการจัดการของท่าอากาศยานเมืองรองของประเทศไทย พบว่า ศักยภาพของท่าอากาศยานเมืองรอง จำเป็นที่จะต้องส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเพื่อให้ท่าอากาศยานมีทิศทางพัฒนาศักยภาพที่ชัดเจน ท่าอากาศยานเมืองรองจำเป็นต้องออกแบบแผนพัฒนาและนโยบายของท่าอากาศยานให้มีประสิทธิภาพและชัดเจน รวมไปถึงต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนารูปแบบมาตรการรักษาและเฝ้าระวังความปลอดภัยที่รัดกุม พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของพนักงานและบุคลากรของท่าอากาศยานให้มีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่อยู่เสมอ และท่าอากาศยานต้องมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือด้านการบินทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังต้องพัฒนาระบบขนส่งและการเข้าถึงท่าอากาศยานให้มีความสะดวก พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบการดำเนินงานในท่าอากาศยานให้สะดวกรวดเร็ว และบริหารจัดการด้านการเงินของท่าอากาศยานให้มีประสิทธิภาพให้สามารถยกระดับศักยภาพได้อย่างครอบคลุมและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น สำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาท่าอากาศยานเมืองรองอย่างยั่งยืนของประเทศไทย พบว่า ศักยภาพการจัดการในการพัฒนาท่าอากาศยานเมืองรองที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานเมืองรองของประเทศไทย ต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและกฎระเบียบ ในการควบคุมและระงับเหตุที่อาจเกิดขึ้นในท่าอากาศยาน พัฒนาศักยภาพและพนักงานให้มีความพร้อมในการบริการเสมอ ยกระดับระบบขนส่งสาธารณะให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเดินทาง พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอและตรงต่อความต้องการ มุ่งเน้นการลดระยะเวลาในการเข้าถึงท่าอากาศยาน และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้มีความรวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น และในส่วนของการศึกษาศักยภาพการบริการของท่าอากาศยานเมืองรองที่มีผลต่อการพัฒนาท่าอากาศยานเมืองรองอย่างยั่งยืนของประเทศไทย ท่าอากาศยานต้องยกระดับการดำเนินงานโดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และมุ่งเน้นการส่งมอบบริการที่ดีและรวดเร็ว ที่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการสูงสุด

กวิณิดา ลอยมา (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองของไทย กรณีศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยลงความเห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้าน

สินค้าและบริการและด้านสังคม วัฒนธรรมและประเพณี และจากผลวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสิงห์บุรี โดยการกำหนดแนวทางและกลยุทธ์การพัฒนา ดังนี้

- 1) แนวทางการเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบความปลอดภัย
- 2) แนวทางการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับคนในพื้นที่
- 3) แนวทางการเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถประจำทางให้ครอบคลุมการเดินทาง
- 4) แนวทางการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและควบคุมการเข้ามาของแรงงานต่างชาติในภาคบริการ และ
- 5) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดการเรียนรู้

ชลพลกฤต รัตนนราทร (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองรองที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองรอง ด้านวิธีการดำเนินการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ประเภทที่พักอาศัย ลักษณะการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเมืองรองในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ค่าที่พักต่อคืน แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต การแนะนำการท่องเที่ยว และการได้รับการตอบสนองต่อความคาดหวังมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

บทที่ 3

กรอบแนวคิดและระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Research Methodology) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบการวิจัยระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการบูรณาการที่ใช้ศาสตร์และศิลป์ในการวิจัยเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดในทุก ๆ มิติ การวิจัยแบบผสมผสานมีชื่อที่ใช้เรียกแตกต่างกันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น การวิจัยพหุวิธี (Multi-methods) การวิจัยพหุกลยุทธ์ (Multi-strategy) การวิจัยแบบผสมวิธีวิทยา (Mixed Methodology) และชื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research หรือ MMR) โดยรูปแบบระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานนี้เป็นการวิจัยที่ได้รับอิทธิพลมาจากปรัชญาปฏิบัตินิยมที่ใช้วิธีวิทยาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพร่วมกันในการดำเนินการวิจัย เพื่อหาคำตอบของการวิจัยที่มีความครอบคลุม ลุ่มลึกและชัดเจน ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่ศึกษา (วัลนิกา ฉลากบาง, 2560) การวิจัยแบบผสมผสานสามารถแบ่งการผสมผสานเป็น 2 ลักษณะ คือ การผสมผสานวิธีรวบรวมข้อมูลหลาย ๆ วิธีในการวิจัย (Mixed Methods) และการผสมผสานรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Models) ซึ่งอาจผสมผสานโดยให้น้ำหนักความสำคัญกับการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเท่าเทียมกันหรือผสมผสานในลักษณะวิธีหลักวิธีรอง กล่าวคือ การให้น้ำหนักความสำคัญกับการดำเนินการวิจัยแบบใดแบบหนึ่งมากกว่าอีกแบบหนึ่งทั้งในระยะเดียวกันหรือในระยะที่ต่างกันของการวิจัย โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการวิจัยประกอบไปด้วย 4 ประการ คือ ระดับการเชื่อมโยงของผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Integration) ระดับความสำคัญของผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Priority) เวลาในการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณและ เชิงคุณภาพ (Timing) และช่วงเวลาและวิธีการผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixing) การวิจัยแบบผสมผสานยึดปรัชญาปฏิบัตินิยม ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีความเชื่อพื้นฐานในการแสวงหาความจริงที่เน้นผลลัพธ์จากการปฏิบัติมุ่งการแก้ปัญหามากกว่าการยึดติดวิธีวิจัย ใช้วิธีเก็บข้อมูลหลากหลายวิธีและมุ่งที่การปฏิบัติในโลกแห่งความเป็นจริง (Creswell, 2015)

ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นวิธีนำ และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นวิธีเสริม สอดคล้องกับ McMillan and Schumache (2001) ได้กล่าวว่าการศึกษาวิจัยในลักษณะนี้เป็น Exploratory Design โดยผู้วิจัยได้วางแผนการวิจัยเชิงปริมาณเป็นขั้นตอนหลักให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างเครื่องมือวิจัย

และทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการ และเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จากกลุ่มบุคคลที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน สถานศึกษา และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ในทุกมิติ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ และสรุป ข้อมูลผลการวิจัยเพื่อให้ได้ผลในการศึกษา เพื่อนำไปสู่การเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่อไป

ดังนั้นหัวข้อบทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัยในบทนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง
- 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตามรายละเอียดดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ
 - 3.3.1 ประชากร
 - 3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง
 - 3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
 - 3.3.4 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
 - 3.3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 3.3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.4 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ
 - 3.4.1 ประชากร
 - 3.4.2 กลุ่มตัวอย่าง
 - 3.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
 - 3.4.4 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

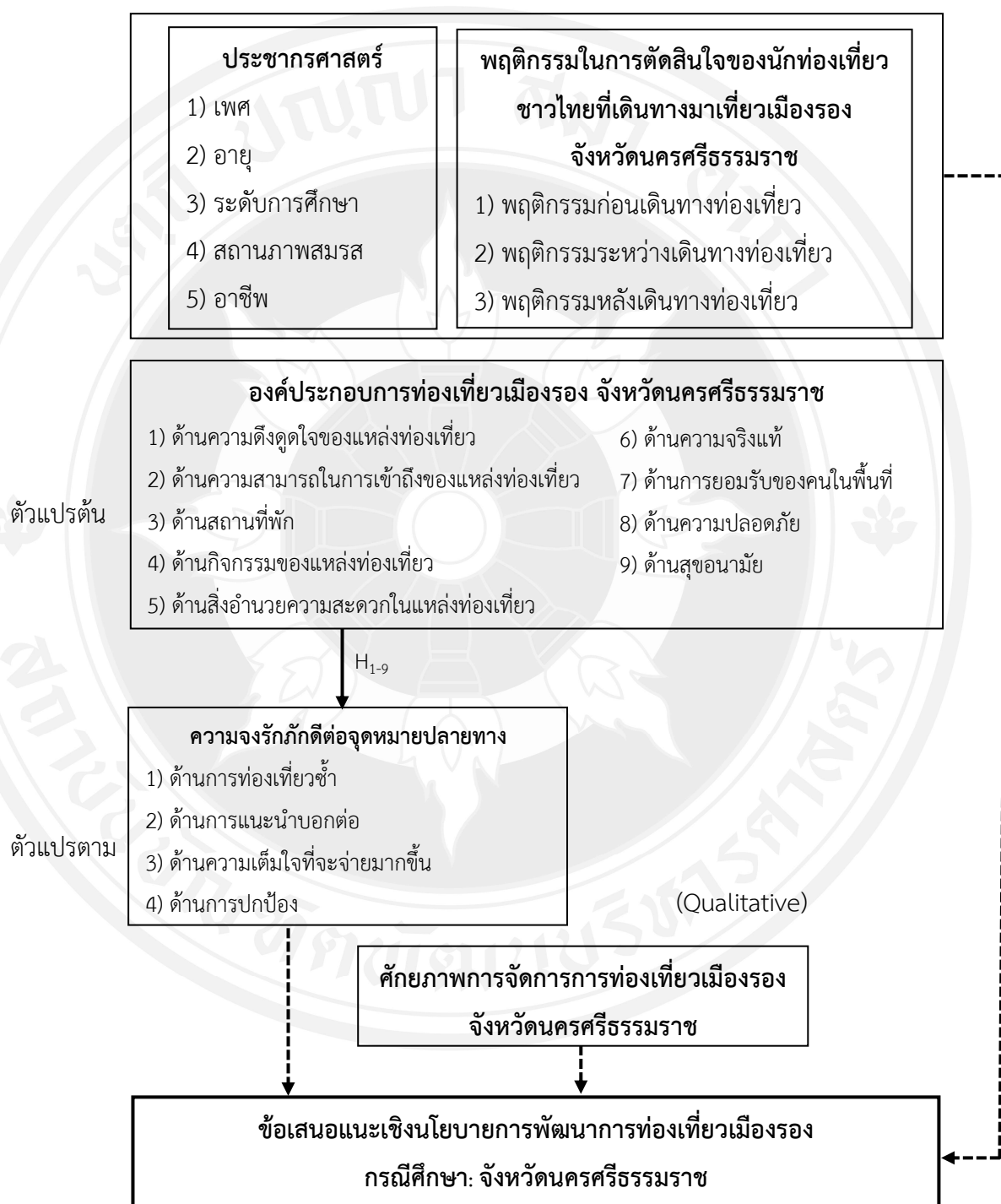
3.5 ระยะเวลาในการวิจัย

3.6 ข้อเสนอสรุป



3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Research Framework)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Research Framework)

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ตัวแปรต้น

3.2.1.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบไปด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่

- 1) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ด้านสถานที่พัก
- 4) ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว
- 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- 6) ด้านความจริงแท้
- 7) ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่
- 8) ด้านความปลอดภัย
- 9) ด้านสุขอนามัย

โดยตัวแปรดังกล่าวผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว พบว่าตัวแปรทั้ง 9 ตัวจะเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางได้

3.2.2 ตัวแปรตาม

3.2.2.1 ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ได้แก่

- 1) ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ
- 2) ด้านการแนะนำบอกต่อ
- 3) ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น
- 4) ด้านการปกป้อง

3.3 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

3.3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และมีการพักค้างคืนในปี พ.ศ. 2566 ผู้วิจัยเลือกคำนวณหาประชากรโดยใช้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ปี พ.ศ. 2562 จากจำนวน 2,503,837 คน เนื่องจาก ในปี พ.ศ. 2563 มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีอัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ -36.03 ลดลงเหลือ 1,601,797 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งถือเป็นช่องที่อยู่ในสถานการณ์ปกติของการจัดการท่องเที่ยว และการดำเนินชีวิตปกติทั่วไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนต่อไป

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และ ข้อที่ 3 ครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมและพักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราชในปี พ.ศ. 2566

การศึกษาครั้งนี้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cohen (1988) ดังการคำนวณตามสูตรดังต่อไปนี้สูตร

$$N = \left(\frac{\lambda}{f^2} \right)$$

เมื่อ $f^2 = \left(\frac{R^2}{1-R^2} \right)$

ดังนั้น $N = \left(\frac{1-R^2}{R^2} \right)$

โดย

N = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยสุ่ม

λ = ค่าที่ได้จากการเปิดตาราง λ โดยการกำหนดค่า Power ค่าระดับนัยสำคัญ (a)

และจำนวนตัวแปรในการทำนายที่มีการศึกษาในงานชิ้นนี้คือ การกำหนดค่า Power ที่ระดับ 0.95 มีค่าระดับนัยสำคัญ (a) ที่ 0.05 และจำนวนตัวแปรที่ใช้ในงานชิ้นนี้มี 9 ตัวแปร

f^2 แทน ค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size)

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการนำเอาแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการพักค้างคืนไม่น้อยกว่า 1 คืนและมีประสบการณ์การทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 30 ชุด มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามที่ผ่านตามเกณฑ์คำนวณมาหาค่า Partial^2 อยู่ที่ 0.074

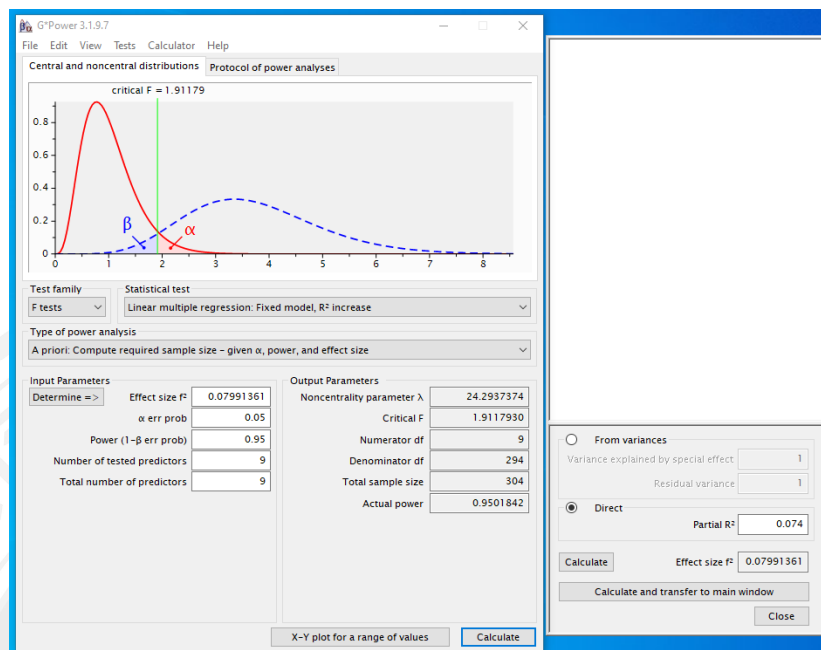
ตารางที่ 3.1 แสดงการคำนวณค่า Partial^2

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Correlations			
	Coefficients		Coefficients				Zero-order	Partial	Part	Partial R2
	B	Std. Error	Beta							
1 (Constant)	-.210	1.056			-.199	.844				
sumA	.496	.267	.363		1.855	.079	.304	.392	.245	
sumB	-.353	.241	-.310		-1.468	.159	.213	-.319	-.194	
sumC	-.071	.282	-.074		-.250	.806	.416	-.057	-.033	
sumD	.257	.304	.227		.845	.409	.473	.190	.112	
sumE	-.317	.246	-.330		-1.286	.214	.300	-.283	-.170	
sumF	.024	.449	.019		.053	.958	.479	.012	.007	
sumG	.247	.384	.245		.645	.527	.580	.146	.085	
sumH	.794	.303	.776		2.623	.017	.693	.516	.347	
sumI	-.063	.260	-.071		-.243	.811	.606	-.056	-.032	
a. Dependent Variable: sumY									0.074	

เมื่อแทนสูตรของ Cohen จะได้ดังนี้

$$\text{เมื่อ } N = \left(\frac{\lambda}{f^2} \right)$$

จากการกำหนดค่า Power ที่ 0.95 โดยกรอกข้อมูลค่า Partial^2 ที่ 0.074 ลงในโปรแกรมคำนวณ G Star Power ได้ค่า Effect Size อยู่ที่ 0.07991361 และนำมาคำนวณกลุ่มตัวอย่างประชากรจะได้เท่ากับ 304 ตัวอย่าง



ภาพที่ 3.2 แสดงการคำนวณค่า Partial²

จากนั้นผู้วิจัยกำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการพักค้างคืนไม่น้อยกว่า 1 คืนและมีประสบการณ์การทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2566

3.3.3 การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (อัศวิน แสงพิกุล, 2556) ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเหมาะสมเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยมีข้อคำถาม ดังนี้

- 1) เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการพักค้างคืนไม่น้อยกว่า 1 คืน ในปี พ.ศ. 2566
- 2) เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวและมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ปี พ.ศ. 2566

3.3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อสามารถเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามคุณลักษณะและมีคุณสมบัติตามที่ผู้วิจัยกำหนด และสามารถพูดคุย ชี้แจง และตอบข้อสงสัยกับผู้ตอบแบบสอบถามได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วน (อัศวิน แสงพิบูล, 2556) โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (Check List) คือ

- ข้อที่ 1 เพศ ใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 อายุ ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ข้อที่ 4 สถานภาพสมรส ใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 5 อาชีพ ใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ 1) พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว 3) พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบแบบสอบถาม (Check List) ใช้ลักษณะข้อคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และข้อคำถามแบบเลือกตอบหลายคำตอบ (Multi-response Question) โดยแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ. 2566 มีรายละเอียดดังนี้

พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว
- 3) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว
- 4) จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว
- 5) ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยว
- 6) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
- 7) เหตุผลที่เลือกมาเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 8) ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ

- 2) ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว
- 3) สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
- 4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- 5) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

และพฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) ความรู้สึกหลังเดินทางท่องเที่ยว
- 2) ความพึงพอใจหลังเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ทั้ง 9 ด้าน คือ

- 1) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)
- 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)
- 3) ด้านสถานที่พัก (Accommodations)
- 4) ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)
- 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)
- 6) ด้านความจริงแท้ (Authenticities)
- 7) ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)
- 8) ด้านความปลอดภัย (Safety)
- 9) ด้านสุขอนามัย (Sanitation)

ตอนที่ 4 แบบสอบถาม (Check List) เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ได้แก่

1) ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ 2) ด้านการแนะนำบอกต่อ 3) ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น 4) ด้านการปกป้อง

ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปิด (Close-ended Question) โดยมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าการประเมิน 5 ระดับ ตาม ตามแนวทางของของลิเคิร์ท (Likert Scale) (มาศศุภา นิ่มบุญจาซ, 2558) ซึ่งเป็นการกำหนดค่าการประเมินจากมากที่สุด ถึง น้อยที่สุด มีความหมายดังนี้

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์ระดับมาตรฐานวัดค่าและการแปลความหมาย

ระดับคะแนน	ความหมาย
5	ระดับมากที่สุด
4	ระดับมาก
3	ระดับปานกลาง
2	ระดับน้อย
1	ระดับน้อยที่สุด

แหล่งที่มา: มาศศุภา นิมบุญจาซ (2558).

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรองที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง และระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อแปลความหมายของคะแนน ซึ่งใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ โดยผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์การแปลความหมายโดยสูตรคำนวณค่าพิสัยตามช่วงชั้น ดังต่อไปนี้ (สุวิมล ติรกานนท์, 2548)

$$\frac{\text{จำนวนคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ตารางที่ 3.3 ช่วงของค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ เพื่อนำมาแบ่งเป็นเกณฑ์

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	อยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	อยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	อยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

แหล่งที่มา: สุวิมล ติรกานนท์ (2548).

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเป็นรูปแบบคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) ให้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในแต่ละด้านเพิ่มเติม

3.3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยจำเป็นต้องทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ มีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาเชิงทฤษฎีกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา พร้อมทั้งสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้และได้ผลการวิจัยเป็นที่ยอมรับ (อัศวิน แสงพิกุล, 2556) โดยผู้วิจัยเลือกทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ 2 วิธี คือ 1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และ 2) การทดสอบความเชื่อถือ (Reliability) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ได้ทำการตรวจสอบความครอบคลุมและความชัดเจนของเนื้อหาที่ต้องการวัดกับข้อคำถามโดยการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายในการวัด Item Objective Congruence : IOC ซึ่งสามารถตรวจสอบเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ตามสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{n}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิ

n แทน จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

มีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาการประเมิน ดังนี้

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการวัด

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการวัด

1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการวัด

แบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบและวัดความสอดคล้องหรือความเหมาะสมของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย และข้อเสนอแนะเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่

(1) อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

(2) อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

(3) อาจารย์ประจำคณะกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

ซึ่งแบบสอบถามทั้งฉบับมีได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.67-1.00

2) การทดสอบความเชื่อถือ (Reliability)

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด เพื่อใช้ทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (อศวิน แสงพิกุล, 2556) จากสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

เมื่อ α	แทน ค่าความเชื่อมั่น
k	แทน จำนวนข้อในแบบสอบถาม
$\sum Si^2$	แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
St^2	แทน ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถาม

แสดงผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ที่ได้มีค่าเกิน 0.70 ซึ่งถือว่ายอมรับได้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป (อศวิน แสงพิกุล, 2556) ซึ่งแบบสอบถามทั้งฉบับมีได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.969

3.3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อสามารถที่จะชี้แจงตอบข้อสงสัยกับกลุ่มตัวอย่างได้ ณ ทำอากาศยานจังหวัดนครศรีธรรมราช อาคารผู้โดยสารขาออก ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ 400 คน จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และพักค้างคืน เมื่อผู้วิจัย

รวบรวมนแบบสอบถามได้ครบทั้งหมดแล้ว จากนั้นทำการตรวจสอบแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ และถูกต้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

1) วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้เชิงปริมาณ

ผู้วิจัยเลือกการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และทำการสรุปผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

ข้อมูลพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ข้อมูลระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

(2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) :

วิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

3.3.7 การทดสอบสมมุติฐาน

H_1 : องค์ประกอบด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_2 : องค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_3 : องค์ประกอบด้านสถานที่พักมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_4 : องค์ประกอบด้านกิจกรรมมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_5 : องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_6 : องค์ประกอบด้านความจริงแท้มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_7 : องค์ประกอบด้านการยอมรับของคนในพื้นที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_8 : องค์ประกอบด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_9 : องค์ประกอบด้านสุขอนามัยมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

3.4 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1.3.3 เพื่อประเมินระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.4.1 ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.3.3 ครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 ประเภทได้แก่

- 1) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) ตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) ตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.4.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

เป็นการใช้วิจารณ์ญาณของผู้วิจัยในการพิจารณากลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เหมาะสมกับใช้ในการศึกษา (พัชนี เขยจรรยา, 2558) โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ของผู้เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างน้อย 2 ปี โดย Patton (2002) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพว่า ไม่มีการกำหนดกฎตายตัวในการกำหนดขนาดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ พร้อมทั้ง Glaser and Strauss (2017) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพให้หยุดการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเมื่อข้อมูลซ้ำหรืออิ่มตัว ซึ่งโดยทั่วไปแล้วข้อมูลจะถึงจุดอิ่มตัวเมื่อกลุ่มผู้ให้ข้อมูลไม่น้อยกว่า 12 คน และไม่ควรเกิน 20 คน (Lincoln & Guba, 1985) อีกทั้งการศึกษาเชิงคุณภาพนั้นควรคำนึงถึงปัจจัยเพิ่มเติม เช่น งบประมาณ องค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะมีผลต่อการทำวิจัย การเก็บข้อมูลที่มีความเหมาะสมกับขอบเขตเวลา เป็นต้น (วรรณดี สุทธิสารกร, 2556)

ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยเลือกตัวแทนจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามเกณฑ์ของผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงหน่วยงานละ 1 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 คนเพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 3.4 ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ

ประเภท	หน่วยงาน
หน่วยงานภาครัฐ	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดนครศรีธรรมราช 2. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช 5. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 6. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
หน่วยงานเอกชน	1. หอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช 2. สมาคมท่องเที่ยวขอนแก่น อำเภอขอนแก่น จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. สมาคมศิลปินพื้นบ้าน จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพ จังหวัดนครศรีธรรมราช 5. ทำอาภาศยานนครศรีธรรมราช 6. บริษัท ขนส่ง จำกัด
ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโฮมสเตย์ อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านสวนพอเพียง อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีเครื่องจักสานลือเลาะ บ้านนาเคียน อ.เมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4. สมาคมท่องเที่ยวชุมชน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา	1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมและพักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราชในปี พ.ศ. 2566

ประเภท	หน่วยงาน
เที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	

3.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและตัวแทนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สามารถให้ข้อมูลด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คำถามที่จะใช้เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

- 1) ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด

นครศรีธรรมราช

3.4.4 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพในครั้งนี้ มีขั้นตอนการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ และเอกสารเผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความครอบคลุม ลุ่มลึกและชัดเจน ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่ศึกษามากยิ่งขึ้น

เมื่อผู้วิจัยได้ออกแบบข้อคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงและแท้จริงนำมาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ แปลผลข้อมูล โดยผู้วิจัยมีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีสามเส้า เป็นการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายๆ แหล่งในเรื่องเดียวกัน โดนส่วนใหญ่จะตรวจสอบข้อมูลจาก 3 แหล่ง คือ เวลา สถานที่ และบุคคล (อศวิน แสงพิกุล, 2556) โดยการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นวิธีนำ และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นวิธีรองหรือวิธีเสริม สอดคล้องกับ McMillan (2004)

ขั้นตอนมาผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสัมภาษณ์ต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ทั้งการใช้ภาษา และความครอบคลุมของข้อคำถามที่สร้างขึ้น เมื่อได้ข้อคำถามที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์แล้วนำข้อคำถามที่ได้ไปใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับผู้ให้ข้อมูลตามที่กำหนดไว้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษาต่อไป

3.4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ (อัศวิน แสงพิกุล, 2556)

- 1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ขอเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หน่วยงาน โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิธีการดำเนินงาน
- 2) ขอความอนุเคราะห์หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อขอเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลของแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ทำการเก็บข้อมูลจากตัวแทนหน่วยงานต่าง ๆ โดยใช้การบันทึกข้อมูลที่จะสอบถามเกี่ยวกับระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 2 ข้อคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน และสมบูรณ์จึงหยุดการสัมภาษณ์
- 3) ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูล โดยการทบทวนผลการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งว่าข้อมูลที่ได้ตรงตามที่สัมภาษณ์หรือไม่ และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงและแท้จริงนำมาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ แปลผลข้อมูล โดยผู้วิจัยมีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีสามเส้า เป็นการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งในเรื่องเดียวกัน โดนส่วนใหญ่จะตรวจสอบข้อมูลจาก 3 แหล่ง คือ เวลา สถานที่ และบุคคล (อัศวิน แสงพิกุล, 2556)

3.4.6 การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) โดยการเน้นความความหมายและตีความข้อมูลอย่างลึกซึ้ง พร้อมทั้งทำความเข้าใจข้อมูลเชิงปรากฏการณ์วิทยาที่ได้จากการสัมภาษณ์ บนพื้นฐานความเชื่อว่าบุคคลมีความสำคัญต่อการศึกษา (อัญญา ปลดเปลื้อง, 2556)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวที่สามารถให้ข้อมูลด้านศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหาดังนี้

- 1) จัดบันทึกและทำดัชนีข้อมูล (Note Talking and Data Reduction)
- 2) ค้นหาความหมายของข้อความต่าง ๆ ในข้อมูล เพื่อเลือกเอาความหมายของข้อมูลที่ตรงกับประเด็นที่จะทำการวิเคราะห์ (Find the meaning of the text to choose which data is that matches the point of analysis)

3) ทำข้อสรุปชั่วคราวและลดทอนข้อมูล (Summarizing and Reduction)

4) สร้างข้อสรุปและพิสูจน์ข้อสรุป (Drawing and Verifying Conclusion)

5) ออกแบบร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองและ

นำไปสอบถามความคิดเห็นกับตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงพัฒนา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และสรุปไปใช้ในการทำสรุปผลการศึกษาต่อไป

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำสรุประเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังรายละเอียดตามตารางที่ 3.6 ดังนี้



ตารางที่ 3.5 ตารางรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	ระเบียบวิธีวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา	เชิงปริมาณ	นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และพักค้างคืน	304 คน	วิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	แบบสอบถาม	ความถี่และร้อยละ
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	เชิงปริมาณ	นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และพักค้างคืน	304 คน	วิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	แบบสอบถาม	สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)
3. เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา	เชิงคุณภาพ	หน่วยงานภาครัฐ	6 คน	แบบเจาะจง (Purposive Sampling)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis)
หน่วยงานภาคเอกชน				6 คน		

วัตถุประสงค์	ระเบียบวิธีวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	การวิเคราะห์ข้อมูล
4. เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา	เชิงปริมาณ	ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง	4 คน	แบบเจาะจง (Purposive Sampling)	แบบสอบถาม	ความถี่และร้อยละ
		นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา	4 คน			
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา	304 คน			
	เชิงคุณภาพ	หน่วยงานภาครัฐ	6 คน		การสัมภาษณ์เชิงลึก	การวิเคราะห์แบบถดถอย (Multiple Regression)
		หน่วยงานภาคเอกชน	6 คน			
		ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง	4 คน			
		นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา	4 คน			(Thematic Analysis)
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา	4 คน			

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Research Methodology) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบการวิจัยระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมและพักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 304 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน่วยงานละ 1 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

4.1.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.3 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1.5 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

4.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

4.2.1 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2.2 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์	ข้อมูลเชิงปริมาณ	ข้อมูลเชิงคุณภาพ
ข้อที่ 1	พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	-
ข้อที่ 2	องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	-
ข้อที่ 3	-	ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

4.1.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจเชิงพหุคูณ
Adjusted R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจปรับแก้
α	แทน	ค่าคงที่สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (Constant)
B ₀	แทน	ระยะตัดแกน Y หรือค่าของ Y เมื่อ X มีค่าเป็นศูนย์
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
S.E.	แทน	ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
Beta	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญ (Significance)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	112	36.84
หญิง	192	63.16
รวม	304	100.00
2. อายุ		
Gen Z เกิด พ.ศ. 2538 - 2552	129	42.43

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
Gen Y เกิด พ.ศ. 2520 - 2537	138	45.40
Gen X เกิด พ.ศ. 2508 - 2519	25	8.22
Baby boomer เกิดก่อน พ.ศ. 2507	12	3.95
รวม	304	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	14.14
ปริญญาตรี	178	58.56
สูงกว่าปริญญาตรี	83	27.30
รวม	304	100.00
4. สถานภาพสมรส		
โสด	217	71.38
สมรส	80	26.32
หย่าร้าง/หม้าย	7	2.30
รวม	304	100.00
5. อาชีพ		
ว่างงาน	15	4.93
พนักงานเอกชน	99	32.57
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	58	19.08
นักเรียน/นักศึกษา	28	9.21
ธุรกิจส่วนตัว	68	22.37
รับจ้างทั่วไป	32	10.53
เกษียณอายุ	4	1.31
รวม	304	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	21	6.91
ต่ำกว่า 10,000 บาท	56	18.42
10,001 - 20,000 บาท	87	28.62
20,001 - 30,000 บาท	52	17.10
30,001 - 40,000 บาท	41	13.49

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
40,001 - 50,000 บาท	20	6.58
50,000 บาทขึ้นไป	27	8.88
รวม	304	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 304 คน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 63.16 รองลงมา เพศชาย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 36.84

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ Gen Y เกิด พ.ศ. 2520-2537 จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 45.40 รองลงมา Gen Z เกิด พ.ศ. 2538-2552 จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 42.43 Gen X เกิด พ.ศ. 2508-2519 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 และ Baby boomer เกิดก่อน พ.ศ. 2507 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 58.56 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.14 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โสด จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 71.38 รองลงมา สมรส จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 และหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 32.57 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.37 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 รับจ้างทั่วไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 ว่างาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.93 และเกษียณอายุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.31 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 28.62 รองลงมา รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.42 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.49 รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 27

คน คิดเป็นร้อยละ 8.88 ไม่มีรายได้ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.91 และรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.58 ตามลำดับ

4.1.3 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
เที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	จำนวน	ร้อยละ
พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช		
1. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช		
1 - 2 ครั้ง/ปี	176	57.89
3 - 4 ครั้ง/ปี	37	12.17
มากกว่า 4 ครั้ง/ปี	75	24.67
อื่น ๆ	16	5.27
2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ	254	35.23
ประชุม/สัมมนา	33	4.58
เยี่ยมญาติ/พี่น้อง/เพื่อน	134	18.59
ลดหย่อนภาษี	1	0.14
ติดต่อธุรกิจ/ราชการ	25	3.47
ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา/ความเชื่อ เช่น แก้มบ สักการะสิ่ง ศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น	63	8.74
หาความรู้	27	3.74
หาประสบการณ์ใหม่ ๆ	83	11.51
ตามรอยละคร	4	0.55
ตามรีวิว	41	5.69
ได้รับรางวัลในการเดินทาง	5	0.69

พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเมืองทางผ่าน	51	7.07
3. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช		
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	68	22.37
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	121	39.80
วันหยุดพักผ่อนประจำปี/พักร้อน	87	28.62
วันหยุดนักขัตฤกษ์	19	6.25
อื่น ๆ	9	2.96
4. จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้		
1 - 2 วัน	114	37.50
3 - 4 วัน	135	44.41
5 - 6 วัน	35	11.51
7 วันขึ้นไป	20	6.58
5. จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (รวมครั้งนี้)		
1 - 2 ครั้ง	111	36.51
3 - 4 ครั้ง	52	17.11
5 - 6 ครั้ง	47	15.46
7 - 8 ครั้ง	17	5.59
9 - 10 ครั้ง	34	11.18
มากกว่า 10 ครั้ง	43	14.15
6. ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)		
6.1 เว็บไซต์ทางการ (Official Website)		
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	86	14.29
เว็บไซต์สมาคมท่องเที่ยวจังหวัด	54	8.97
เว็บไซต์หน่วยงานการท่องเที่ยว	83	13.79
Wongnai	85	14.12
TripAdvisor	38	6.31
Google Maps	190	31.56

พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	จำนวน	ร้อยละ
Agoda	59	9.80
Airbnb	7	1.16
6.2 สื่อสังคมออนไลน์		
Facebook	261	37.99
Instagram	117	17.03
LINE	39	5.68
TikTok	130	18.92
Blog เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	140	20.38
6.3 สื่อออฟไลน์		
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	20	3.24
บริษัทนำเที่ยว	41	6.66
โทรทัศน์	71	11.53
คำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว	225	36.53
คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ	43	6.98
ป้ายโฆษณา	42	6.82
ละคร/ภาพยนตร์	31	5.03
นิทรรศการการท่องเที่ยว	54	8.77
งานมหกรรมท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย เป็นต้น	89	14.44
7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)		
เพื่อน	207	35.38
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	204	34.87
แฟน/คู่รัก	88	15.04
บริษัทนำเที่ยว	14	2.39
Blogger/Influencer/YouTuber	72	12.32

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 304 คน ประกอบด้วย พฤติกรรมก่อนเดินทาง ระหว่างเดินทาง และหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1.3.1 พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง/ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 57.89 รองลงมา มากกว่า 4 ครั้ง/ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.67 เดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช 3-4 ครั้ง/ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.17 และอื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.27 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 85.52 รองลงมาเยี่ยมญาติ/พี่น้อง/เพื่อน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 45.12 หาประสบการณ์ใหม่ ๆ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.95 ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา/ความเชื่อ เช่น แก่น สักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.21 เป็นเมืองทางผ่าน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.17 ตามริ้ว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ประชุม/สัมมนา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 หาความรู้ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ติดต่อธุรกิจ/ราชการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.42 ได้รับรางวัลในการเดินทาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.68 ตามรอยละคร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.35 และลดหย่อนภาษี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.34 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาวันหยุดพักผ่อนประจำปี/พักร้อน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 28.62 วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.37 วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และวันอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.96 ตามลำดับ

จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3-4 วัน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 44.41 รองลงมา 1-2 วัน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง 5-6 วัน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.51 และ 7 วันขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.58 ตามลำดับ

จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (รวมครั้งนี้) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 36.51 รองลงมา 3-4 ครั้ง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง 5-6 ครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.46 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง มากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.15 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง

9-10 ครั้ง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.18 และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง 7-8 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.59 ตามลำดับ

ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เว็บไซต์ทางการ (Official Website) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก Google Maps จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 31.56 รองลงมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 Wongnai จำนวน 85 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.12 เว็บไซต์หน่วยงานการท่องเที่ยว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 13.79 Agoda จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 เว็บไซต์สมาคมท่องเที่ยวจังหวัด จำนวน 54 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.97 TripAdvisor จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 6.31 และ Airbnb จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.16 ตามลำดับ

ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช จาก Facebook จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 37.99 รองลงมา Blog เกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 20.38 TikTok จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 18.92 Instagram จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 17.03 และ LINE จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 5.68 ตามลำดับ

ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อออฟไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช จากคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 36.53 รองลงมางานมหกรรมท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทยเป็นต้น จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 14.44 โทรศัพท์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 11.53 นิทรรศการการท่องเที่ยว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 8.77 คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 6.98 ป้ายโฆษณา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 6.82 บริษัทนำเที่ยวจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66 ละคร/ภาพยนตร์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 5.03 และหนังสือพิมพ์/นิตยสาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 3.24 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อน จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 35.38 รองลงมา ครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 34.87 แฟน/คู่รัก จำนวน 88 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.04 Blogger/Influencer/Youtuber จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 12.32 และบริษัทนำเที่ยวจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.39 ตามลำดับ

เหตุผลที่ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากคำชักชวนของครอบครัว/เพื่อนจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 19.65 รองลงมา ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 12.36 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 กิจกรรมประจำปีของจังหวัด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 10.19 รีวิวในสื่อออนไลน์ จำนวน 98 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.19 ราคาไม่แพง/คุ้มค่า จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 9.67 การบอกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวจากคนรู้จัก จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 9.67 งานท่องเที่ยว เช่น ไทยเที่ยวไทย จำนวน 67คน คิดเป็นร้อยละ 6.96 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 5.61 และโฆษณาประชาสัมพันธ์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 4.99 ตามลำดับ

ช่องทางการซื้อ/จองเพื่อมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อโดยตรงกับชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 54.17 รองลงมา ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 และซื้อผ่านบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนขาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.54 ตามลำดับ

4.1.3.2 พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

สถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เป็นต้น จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 38.16 รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่าง ๆ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 24.64 สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ชุมชนบ้านแหลมโฮมสเตย์ เป็นต้น จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 17.81 สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวินาศศาสตร์ เป็นต้น จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 10.96 สถานที่บันเทิง เช่น ศูนย์การค้า สวนสาธารณะ ผับ บาร์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.11 และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และความเชื่อ เช่น วัด มัสยิด โบสถ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 13.78 รองลงมา เที่ยวน้ำตก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 11.06 ขอพรวัดเจตีย์ไฉ่ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 9.28 สักการะวัดพระธาตุ/ศาลหลักเมือง/สถานที่สำคัญอื่น ๆ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 7.72 ตลาดย้อนยุค จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 7.28 ชมวิถีชีวิตชุมชน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 6.07 ชมกำแพงเมืองเก่า จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 5.92 ล่องเรือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 5.85 แห่ผ้าขึ้นธาตุ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ปั่นจักรยานชมวิว จำนวน 74 คน คิดเป็น

ร้อยละ 5.28 เทียวพิพิธภัณฑสถาน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 ดูนั่งตุง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 3.64 นั่งรถชมวิวแหลมตะลุมพุก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 3.35 ทำสปาโคลน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 3.28 ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 2.93 ปลูกป่า ชายเลน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และกิจกรรมจักสานย่านลิเภา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติ/ครอบครัว จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 46.38 รองลงมาเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 38.82 คู่รัก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.17 และเดินทางคนเดียว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 ตามลำดับ

สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 55.26 รองลงมา บ้านญาติ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.41 โฮมสเตย์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.88 โฮสเทล/เกสเฮาส์/บังกะโล จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.24 บ้านพักส่วนตัว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.58 และสถานที่พักอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ไม่รวมค่าตัวเครื่องบิน (ต่อคน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 3,000 บาท/วัน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 48.68 รองลงมา 3,001-5,000 บาท/วัน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 38.82 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 5,000 บาท/วัน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปยังเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางไปยังเมืองรองโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 รองลงมา เครื่องบิน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.59 รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 รถไฟ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.97 และยานพาหนะอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.99 ตามลำดับ

ยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยวในเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยวในเมืองรอง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 76.97 รองลงมา รถเช่า จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.17 รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.94 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.62 และรถรับจ้าง เช่น Taxi เป็นต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

4.1.3.3 พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ท่านต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 81.91 รองลงมาไม่แน่ใจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 และไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.99 ตามลำดับ

ท่านต้องการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นหรือคนรู้จักมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการบอกต่อ จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 78.29 รองลงมา ไม่แน่ใจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.72 และไม่ต้องการบอกต่อ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.99 ตามลำดับ

ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้น จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 88.16 และไม่มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.84 ตามลำดับ

ในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีข่าวด้านลบท่านมีความต้องการปกป้อง (Defend) ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการปกป้องจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 67.76 รองลงมา ไม่แน่ใจ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.26 และไม่ต้องการปกป้อง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.98 ตามลำดับ

4.1.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมและรายด้าน

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	4.01	0.66	มาก
2. ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilitie	3.81	0.79	มาก
3. ด้านสถานที่พัก (Accommodations)	3.99	0.71	มาก
4. ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)	3.99	0.72	มาก
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	3.81	0.75	มาก
6. ด้านความจริงแท้ (Authenticities)	4.14	0.69	มาก

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
7. ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)	4.17	0.70	มาก
8. ด้านความปลอดภัย (Safety)	4.02	0.75	มาก
9. ด้านสุขอนามัย (Sanitation)	4.01	0.69	มาก
โดยรวม	4.00	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance) ($\bar{X} = 4.17$) ด้านความจริงแท้ (Authenticities) ($\bar{X} = 4.14$) ด้านความปลอดภัย (Safety) ($\bar{X} = 4.02$) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ($\bar{X} = 4.01$) ด้านสุขอนามัย (Sanitation) ($\bar{X} = 4.01$) ด้านสถานที่พัก (Accommodations) ($\bar{X} = 3.99$) ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities) ($\bar{X} = 3.99$) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) ($\bar{X} = 3.81$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	4.25	0.80	มากที่สุด
2. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	4.15	0.83	มาก
3. ราคา ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	3.64	0.90	มาก
โดยรวม	4.01	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ และระดับมาก 2 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{X} = 4.25$) ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{X} = 4.15$) และราคา ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว
(Accessibilities)

ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นที่ เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ไฟจราจร เป็นต้น	3.82	0.86	มาก
2. มีตัวเลือกรูปแบบการเดินทางที่หลากหลายสำหรับการเดินทางไปในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	3.83	0.99	มาก
3. ระยะทางและเวลาที่มีความเหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว	3.79	0.92	มาก
โดยรวม	3.81	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีตัวเลือกรูปแบบการเดินทางที่หลากหลายสำหรับการเดินทางไปในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{x} = 3.83$) ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นที่ เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ไฟจราจร เป็นต้น ($\bar{x} = 3.82$) และระยะทางและเวลาที่มีความเหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.79$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสถานที่พัก (Accommodations)

ด้านสถานที่พัก (Accommodations)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. มีตัวเลือกหลากหลาย	4.00	0.83	มาก
2. ที่พักสะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐานรองรับ	3.98	0.78	มาก
3. ราคาของที่พักคุ้มค่าต่อการใช้บริการ	3.99	0.82	มาก
โดยรวม	3.99	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสถานที่พัก (Accommodations) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสถานที่พัก (Accommodations) อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีตัวเลือกหลากหลาย ($\bar{x} = 4.00$) ราคาของที่พักคุ้มค่าต่อการใช้บริการ ($\bar{x} = 3.99$) และที่พักสะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐานรองรับ ($\bar{x} = 3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)

ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. กิจกรรมมีความหลากหลายเหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย	4.02	0.85	มาก
2. กิจกรรมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่	4.05	0.82	มาก
3. ราคาของกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวคุ้มค่าต่อการใช้บริการ	3.89	0.82	มาก
โดยรวม	3.99	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities) อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจกรรมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ($\bar{X} = 4.05$) กิจกรรมมีความหลากหลายเหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย ($\bar{X} = 4.02$) และราคาของกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวคุ้มค่าต่อการใช้บริการ ($\bar{X} = 3.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวทุกคน	3.99	0.79	มาก
2. มีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน อยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้	3.83	0.86	มาก
3. มีจุดบริการนักท่องเที่ยว	3.61	0.98	มาก
โดยรวม	3.81	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวทุกคน ($\bar{X} = 3.99$) มีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน อยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้ ($\bar{X} = 3.83$) มีจุดบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความจริงแท้ (Authenticities)

ด้านความจริงแท้ (Authenticities)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. ความดั้งเดิมและมีเอกลักษณ์ประจำถิ่นของพื้นที่	4.13	0.83	มาก
2. ผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี และส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	4.04	0.80	มาก
3. คนในพื้นที่มีอัธยาศัยดี	4.26	0.76	มากที่สุด
โดยรวม	4.14	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความจริงแท้ (Authenticities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความจริงแท้ (Authenticities) อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ และระดับมาก 2 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คนในพื้นที่มีอัธยาศัยดี ($\bar{X} = 4.26$) ความดั้งเดิมและมีเอกลักษณ์ประจำถิ่นของพื้นที่ ($\bar{X} = 4.13$) และผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี และส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)

ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. คนในพื้นที่ให้การต้อนรับและให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.18	0.80	มาก
2. ได้รับการบริการจากคนในพื้นที่อย่างเท่าเทียม	4.17	0.78	มาก
3. ผู้ให้บริการในพื้นที่มีจิตใจการบริการ	4.17	0.77	มาก
โดยรวม	4.17	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance) อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คนในพื้นที่ให้การต้อนรับและให้บริการด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 4.18$) ได้รับการบริการจากคนในพื้นที่อย่างเท่าเทียม ($\bar{X} = 4.17$) และผู้ให้บริการในพื้นที่มีจิตใจการบริการ ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความปลอดภัย (Safety)

ด้านความปลอดภัย (Safety)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. สามารถเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีฯ ได้อย่างปลอดภัย	4.07	0.80	มาก
2. มีช่องทางให้บริการด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.85	มาก
3. รู้สึกท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน	4.04	0.80	มาก
โดยรวม	4.02	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความปลอดภัย (Safety) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความปลอดภัย (Safety) อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สามารถเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีฯ ได้อย่างปลอดภัย ($\bar{X} = 4.07$) รู้สึกท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{X} = 4.04$) และมีช่องทางให้บริการด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสุขอนามัย (Sanitation)

ด้านสุขอนามัย (Sanitation)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. อาหาร เครื่องดื่มถูกหลักอนามัย	4.01	0.72	มาก
2. ร้านอาหาร ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานด้านสุขอนามัย รองรับ เช่น SHA ฮาลาล เป็นต้น	4.04	0.80	มาก
3. ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักเรื่องสุขอนามัย	3.97	0.80	มาก
โดยรวม	4.01	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสุขอนามัย (Sanitation) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านสุขอนามัย (Sanitation) อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ร้านอาหาร ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานด้านสุขอนามัยรองรับ เช่น SHA ฮาลาล เป็นต้น ($\bar{x} = 4.04$) อาหาร เครื่องดื่มถูกหลักอนามัย ($\bar{x} = 4.01$) และผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักเรื่องสุขอนามัย ($\bar{x} = 3.97$) ตามลำดับ

4.1.5 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางโดยรวม

ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.14	0.94	มาก
2. ในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.21	0.86	มากที่สุด
3. ในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.00	0.91	มาก
4. ในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีข่าวด้านลบ ท่านมีความต้องการปกป้อง (Defend) ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช	4.08	0.85	มาก
โดยรวม	4.11	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ และระดับมาก 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{X} = 4.21$) ในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{X} = 4.14$) ในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีข่าวด้านลบ ท่านมีความต้องการปกป้อง (Defend) ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{X} = 4.08$) และในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

4.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การเลือกตัวแปรโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) เป็นวิธีที่มีความเหมาะสมในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดและได้โมเดลที่ประหยัดที่สุด

สมมติฐานที่ 1

H_0 : องค์ประกอบการท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

H_1 : องค์ประกอบการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

รูปแบบทั่วไปของสมการพหุคูณเชิงเส้นทั่วไป คือ

$$Y_1 = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

โดยที่

Y_1	คือ	ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง
B_0	คือ	ค่าคงที่
B_1	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
X_1	คือ	ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)
X_2	คือ	ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)
X_3	คือ	ด้านสถานที่พัก (Accommodations)
X_4	คือ	ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)
X_5	คือ	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)
X_6	คือ	ด้านความจริงแท้ (Authenticities)
X_7	คือ	ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)
X_8	คือ	ด้านความปลอดภัย (Safety)
X_9	คือ	ด้านสุขอนามัย (Sanitation)

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง	
	R	Sig.
ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	0.574	0.000**
ความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)	0.520	0.000**
สถานที่พัก (Accommodations)	0.501	0.000**
กิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)	0.538	0.000**
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	0.442	0.000**
ความจริงแท้ (Authenticities)	0.579	0.000**
การยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)	0.582	0.000**
ความปลอดภัย (Safety)	0.548	0.000**
สุขอนามัย (Sanitation)	0.523	0.000**

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.574$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.520$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสถานที่พัก (Accommodations) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.501$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.538$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

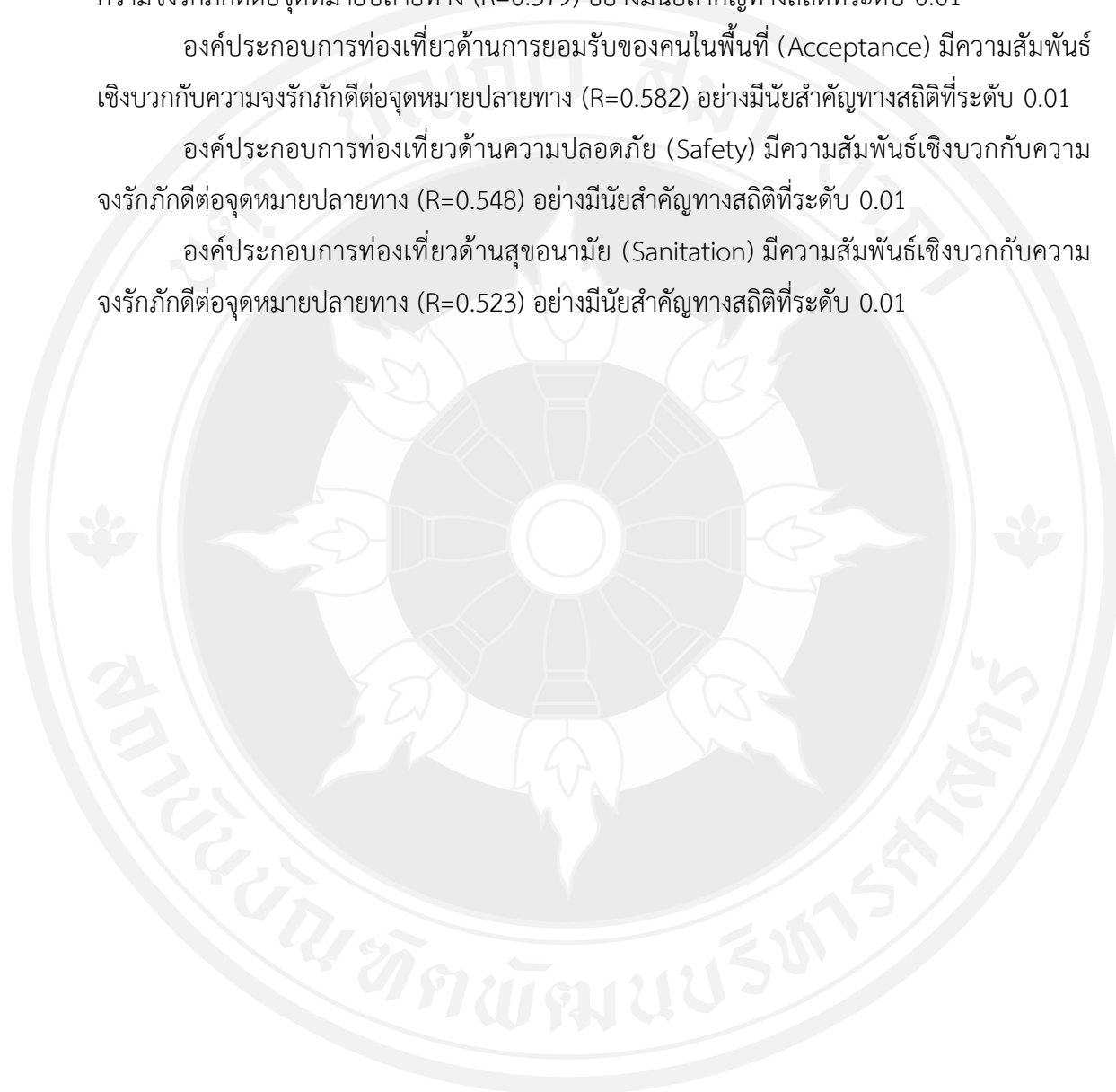
องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.442$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความจริงแท้ (Authenticities) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.579$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.582$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย (Safety) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.548$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขอนามัย (Sanitation) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ($R=0.523$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



จากตารางที่ 4.16 พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความจริงแท้ ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ ด้านความปลอดภัย และด้านสุขอนามัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง				
	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (α)	0.335	0.230		1.454	0.147
ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X_1)	0.353	0.062	0.304	5.715	0.000*
ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (X_2)	0.137	0.053	0.141	2.591	0.010*
ด้านความจริงแท้ (X_6)	0.183	0.083	0.165	2.204	0.028*
ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (X_7)	0.258	0.080	0.237	3.223	0.001*
R = 0.694, $R^2 = 0.482$, Adjusted $R^2 = 0.475$, Std. Error of the Estimate = 0.555, F = 69.436, Sig. = 0.000					

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X_1) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (X_2) ด้านความจริงแท้ (X_6) และด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (X_7) ส่วนองค์ประกอบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่พบความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

เมื่อนำองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X_1) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (X_2) ด้านความจริงแท้ (X_6) และด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (X_7) มาสร้างการพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ได้ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.482 โดยสามารถสร้างสมการการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$Y_1 = 0.353(X_1) + 0.137(X_2) + 0.183(X_6) + 0.258(X_7)$$

โดยที่	Y_1	คือ	ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง
	X_1	คือ	ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว
	X_2	คือ	ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)
	X_6	คือ	ด้านความจริงแท้ (Authenticities)
	X_7	คือ	ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่

องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X_1) มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เพิ่มขึ้น 0.304

องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (X_2) มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เพิ่มขึ้น 0.141

องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความจริงแท้ (X_6) มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความจริงแท้ (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เพิ่มขึ้น 0.165

องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (X_7) มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง เพิ่มขึ้น 0.237

4.2 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้เพื่อตอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครบทุกประเด็นแล้ว ได้นำมาวิเคราะห์ และจัดกลุ่มข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) โดยการเน้นความความหมายและตีความข้อมูลอย่างลึกซึ้ง พร้อมทั้งทำความเข้าใจข้อมูลเชิงปรากฏการณ์วิทยาที่ได้จากการสัมภาษณ์ บนพื้นฐานความเชื่อว่าบุคคลมีความสำคัญต่อการศึกษา (อัญญา พลดเปลื้อง, 2556) ซึ่งจะมีขั้นตอนในการวิเคราะห์เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลภาพรวมที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์ การกำหนดรหัสอย่างเป็นระบบ การรวบรวมข้อมูลตามแก่นสาระอย่างเป็นระบบ การทบทวนชุดข้อมูลที่ได้จากการกำหนดแก่นสาระ การกำหนดใจความสำคัญ และการเรียบเรียงเขียนวิเคราะห์รายงานการวิจัย (สุพร มุลกณี, 2560) ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดรหัสของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักดังตารางที่ 4.18 และวิเคราะห์แก่นสาระเป็นลำดับต่อไป

ตารางที่ 4.18 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	รหัส	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
1. ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ (จำนวน 6 หน่วยงาน)	G1	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดนครศรีธรรมราช
	G2	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช
	G3	สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช
	G4	สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช
	G5	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
	G6	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2. ตัวแทนจากหน่วยงาน ภาคเอกชน (จำนวน 6 หน่วยงาน)	P1	หอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช
	P2	สมาคมท่องเที่ยวชนอม อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช
	P3	สมาคมศิลปินพื้นบ้าน จังหวัดนครศรีธรรมราช
	P4	ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	รหัส	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
3. ตัวแทนจากชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (จำนวน 4 ชุมชน)	P5	ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช
	P6	บริษัทขนส่ง จำกัด
	C1	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโฮมสเตย์อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช
	C2	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านสวน พอเพียง อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง นครศรีธรรมราช (จำนวน 4 คน)	C3	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีเครื่องจักสานลิเกา บ้านนาเคียน อ.เมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
	C4	สมาคมท่องเที่ยวชุมชน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
	T1	นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชคนที่ 1
	T2	นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชคนที่ 2
	T3	นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชคนที่ 3
	T4	นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชคนที่ 4

จากตัวแทนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 หน่วยงาน 2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 6 หน่วยงาน 3) ตัวแทนจากชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 4 ชุมชน และ 4) ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 คน โดยเนื้อหาการสัมภาษณ์เกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พบว่า ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตารางที่ 4.19

4.2.1.1 ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ทั้งตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชให้ข้อมูลตรงกันว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม ธรรมชาติ โบราณสถาน หรือแม้กระทั่งแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุก ๆ กลุ่มที่แตกต่างกันทำให้เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นและความหลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางทะเล ป่า เขา หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราชมากขึ้น” (G1)

“นครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มาท่องเที่ยวแล้วไม่น่าเบื่อ เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยว หลากหลาย มาจังหวัดเดียวแต่ได้เที่ยวครบทั้ง ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก” (T4)

4.2.1.2 ความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ทั้งตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชให้ข้อมูลตรงกันว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เนื่องจากจังหวัด นครศรีธรรมราชเป็นอาณาจักรโบราณที่มีประวัติศาสตร์ความรุ่งเรืองมายาวนาน ในฐานะเมือง ศูนย์กลางและเมืองท่าสำคัญของแหลมมลายู อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีความโดดเด่นไปด้วย ศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันงดงามเป็นเอกลักษณ์ ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“นครศรีฯ ถือเป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพราะเป็นเมืองที่มีร่องรอย และเรื่องราวอันเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ เป็นเมืองที่มีความโดดเด่นด้านความเชื่อและสิ่ง ศักดิ์สิทธิ์ประจำเมือง” (P3)

“ความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครศรีฯ เป็นอีกหนึ่ง จุดดึงดูดทำให้อยากมาเที่ยวในจังหวัดนี้ เพราะเป็นเมืองที่มีมนต์ขลังความรุ่งเรืองทาง ประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน” (T4)

4.2.1.3 ความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวในมิติของความสมบูรณ์และความพร้อมด้าน ทรัพยากรธรรมชาติครบถ้วนทั้ง เขา ป่า นา เล ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความต้องการที่

แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชง่ายขึ้น ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“นครศรีฯ ถือเป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพราะเป็นเมืองที่มีร่องรอยและเรื่องราวอันเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ เป็นเมืองที่มีความโดดเด่นด้านความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำเมือง” (P3)

“ความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติเป็นอีกหนึ่งจุดดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้อยากเดินทางมาเที่ยวนครศรีฯ” (T2)

4.2.1.4 การเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทาง

ความหลากหลายของช่องทางการเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งทางเครื่องบิน รถทัวร์ รถไฟ เป็นต้น ด้วยตัวเลือกที่หลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาในพื้นที่ได้อย่างสะดวก ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“จังหวัดนครศรีฯ มีจุดโดดเด่นเรื่องความหลากหลายของยานพาหนะในการเดินทางไปมาที่สะดวกไม่ว่าจะเป็นรถทัวร์ รถไฟ เครื่องบิน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นที่จะเดินทางมาหากมีตัวเลือกที่หลากหลายให้เขาเพื่อความสะดวกสบาย” (P6)

“เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจอยากเดินทางมาเที่ยวนครศรีฯ เพราะเดินทางมาสะดวกมีเที่ยวบินหลายสายการบิน รวมถึงตัวเลือกในช่องทางอื่นที่หลากหลายทั้งรถไฟ รถทัวร์” (T2)

4.2.1.5 เป็นเมืองแห่งความศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์

นครศรีธรรมราชเป็นที่รู้จักกันดีในด้านความศักดิ์สิทธิ์ และมีสถานที่ที่เชื่อกันว่าเป็นที่ศักดิ์สิทธิ์สำคัญ อาทิ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไฉโย ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในการทำพิธีทางศาสนาและมีนักท่องเที่ยวแวะมาเยือนกันอย่างจำนวนมาก ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“นครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่ไม่เหมือนใคร เราอยู่กันได้ด้วยหลากหลายทางพุทธวัฒนธรรม เรามี ถนน 5 ศาสนา ถนน 5 อารยธรรมและวัฒนธรรมของ 5 ศาสนา พุทธ คริสต์ อิสลาม พราหมณ์ พรหมอยู่ในเส้นทางเดียวกัน พุทธคือวัดพระธาตุ พราหมณ์คือเสาชิงช้าอิสลามคือมัสยิด นี่จึงเป็นที่มาว่าทำไมนครศรีฯจึงเป็นเมืองแห่งการศรัทธาหนึ่งเดียวในประเทศไทย” (P4)

“มาเที่ยวนครศรีฯ เพราะอยากมาไหว้พระธาตุเมืองนครและมาบูชาไอ้ไข่ที่มีชื่อเสียงโด่งดังและหากประสบความสำเร็จตามที่ขอไว้ก็จะต้องกลับมาอีกอย่างแน่นอน” (T1)

4.2.1.6 ชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีชื่อเสียงที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมาย สาเหตุหนึ่งคือความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่มีในพื้นที่นี้ นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจที่ช่วยสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าตื่นตาตื่นใจและน่าจดจำ ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“นครศรีธรรมราชเป็นจุดหมายปลายทางหลักในการท่องเที่ยวของหลาย ๆ คน เพราะชื่อเสียงดั้งเดิมของตัวจังหวัดเองที่มีความโดดเด่นทั้งเรื่องของความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และที่ขาดไม่ได้คือด้านความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่อย่างคำกล่าวที่คุ้นชินหูที่ว่า เกิดมาหนึ่งชาติ ต้องกราบพระธาตุเมืองนครฯ” (G1)

“ชื่อเสียงของจังหวัดนครศรีฯ มีมาอย่างยาวนานนับตั้งแต่เรื่องของจตุคามรามเทพ และสถานที่โด่งดังด้านความเชื่อที่หลากหลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดทำให้อยากมาเที่ยวนครศรีธรรมราชซ้ำ ๆ เพราะได้เที่ยวทั่วทั้งกายและใจ” (T3)

4.2.1.7 มีจุดเด่นด้านอาหาร มีความหลากหลายและรสชาติอร่อย

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นแหล่งรวมของอาหารอร่อยและความหลากหลายที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวและสัมผัสประสบการณ์ทางอาหารที่ยอดเยียมของท้องถิ่น ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“อาหารในท้องถิ่นของเราก็เป็นอีกตัวดึงดูดที่สำคัญทำให้คนอยากเดินทางมาเที่ยว เพราะหากเขามาแล้วเขามีของกิน กินแล้วถูกปาก อร่อยติดใจ เขาก็มีความต้องการอยากกลับมาเที่ยวอยู่เรื่อย ๆ” (C2)

“นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและธรรมชาติที่สวยงาม ในจังหวัดนครศรีฯ ยังมีของดีที่มาทุกครั้งติดใจทุกครั้งคืออาหาร มาที่นี่แล้วได้ทานอาหารที่เข้าถึงคำว่าอาหารได้แท้ ๆ ซึ่งหาทานยากในพื้นที่อื่น ๆ เพราะอยากทานให้อร่อยและได้ที่แท้จริงต้องมาทานที่นครศรีฯ” (T2)

ตารางที่ 4.19 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	หน่วยงาน ภาครัฐ	หน่วยงาน ภาคเอกชน	ชุมชนที่ เกี่ยวข้อง	นักท่องเที่ยว ชาวไทย	รวม (n=20)
ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช					
1) ความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว	G1, G2, G3, G4, G5, G6	P1, P2, P3, P4, P5, P6	C1, C2, C3, C4	T3, T4	18
2) ความโดดเด่นเรื่อง ศิลปวัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์	G1, G2, G3, G4, G5, G6	P1, P2, P3, P4, P5, P6	C1, C3, C4	T4	16
3) ความสมบูรณ์และความ พร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ	G2, G3, G4, G5, G6	P1, P2, P3, P4, P5, P6	C1, C3	T2	14
4) การเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทาง	G1, G6	P2, P4, P5, P6	C3	T1, T2, T3, T4	11
5) เป็นเมืองแห่งความศัทธา และความศักดิ์สิทธิ์	G1, G3, G5	P2, P4, P6	C1, C2	T1, T4	10
6) ชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุด ดึงดูดทำให้นักท่องเที่ยวอยาก เดินทางมาท่องเที่ยว	G1, G4	P1, P5	C1, C4	T1, T3	8
7) มีจุดเด่นด้านอาหาร มีความ หลากหลายและรสชาติอร่อย	G4	P2	C2	T2, T3	5

4.2.2 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง

จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พบว่า ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตารางที่ 4.19

4.2.2.1 ด้านเจ้าบ้าน

ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการสัมภาษณ์พบว่าด้านเจ้าบ้านมีศักยภาพที่ต้องพัฒนาเนื่องจากภาพลักษณ์ของคนจังหวัดนครศรีธรรมราชดูเป็นคนดูร้าย รวมถึงด้านทักษะความเชี่ยวชาญในงานบริการพบว่าคนในพื้นที่ยังไม่มีความเชี่ยวชาญในทักษะด้านงานบริการมากพอต่อการรองรับการจัดการท่องเที่ยวรวมถึงทักษะด้านภาษาที่มีความจำเป็นต้องเพิ่มพูนทักษะส่วนนี้เพื่อรองรับการขยายตลาดต่างประเทศ อีกทั้งพบว่าคนรุ่นหลังในพื้นที่ไม่ค่อยสนใจภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้มีความเสี่ยงที่จะทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสูญหายได้หากไม่มีคนรุ่นหลังสืบทอด ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“จุดอ่อนที่เราต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วนคือเรื่องของภาพลักษณ์ของคนนครศรีฯ โดยคนภายนอกอาจมองว่าคนนครศรีฯ เป็นคนโหด นิสัยนักเลง พูดจาหวน ๆ ตรงไปตรงมา แต่ที่จริงแล้วคนนครศรีฯ ต่างเป็นคนใจดีแม้หน้าตาจะดูดุ” (G3)

“ในมุมมองของอาจารย์นั้นสิ่งที่จำเป็นต้องพัฒนาของจังหวัดนครก็คือบุคลากรซึ่งสำคัญมาก และอีกตัวหนึ่งในความเป็นคนได้คือความแข็งแรงของเราทำให้เป็นภาพจำของคนทั่วไปว่าเป็นคนดุ แต่ในเนื้อจริง ๆ คนนครจะเป็นคนจิตใจดี”(G5)

“ในจังหวัดนครของเรามีภูมิปัญญาท้องถิ่นมากมาย แต่คนที่เป็นคนรักษาก็เป็นคนรุ่นเก่า ๆ มีอายุกันหมดแล้ว คนรุ่นใหม่ในปัจจุบันไม่ค่อยสนใจภูมิปัญญาท้องถิ่นเพราะเขามองว่าไม่ทันสมัย มันจะทำให้สิ่งที่เรามีเป็นสิ่งที่มีความค่ามาอย่างยาวนานนั้นสูญหายไปได้หากขาดคนช่วยกันสืบทอด” (C3)

“คนนครฯ ดูเป็นคนดูร้ายแต่จริง ๆ แล้วเป็นคนที่ใจดีมาก ๆ มีน้ำใจและเปิดรับนักท่องเที่ยวแม้ว่าทักษะทางด้านการบริการของเขาอาจจะไม่ดีมากหากเปรียบเทียบกับต่างประเทศแต่สิ่งเหล่านี้สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้” (T4)

4.2.2.2 ด้านความร่วมมือ

มิติด้านความร่วมมือถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชจากการสัมภาษณ์พบว่าขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน ทั้งด้านการวางแผนนโยบาย การทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน อีกทั้งในบางพื้นที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังจึงทำให้การ

พัฒนาไปกระจุกอยู่เพียงบางจุดเท่านั้นรวมไปถึงการขาดนักวิชาการที่ทำงานร่วมกับชุมชนอย่างจริงจัง ยังมีน้อยทำให้ในบางพื้นที่ที่ต้องการองค์ความรู้หรือทักษะเฉพาะจากผู้เชี่ยวชาญยังขาด การทำงานร่วมกันอย่างจริงจัง ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“จุดอ่อนที่ต้องพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชในมุมมองผม ผมคิดว่าเรื่องของการขาดการรวมกลุ่มกันและการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมไม่ว่าจะเป็นการออกแบบนโยบายการพัฒนาการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว คนที่ทำการท่องเที่ยวไม่ค่อยมีส่วนร่วมในการร่วมออกแบบและวางแผนการพัฒนาและภาครัฐที่ทำหน้าที่ในการวางแผนด้านนโยบายไม่ได้เข้าใจปัญหาจริง ๆ ของการทำการท่องเที่ยว” (C1)

“เรื่องของการบูรณาการหรือเรื่องของการส่งต่อนักท่องเที่ยวซึ่งมันเหมือนกับบ่ออยู่ดี ๆ ก็มีคนเข้ามาเยอะ แล้วคนในชุมชนจะนึกไม่ออกว่าควรจะต้องทำอะไร ต้องพาไปส่งที่ไหน คิดว่านี่ยังเป็นข้อด้อยอยู่ ถ้าทุกภาคส่วนได้ช่วยกันก็สามารถที่จะทำให้การเพิ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวได้” (G6)

“พื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีพื้นที่กว้าง สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละจุดอยู่ห่างไกลกัน จึงทำให้การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องใช้เวลามากพอสมควร และการกระจุกตัวกันของนักท่องเที่ยวที่เลือกไปเฉพาะสถานที่ ๆ โด่งดัง” (G1)

4.2.2.3 ด้านการพัฒนา

ระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดที่ยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นปัจจัยหนึ่งที่ควรพัฒนาเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละจุดอยู่ห่างไกลกันทำให้การเดินทางภายในจังหวัดยังไม่ค่อยสะดวกต่อการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัว รวมถึงการขาดความมั่นใจด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยที่ต้องพัฒนาเพราะเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวแล้วรู้สึกปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินเช่นเดียวกับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ยังเป็นปัญหาไม่สามารถแก้ปัญหา น้ำท่วมและภัยพิบัติในช่วงฤดูฝนได้รวมถึงมิติด้านงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงรวมถึงนโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ได้มาจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยตรง ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“เรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูงขึ้น เพื่อให้สามารถที่จะแข่งขันในระดับประเทศหรือนานาชาติได้ และก็ถัดมาในเรื่องของการจัดระบบผังเมือง เรื่องของสาธารณูปโภค เรื่องภัยพิบัติ ล่าสุดก็คือเรื่องของน้ำท่วมนะครับ เรื่องของระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดนะครับ เหมือนขนอมที่ยกตัวอย่างเลยเราไม่มีรถประจำทางเหมือนที่วังเป็นรัฐในขนอม เราต้องใช้มอเตอร์ไซด์ แต่ถ้าเรามีสองแถวก็จะสะดวกขึ้น” (P2)

“เรื่องความปลอดภัยตอนมาเที่ยวยังรู้สึกไม่ค่อยดีตอนเดินทางเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวเพราะสถานที่ที่ห่างไกลพร้อมกับความไม่คุ้นชินทางทำให้เกิดความกลัว” (T2)

“รัฐร่วมแต่กับเอกชน แต่ชุมชนเป็นเพียงฉากประกอบหรือเรียกว่าเป็นแค่พร็อบเพื่อจะให้ภาคเอกชนและผู้ประกอบการกับรัฐได้มาทำแล้วใช้งบประมาณแต่ไม่ได้มีการกระจายงบประมาณเพื่อมาพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวจริง ๆ กระจุกอยู่เพียงที่ใดที่หนึ่งและการออกแบบนโยบายการพัฒนาการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว คนที่ทำการท่องเที่ยวไม่ค่อยมีส่วนร่วมในการร่วมออกแบบและวางแผนการพัฒนาและภาครัฐที่ทำหน้าที่ในการวางแผนด้านนโยบายไม่ได้เข้าใจปัญหาจริง ๆ ของการทำการท่องเที่ยว” (C1)

4.2.2.4 ด้านแหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ มิติด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเท่าที่ควรทั้งในด้านการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัญหาที่พบเจอได้บ่อยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดังรวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ที่สถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดมาตรฐาน เช่น SHA มาตรฐานโฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์

“การประชาสัมพันธ์ ถ้าพูดถึงจังหวัดนครศรีธรรมราชยังไม่ได้มองเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างจังหวัดอื่น ๆ เช่นตรัง กระบี่ ภูเก็ตอะไรแบบนี้ ซึ่งก็เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเราที่ยังน้อยและไม่โดดเด่น” (P6)

“เรื่องของสัญญาณในด้านของการบริการ ในเรื่องของมาตรฐานโรงแรม เรื่องของพนักงานในเรื่องของการบริการนะครับ เรื่องของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทางด้านนี้ผมยังมองว่าเป็นจุดอ่อนอยู่” (P2)

“ในพื้นที่บางแหล่งทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พักยังขาดเครื่องหมายมาตรฐานต่าง ๆ ที่ควรมีและมีไม่ครบในทุก ๆ พื้นที่ เช่น มาตรฐาน SHA ซึ่งถือเป็นเครื่องหมายที่สำคัญที่จะสร้างความมั่นใจด้านสุขลักษณะหรือความปลอดภัยให้กับคนที่มาใช้บริการได้” (T2)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการนำเสนอผ่านการบรรยายภาพรวม และการวิเคราะห์แก่นสาระทำให้ได้ข้อมูลศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นข้อมูลในการนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เนื่องจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งที่มีความน่าสนใจทางการท่องเที่ยวในฐานะเมืองรองซึ่งมีความพร้อมด้านทรัพยากรที่สมบูรณ์ ครบถ้วนและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูงได้

ตารางที่ 4.20 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	หน่วยงาน ภาครัฐ	หน่วยงาน ภาคเอกชน	ชุมชนที่เกี่ยวข้อง	นักท่องเที่ยวชาวไทย	รวม (n=20)
ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช					
1) ด้านเจ้าบ้าน	G1, G2,	P1, P2,	C1, C2,	T1, T2, T3,	18
- ด้านภาพลักษณ์ของเจ้าบ้าน	G3, G4,	P3, P4	C3, C4	T4	
ดูเป็นคนดูร้าย	G5, G6				
- ด้านทักษะความเชี่ยวชาญในงานบริการ					
- คนรุ่นหลัง ในพื้นที่ไม่ค่อยสนใจภูมิปัญญาท้องถิ่น					
2) ด้านความร่วมมือ	G2, G4,	P1, P2, P3	C1, C2,	-	14
- ขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน	G5, G6	P4, P5, P6	C3, C4		
- บางพื้นที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
- ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง					
- มีนักวิชาการที่ทำงานร่วมกับชุมชนอย่างจริงจังน้อย					

ศักยภาพการจัดการการ ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช	หน่วยงาน ภาครัฐ	หน่วยงาน ภาคเอกชน	ชุมชนที่ เกี่ยวข้อง	นักท่องเที่ยว ชาวไทย	รวม (n=20)
3) ด้านการพัฒนา	G2, G3,	P1, P2,	C1, C2,	T1, T2, T3,	19
- ระบบขนส่งสาธารณะ ภายในจังหวัดยังไม่ครอบคลุม ทั่วทุกพื้นที่	G4, G5,	P3, P4,	C3, C4	T4	
- ความมั่นใจด้านความ ปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	G6	P5, P6			
- โครงสร้างพื้นฐานยังไม่ สามารถแก้ปัญหาน้ำท่วมและ ภัยพิบัติในช่วงฤดูฝนได้					
- งบประมาณในการ พัฒนาการท่องเที่ยวไม่ทั่วถึงทุก พื้นที่					
- นโยบายด้านการพัฒนาการ ท่องเที่ยวไม่ได้มาจากผู้ ให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยตรง					
4) ด้านแหล่งท่องเที่ยว	G1, G2,	P1, P2,	C1, C2,	T1, T2, T3,	18
- แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้รับการ พัฒนาและส่งเสริมเท่าที่ควร	G4, G6	P3, P4,	C3, C4	T4	
- นักท่องเที่ยวถูกระงับตัวอยู่ เฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดัง		P5, P6			
- การประชาสัมพันธ์					
- สถานที่พักและสถานที่ ท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดมา ตรฐาน เช่น SHA มาตรฐานโฮมส เตย์ เป็นต้น					

4.3 สรุป

จากการศึกษาเรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” ได้ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง และศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง/ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 3-4 วัน โดยจำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เว็บไซต์ทางการ (Official Website) จาก Google Maps รongลงมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สื่อสังคมออนไลน์ค้นหาจาก Facebook และจากคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว โดยมีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเหตุผลที่ในการตัดสินใจมาจากคำชักชวนของครอบครัว/เพื่อน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการซื้อ/จองซื้อโดยตรงกับชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่าง ๆ โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สนใจ คือกิจกรรมเที่ยวหมู่บ้านคีรีวงชมวิถีชุมชนในพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติ/ครอบครัว ด้านสถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ไม่รวมค่าตัวเครื่องบิน (ต่อคน) ต่ำกว่า 3,000 บาท/วัน และใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปยังเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชและใช้ในการท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน และมีความต้องการบอกต่อให้ผู้อื่นหรือคนรู้จักพร้อมทั้งมีความเต็มใจจะจ่ายมากขึ้นและมีความต้องการปกป้องในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีข่าวด้านลบ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง จากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมและพักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราชในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 304 คน พบว่า การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความ

จงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความจริงแท้ และด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ ส่วนองค์ประกอบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่พบความสำคัญกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สามารถสรุปแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2) ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

4.3.1 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) อันดับที่ 1 ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวโดยให้ข้อมูลตรงกันว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ โบราณสถาน หรือแม้กระทั่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุก ๆ กลุ่มที่แตกต่างกันทำให้เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2) อันดับที่ 2 ความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

ในมิติด้านความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เนื่องจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอาณาจักรโบราณที่มีประวัติศาสตร์ความรุ่งเรืองมายาวนาน ในฐานะเมืองศูนย์กลางและเมืองท่าสำคัญของแหลมมลายู อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีความโดดเด่นไปด้วยศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันงดงามเป็นเอกลักษณ์

3) อันดับที่ 3 ความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่าศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในมิติของความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติครบถ้วนทั้งเขา ป่า นา เล ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความต้องการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชง่ายขึ้น

4) อันดับที่ 4 การเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทาง

ด้านการเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทางผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นตรงกันว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพที่ดีในการของความหลากหลายและความสะดวกในการเดินทาง

ทางเข้ามาในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากมีตัวเลือกที่หลากหลายของยานพาหนะ ซึ่งถือเป็นตัวเลือกหลักสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจอยากเดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมากยิ่งขึ้น

5) อันดับที่ 5 เป็นเมืองแห่งความศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่าศักยภาพที่ดีอีกมิติหนึ่งคือ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นเมืองแห่งความศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่จะเน้นไปทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือสายบุญ เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไอล้อ เป็นต้น

6) อันดับที่ 6 ชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุดดึงดูดทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุดดึงดูดทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นตรงกันว่าชื่อเสียงของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่โด่งดังอย่างยาวนานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากเดินทางมาเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียงด้านความศักดิ์สิทธิ์ของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดคูบ้านคูเมืองที่ต่างถูกขนานนามว่า เกิดมาหนึ่งชาติ ขอให้ได้กราบพระธาตุเมืองนคร

7) อันดับที่ 7 มีจุดเด่นด้านอาหาร มีความหลากหลายและรสชาติอร่อย

อาหารถือเป็นศักยภาพศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีจุดเด่นในด้านอาหาร เนื่องจากรสชาติของอาหารพื้นถิ่นในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชถือได้ว่าเป็นรสชาติอาหารได้แท้ ไม่ว่าใครที่ได้มีโอกาสลิ้มลองก็มักจะติดใจและอยากกลับมากินซ้ำ โดยเมนูยอดนิยมนักท่องเที่ยวอย่างเช่น ข้าวแกงเมืองคอน ขนมจีนเมืองคอน แกงไตปลา เป็นต้น

4.3.2 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง

จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) ด้านเจ้าบ้าน

ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านเจ้าบ้านโดยให้ข้อมูลตรงกันว่า ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการสัมภาษณ์พบว่าด้านเจ้าบ้านมีศักยภาพที่ต้องพัฒนาเนื่องจากภาพลักษณ์ของคนจังหวัดนครศรีธรรมราชดูเป็นคนดูร้าย รวมถึงด้านทักษะความเชี่ยวชาญในงานบริการพบว่าคนในพื้นที่ยังไม่มีมีความเชี่ยวชาญในทักษะด้านงานบริการมากพอต่อการรองรับการจัดการท่องเที่ยวรวมถึงทักษะด้านภาษาที่มีความจำเป็นต้องเพิ่มพูนทักษะส่วนนี้เพื่อรองรับการขยายตลาดต่างประเทศ อีกทั้งพบว่าคนรุ่นหลังในพื้นที่

ไม่ค่อยสนใจภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้มีความเสี่ยงที่จะทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสูญหายได้หากไม่มีคนรุ่นหลังสืบทอด

2) ด้านความร่วมมือ

สำหรับด้านความร่วมมือผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นว่า มิติด้านความร่วมมือถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชจากการสัมภาษณ์พบว่าขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน ทั้งด้านการวางแผนนโยบาย การทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน อีกทั้งในบางพื้นที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังจึงทำให้การพัฒนาไปกระจุกอยู่เพียงบางจุดเท่านั้นรวมถึงการขาดนักวิชาการที่ทำงานร่วมกับชุมชนอย่างจริงจังยังมีน้อยทำให้ในบางพื้นที่ที่ต้องการองค์ความรู้หรือทักษะเฉพาะจากผู้เชี่ยวชาญยังขาดการทำงานร่วมกันอย่างจริงจัง

3) ด้านการพัฒนา

ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นด้านการพัฒนาว่า ระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดที่ยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นปัจจัยหนึ่งที่ควรพัฒนาเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละจุดอยู่ห่างไกลกันทำให้การเดินทางภายในจังหวัดยังไม่ค่อยสะดวกต่อการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัว รวมถึงการขาดความมั่นใจด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยที่ต้องพัฒนาเพราะเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวแล้วรู้สึกปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินเช่นเดียวกับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ยังเป็นปัญหาไม่สามารถแก้ปัญหา น้ำท่วมและภัยพิบัติในช่วงฤดูฝนได้รวมถึงมิติด้านงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงรวมถึงนโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ได้มาจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยตรง

4) ด้านแหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ มิติด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเท่าที่ควรทั้งในด้านของการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัญหาที่พบเจอได้บ่อยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดังรวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ที่สถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดมาตรฐาน เช่น SHA มาตรฐานโฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/ปี เดินทางมาช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์โดยมาพำนัก 3-4 วัน มี

วัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้ Google Map Facebook และการสอบถามจากครอบครัวและเพื่อหาข้อมูลก่อนเดินทางมาเที่ยว โดยเพื่อจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อหรือจองโดยตรงกับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว ด้านของสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวิถีชีวิตแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสถานที่พักเลือกใช้บริการโรงแรมหรือรีสอร์ท โดยมีการใช้จ่ายอยู่ที่ต่ำกว่า 3,000 บาท/คน/วัน โดยไม่รวมกับค่าตัวเครื่องบินหรือค่ายานพาหนะในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว และใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวและใช้ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ ต้องการบอกต่อ ต้องการจ่ายเพิ่มมากขึ้นและมีความต้องการปกป้องในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเกิดข่าวเสียหาย

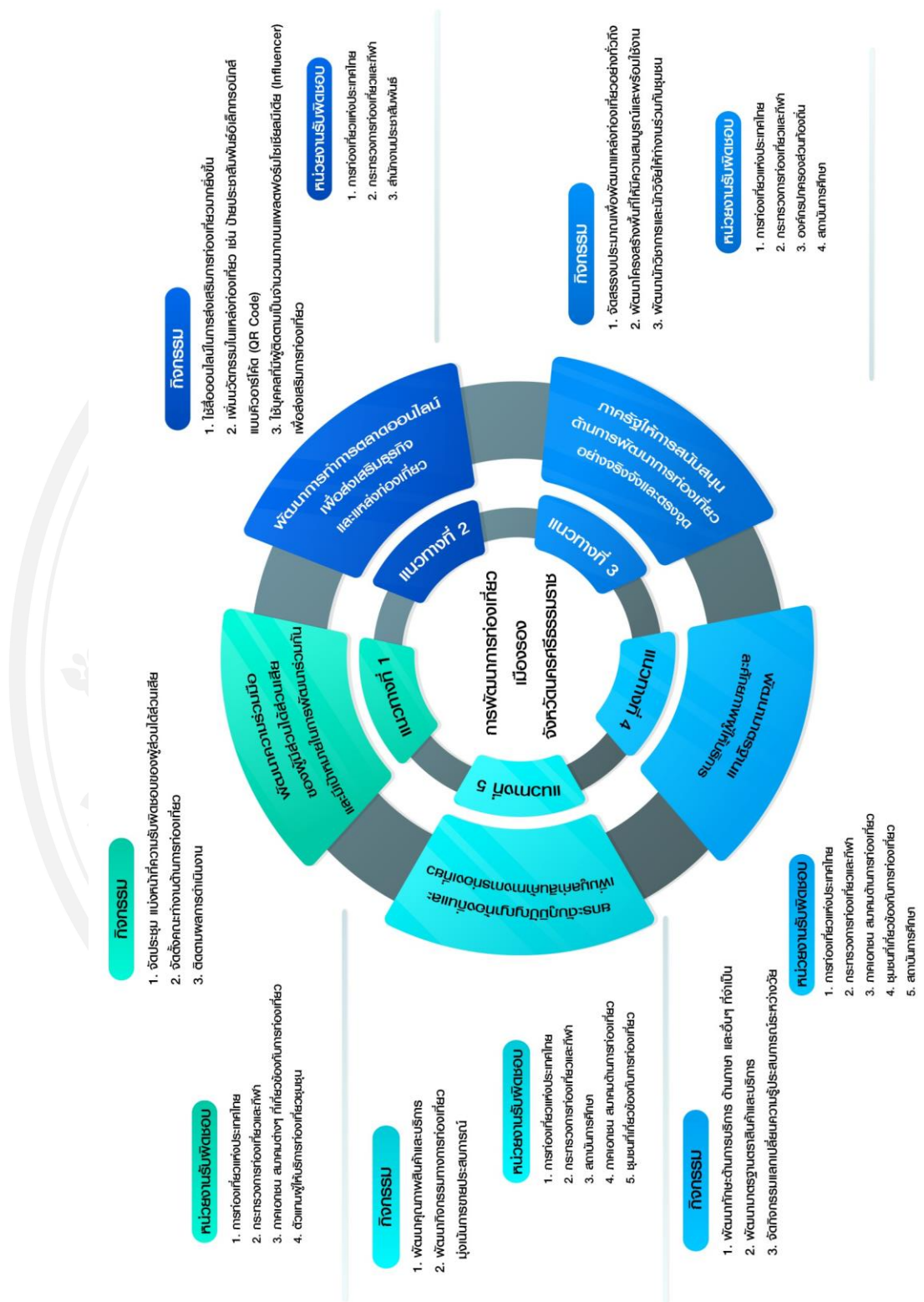
ผลการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางประกอบด้วยกัน 4 ปัจจัย คือ 1) ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 2) ความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว 3) ความจริงแท้ และ 4) การยอมรับของคนในพื้นที่ ในมิติของผลการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ศักยภาพที่ดีของจังหวัดนครศรีธรรมราชประกอบด้วย 1) ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว 2) ความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ 3) ความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ 4) การเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทาง 5) เป็นเมืองแห่งความศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์ 6) ชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุดดึงดูดทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว และ 7) มีจุดเด่นด้านอาหาร มีความหลากหลายและรสชาติอร่อย ศักยภาพที่ต้องพัฒนาประกอบด้วย 1) ด้านเจ้าบ้าน 2) ด้านความร่วมมือ 3) ด้านการพัฒนา และ 4) ด้านแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแปลผลเพื่อนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.21 ร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช

แนวทางที่ 1	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
แนวทางที่ 1 พัฒนาความร่วมมือ ของผู้มีส่วนได้ส่วน เสียและมีเป้าหมาย ใน การ พั ฒ น า ร่ว ม กั น	1. จัดประชุม แบ่งหน้าที่ ความ รับผิดชอบของผู้ส่วนได้ส่วนเสีย 2. จัดตั้ง คณะทำงานด้านการ ท่องเที่ยว 3. ติดตามผลการดำเนินงาน	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. ภาคเอกชน สมาคมต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 4. ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชน
แนวทางที่ 2 พั ฒ น า ก า ร ท า การตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ และแหล่งท่องเที่ยว	1. ใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทการ ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น 2. เพิ่มนวัตกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ แบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) 3. ใช้บุคคลที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวน มากบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencer) เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. สำนักงานประชาสัมพันธ์
แนวทางที่ 3 ภา ค รั ฐ ไ ห้ ก า ร สนับสนุนด้านการ พัฒนาการท่องเที่ยว อย่างจริงจังและตรง จุด	1. จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง 2. พัฒนาโครงสร้างพื้นที่ให้มีความ สมบูรณ์และพร้อมใช้งาน 3. พัฒนานักวิชาการและนักวิจัยให้ ทำงานร่วมกับชุมชน	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 4. สถาบันการศึกษา
แนวทางที่ 4 พัฒนามาตรฐาน และ ศั ก ย ภา พ ผู้ ให้บริการ	1. พัฒนาศักยภาพด้านการบริการ ด้าน ภาษา และอื่น ๆ ที่จำเป็น 2. พัฒนามาตรฐานตราสินค้าและ บริการ 3. จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ระหว่างวัย	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. ภาคเอกชน สมาคมด้านการ ท่องเที่ยว 4. ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว

แนวทางที่ 1	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
แนวทางที่ 5	1. พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ	5. สถาบันการศึกษา
ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว	2. พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการขายประสบการณ์	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. สถาบันการศึกษา 4. ภาคเอกชน สมาคมด้านการท่องเที่ยว 5. ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.1 ร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา

จากร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตารางที่ 4.21 และภาพที่ 4.1 ผู้วิจัยได้นำผลดังกล่าวเพื่อสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และตัวแทนชุมชนที่มีเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.22 ตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และตัวแทนชุมชนที่มีเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ให้ความคิดเห็น	รหัส	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
1. ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ (จำนวน 5 หน่วยงาน)	G1	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดนครศรีธรรมราช
	G2	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช
	G3	สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช
	G4	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
	G5	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
2. ตัวแทนจากหน่วยงาน ภาคเอกชน (จำนวน 2 หน่วยงาน)	P1	หอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช
	P2	นักวิชาการอิสระ
3. ตัวแทนจากชุมชนที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (จำนวน 1 ชุมชน)	C1	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโสมสเตย์อำเภอท่าศาลา จังหวัด นครศรีธรรมราช

จากการนำร่างโมเดลข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชสอบถามความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน ในมิติของกิจกรรมจำเป็นต้องเพิ่ม กระบวนการการนำผลจากการดำเนินงานมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุง (G1) และกำหนดกิจกรรมให้ครอบคลุม ทุกกระบวนการ PDCA (P2) และเป็นระบบ (G4) พร้อมทั้งควรเสริมสร้างสมรรถนะและความเข้มแข็งของสมาคมชมรมเดิมที่มีอยู่แล้วในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้ม

แข็งมากยิ่งขึ้นและให้อำนาจของภาคเอกชนได้มีการขับเคลื่อนมากยิ่งขึ้น (G5) พร้อมทั้งเพิ่มหน่วยงานที่รับผิดชอบองค์การปกครองท้องถิ่นเพื่อช่วยผลักดันในทุก ๆ กิจกรรมให้สำเร็จลุล่วง (G3)

แนวทางที่ 2: พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว ในส่วนของกิจกรรมควรเพิ่มกิจกรรมด้านนวัตกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อรังสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้กับพื้นที่เมื่อนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวแล้วสามารถเป็นจุดถ่ายรูปได้ ร่วมกับเพิ่มกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ให้แก่คนในพื้นที่ให้เป็นที่น่าจดจำว่า “คนนครฯ น่ารัก น่านมาเที่ยว” (G4) และควรมีกิจกรรมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เพื่อให้เห็นจุดหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นจุดหมายเดียวกัน รวมถึงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างชุมชนเข้าด้วยกัน พร้อมทั้งอัปเดตข้อมูลชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละจุดให้เป็นปัจจุบัน (P2) สำหรับการทำการตลาดออนไลน์นอกเหนือจากการมีนวัตกรรมป้ายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์แบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ในสถานที่ท่องเที่ยวแล้วควรพัฒนา AI เพื่อตอบโต้ทักทายสมัยที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วพร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างควรใช้สื่อทางอ้อม เช่น การทำหนังสือ หรือ ซีรี่ย์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาตามรอย (G5)

แนวทางที่ 3: ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุดในมิติของกิจกรรมเพื่อจะดำเนินให้แนวทางนี้สำเร็จลุล่วงนั้นควรจัดสรรงบประมาณให้ “ตรงจุด” (G4) พร้อมทั้งปิดกั้นด้านการท่องเที่ยวให้ชัด พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ ให้พร้อมใช้งานและครอบคลุมในทุก ๆ พื้นที่ (G1)

แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ สำหรับแนวทางนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ข้อเสนอแนะด้านกิจกรรมเพื่อให้ดำเนินสำเร็จลุล่วงตามแนวทางที่วางไว้คือ ควรเพิ่มการพัฒนาทักษะด้านการทำการตลาดออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ (G3) สร้างความตระหนักเรื่องความสะอาด สุขลักษณะ พร้อมทั้งเพิ่มทักษะด้านงานบริการ ขยายความจริงใจ (G1) อีกหนึ่งกิจกรรมที่ควรมีคือกิจกรรมพัฒนานักสื่อความหมาย เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมต่อการเป็นเจ้าบ้านที่ดี (P2) ด้านมาตรฐานตราสินค้าควรนำมาตรฐานหรือตราสินค้าที่ได้รับการรับรองที่เป็นสากลที่เป็นที่รู้จักมาใช้ในการรับรองให้กับชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการขยายตลาดในอนาคต (G5) และปลูกฝังคนรุ่นใหม่ให้มีใจรักการทำท่องเที่ยว สร้าง DNA นักพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เขาเกิดความห่วงเห่นและชื่นชมยินดีในสิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่ของตนเอง (C1)

แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว ต้องเพิ่มกิจกรรมในการจัดหาตลาดเพื่อรองรับหรือช่องทางในการจำหน่ายสินค้าชุมชนให้หลากหลาย (G3) ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ตอบโต้กับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง และเพิ่มพื้นที่ในการเรียนรู้แลกเปลี่ยน และปรึกษาหารือกันระหว่างชุมชนท่องเที่ยว หน่วยงานรัฐ เอกชนและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดกิจกรรม Road Show ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยเฉพาะ ให้แต่ละชุมชนได้มีเวทีและ

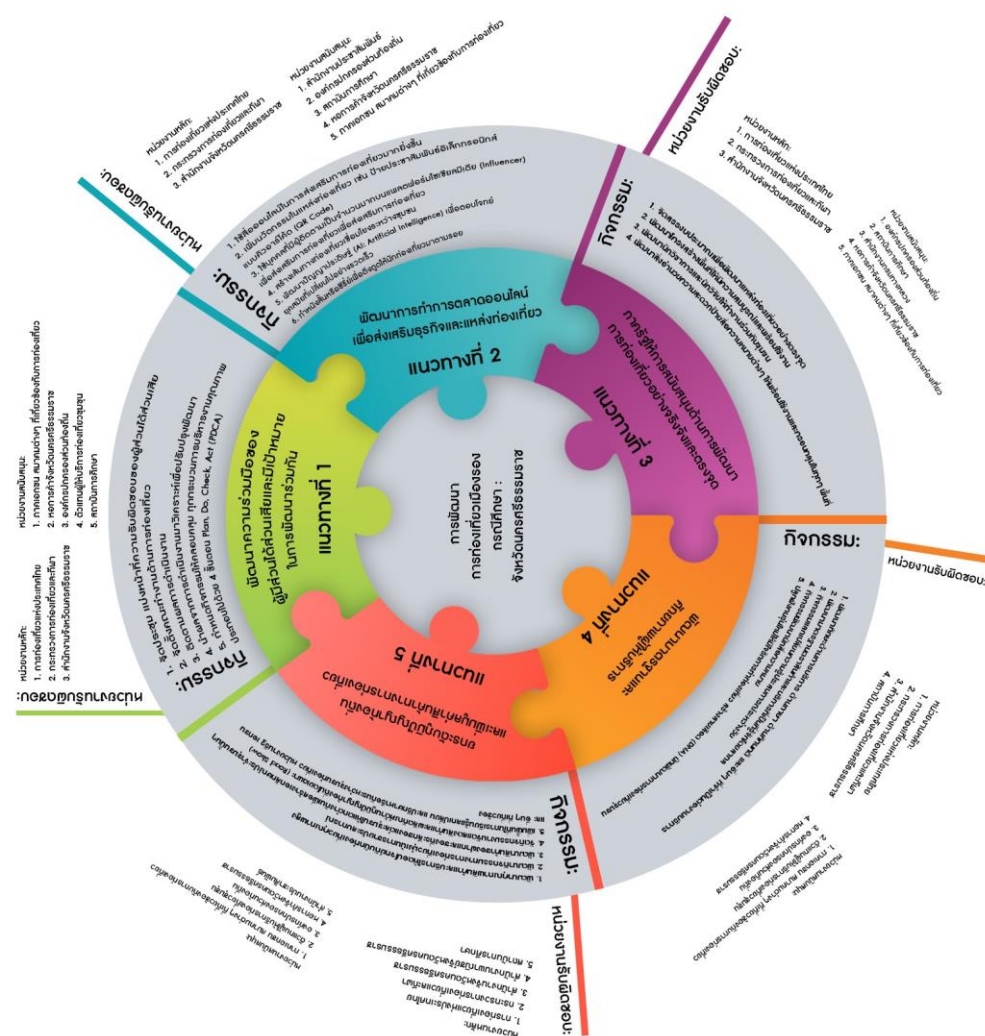
โอกาสในการออกมาแสดงศักยภาพ (P2) เพิ่ม Storytelling ในทุก ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ (G1, G2) สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของฝากและของที่ระลึกของแต่ละชุมชนให้แตกต่างกันเพื่อสร้างเอกลักษณ์ประจำชุมชนนั้น ๆ (C1)

ตารางที่ 4.23 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

แนวทาง	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือ ของผู้มีส่วนได้ส่วน เสียและมีเป้าหมาย ใน การ พั ฒ น า ร่ว ม กัน	1. จัดประชุม แบ่งหน้าที่ ความ รับผิดชอบของผู้ส่วนได้ส่วนเสีย 2. จัดตั้ง คณะทำงานด้านการ ท่องเที่ยว 3. ติดตามผลการดำเนินงาน 4. นำผลจากการดำเนินงานมา วิเคราะห์เพื่อปรับปรุงพัฒนา 5. กำหนดกิจกรรมให้ครอบคลุม ทุก กระบวนการบริหารงานคุณภาพ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน Plan, Do, Check, Act (PDCA)	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. ภาคเอกชน สมาคมต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 4. ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชน 5. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 6. สำนักงานจังหวัด
แนวทางที่ 2: พั ฒ น า ก า ร ท า การตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ และแหล่งท่องเที่ยว	1. ใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทการ ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น 2. เพิ่มนวัตกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ แบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) 3. ใช้บุคคลที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวน มากบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencer) เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 4. สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง ระหว่างชุมชน	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. สำนักงานประชาสัมพันธ์ 4. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 5. สำนักงานจังหวัด 6. สถาบันการศึกษา

แนวทาง	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
	5. พัฒนาปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) เพื่อตอบ โจทย์ยุคสมัยที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว	
	6. ทำหนังสือหรือซีรี่ย์ เพื่อดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวมาตามรอย	
แนวทางที่ 3: ภาครัฐให้การ สนับสนุนด้านการ พัฒนาการท่องเที่ยว อย่างจริงจังและตรง จุด	1. จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวอย่างตรงจุด 2. พัฒนาโครงสร้างพื้นที่ให้มีความ สมบูรณ์และพร้อมใช้งาน 3. พัฒนานักวิชาการและนักวิจัยให้ ทำงานร่วมกับชุมชน 4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกป้าย สื่อความหมายต่าง ๆ ให้พร้อมใช้งาน และครอบคลุมในทุกๆ พื้นที่	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 4. สถาบันการศึกษา 5. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 6. สำนักงานจังหวัด
แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐาน และศักยภาพผู้ ให้บริการ	1. พัฒนาทักษะด้านการบริการ ด้านภาษา และอื่น ๆ ที่จำเป็น 2. พัฒนามาตรฐานตราสินค้าและ บริการที่เป็นที่รู้จักโดยสากล 3. กิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ระหว่างวัย 4. กิจกรรมพัฒนานักสื่อความหมาย 5. ปลุกฝังคนรุ่นใหม่ให้มีใจรักการทำ ท่องเที่ยว สร้างสายเลือด (DNA) นัก พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. ภาคเอกชน สมาคมด้านการ ท่องเที่ยว 4. ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว 5. สถาบันการศึกษา 6. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 7. สำนักงานจังหวัด
แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญา ท้องถิ่นและเพิ่ม มูลค่าสินค้าทางการ ท่องเที่ยว	1. พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ ตอบโจทย์กับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง 2. พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการขายประสบการณ์	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3. สถาบันการศึกษา 4. ภาคเอกชน สมาคมด้านการ ท่องเที่ยว

แนวทาง	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
	3. พัฒนาสินค้าของฝากและของที่ระลึกของแต่ละชุมชนให้แตกต่างกัน เพื่อสร้างเอกลักษณ์ประจำชุมชนนั้น ๆ	5. ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 6. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 7. สำนักงานจังหวัด
	4. จัดกิจกรรมงานจัดแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะ (Road Show)	
	5. เพิ่มพื้นที่ในการเรียนรู้แลกเปลี่ยน และปรึกษาหารือกันระหว่างชุมชนท่องเที่ยว หน่วยงานรัฐ เอกชนและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	



ภาพที่ 4.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน

จากการศึกษาพบว่าเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพที่จำเป็นต้องพัฒนาเพิ่มเติม คือ ด้านความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ที่ต่างมีส่วนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราชพร้อมทั้งในแต่ละภาคส่วนควรมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกันเพื่อสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้นจากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการพัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน โดยมีขั้นตอนและกิจกรรมการดำเนินงานที่สำคัญดังรายละเอียด ตารางที่ 4.24 ดังนี้

ตารางที่ 4.24 กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
หน่วยงานหลัก		
1. จัดประชุม แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว
2. จัดตั้งคณะทำงานด้านการท่องเที่ยว		
3. ติดตามผลการดำเนินงาน		
4. นำผลจากการดำเนินงานมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงพัฒนา	2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน รวมถึงการควบคุม กำกับ และดูแลการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
5. กำหนดกิจกรรมให้ครอบคลุมทุกกระบวนการบริหารงานคุณภาพ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน Plan, Do, Check, Act (PDCA)		
	3. สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช	จัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ดำเนินการตามแผน กำกับ และติดตามผลการ

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ

แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน

กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
		ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนพัฒนา จังหวัด รวมทั้งประสาน การจัดทำแผนพัฒนากลุ่ม จังหวัด รวมทั้งอำนวยความสะดวก ประสาน ปฏิบัติงาน สนับสนุนงาน และจัดสรร งบประมาณเพื่อการ ดำเนินการพัฒนา
หน่วยงานสนับสนุน		
	1. ภาคเอกชน สมาคมต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ให้การสนับสนุนเข้าร่วม การดำเนินงานเพื่อร่วม ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อ ร่วมแสดงความคิดเห็นและ วางแผนการดำเนินการ กิจกรรมร่วมกัน
	2. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช	สนับสนุน ส่งเสริมและ พัฒนาการประกอบ วิสาหกิจ และประสานงาน ระหว่างภาคเอกชน กับภาครัฐ
	3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ดูแลและจัดทำบริการ สาธารณะและกิจกรรม สาธารณะเพื่อประโยชน์ ของประชาชนในท้องถิ่น ตามหลักการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ

แนวทางที่ 1: พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน

กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
	4. ตัวแทนผู้ให้บริการท่องเที่ยว ชุมชน	ให้การสนับสนุนเข้าร่วม การดำเนินงานเพื่อร่วม ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อ ร่วมแสดงความคิดเห็นและ วางแผนการดำเนินการ กิจกรรมร่วมกัน
	5. สถาบันการศึกษา	ให้การสนับสนุนด้านองค์ ความรู้ ผู้เชี่ยวชาญในด้าน ต่าง ๆ ทางด้านวิชาการ

แนวทางที่ 2: พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่าเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพที่จำเป็นต้องพัฒนาเพิ่มเติม อีกมิติคือเรื่องของการทำการตลาดโดยเฉพาะด้านการทำการตลาดออนไลน์ ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปพร้อมทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการใช้สื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้นดังนั้นด้านการทำการตลาดจึงควรมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันดังรายละเอียดตารางที่ 4.25 ดังนี้

ตารางที่ 4.25 กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 2: พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ

แนวทางที่ 2: พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
หน่วยงานหลัก		
1. ใช้สื่อออนไลน์ในการส่งเสริม การท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จัดทำแผนงานการ ปฏิบัติงาน รวมทั้งการ ส่งเสริมการตลาดและ
2. เพิ่มนวัตกรรมในแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น ป้าย		

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ

แนวทางที่ 2: พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
ประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ แบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)		ประชาสัมพันธ์ด้านการ ท่องเที่ยว
3. ใช้บุคคลที่มีผู้ติดตามเป็น จำนวนมากบนแพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดีย (Influencer) เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว	2. กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา	จัดทำแผนงานการ ปฏิบัติงาน รณรงค์การ ควบคุม กำกับ และดูแล การดำเนินงานให้บรรลุ ตามวัตถุประสงค์
4. สร้างเส้นทางท่องเที่ยว เชื่อมโยงระหว่างชุมชน	3. สำนักงานจังหวัด นครศรีธรรมราช	จัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ดำเนินการตามแผน กำกับ และติดตามผลการ ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนพัฒนา จังหวัด รวมทั้งประสาน การจัดทำแผนพัฒนากลุ่ม จังหวัด รวมทั้งอำนวยความสะดวก ประสาน ปฏิบัติงาน สนับสนุนงาน และจัดสรร งบประมาณเพื่อการ ดำเนินการพัฒนา
5. พัฒนาปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) เพื่อ ตอบโจทย์ยุคสมัยที่เปลี่ยนไป อย่างรวดเร็ว		
6. ทำหนังสือหรือซีรียเพื่อดึงดูด ให้นักท่องเที่ยวมาตามรอย		

หน่วยงานสนับสนุน

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. สำนักงานประชาสัมพันธ์ | ดำเนินการงานด้านการ
ประชาสัมพันธ์และการ
สื่อสารมวลชนเพื่อ
เสริมสร้างความเข้าใจแก่
ประชาชน |
| 2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น | ดูแลและจัดทำบริการ
สาธารณะและกิจกรรม |

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 2: พัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
		สาธารณะเพื่อประโยชน์ ของประชาชนในท้องถิ่น ตามหลักการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน
3. สถาบันการศึกษา		ให้การสนับสนุนด้านองค์ ความรู้ ผู้เชี่ยวชาญในด้าน ต่าง ๆ ทางด้านวิชาการ
4. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช		สนับสนุน ส่งเสริมและ พัฒนาการประกอบ วิสาหกิจ และประสานงาน ระหว่างภาคเอกชน กับ ภาครัฐ
5. ภาคเอกชน สมาคมต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว		ให้การสนับสนุนเข้าร่วม การดำเนินงานเพื่อร่วม ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อ ร่วมแสดงความคิดเห็นและ วางแผนการดำเนินการ กิจกรรมร่วมกัน

แนวทางที่ 3: ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุด
จากการศึกษาพบว่ามิติการการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในด้านการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวนั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาอย่างจริงจังเพื่อให้พื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมี
ความพร้อมที่รอบด้านมากยิ่งขึ้น ดังรายละเอียดตารางที่ 4.26 ดังนี้

ตารางที่ 4.26 กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 3: ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุด

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 3: ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุด		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
หน่วยงานหลัก		
1. ใช้สื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น		
2. เพิ่มนวัตกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์แบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว
3. ใช้บุคคลที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencer) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน รวมถึงการควบคุม กำกับ และดูแลการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
4. สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างชุมชน	3. สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช	จัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ดำเนินการตามแผน กำกับ และติดตามผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์นโยบายและแผนพัฒนาจังหวัด รวมทั้งประสาน
5. พัฒนาปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) เพื่อตอบโจทย์ยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว		การจัดทำแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด รวมทั้งอำนวยความสะดวก ประสาน ปฏิบัติงาน สนับสนุนงาน และจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินการพัฒนา
6. ทำหนังสือหรือซีรี่ย์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาตามรอย		

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 3: ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุด		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
หน่วยงานสนับสนุน		
1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		ดูแลและจัดทำบริการ สาธารณะและกิจกรรม สาธารณะเพื่อประโยชน์ ของประชาชนในท้องถิ่น ตามหลักการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน
2. สถาบันการศึกษา		ให้การสนับสนุนด้านองค์ ความรู้ ผู้เชี่ยวชาญในด้าน ต่าง ๆ ทางด้านวิชาการ
3. สำนักงานกรมทางหลวง		ดำเนินการก่อสร้าง ควบคุม บูรณะ และ บำรุงรักษาถนน และป้าย บอกทางให้ครอบคลุมทุก พื้นที่และมีคุณภาพพร้อม ใช้งาน
4. ทหาร ตำรวจ นครศรีธรรมราช		สนับสนุน ส่งเสริมและ พัฒนาการประกอบ วิสาหกิจ และประสานงาน ระหว่างภาคเอกชน กับ ภาครัฐ
5. ภาคเอกชน สมาคมต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว		ให้การสนับสนุนเข้าร่วม การดำเนินงานเพื่อร่วม ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อ ร่วมแสดงความคิดเห็นและ วางแผนการดำเนินการ กิจกรรมร่วมกัน

แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่าเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีความจำเป็นในการพัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้มาใช้บริการดั่งนั้นมาตรฐานและผู้ให้บริการถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการให้บริการ ดังรายละเอียดตารางที่ 4.27 ดังนี้

ตารางที่ 4.27 กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
หน่วยงานหลัก		
1. พัฒนาทักษะด้านการบริการ ด้านภาษา ด้านทัศนคติ และอื่น ๆ ที่จำเป็นต่องานบริการ	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว
2. พัฒนามาตรฐานตราสินค้าและบริการที่เป็นที่รู้จักโดยสากล	2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน ร่มถึงการควบคุม กำกับ และดูแลการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
3. กิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ระหว่างวัย	3. สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช	จัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ดำเนินการตามแผน กำกับ และติดตามผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนพัฒนาจังหวัด รวมทั้งประสานการจัดทำแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด รวมทั้งอำนวยความสะดวก ประสาน ปฏิบัติงาน
4. กิจกรรมพัฒนานักสื่อความหมาย		
5. ปลุกฝังคนรุ่นใหม่ให้มีใจรักการทำท่องเที่ยว สร้างสายเลือด (DNA) นักพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน		

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
		สนับสนุนงาน และจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินการพัฒนา
4. สถาบันการศึกษา		ให้การสนับสนุนด้านองค์ความรู้ ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ทางด้านวิชาการ
หน่วยงานสนับสนุน		
	1. ภาคเอกชน สมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ให้การสนับสนุนเข้าร่วมการดำเนินงานเพื่อร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นและวางแผนการดำเนินการกิจกรรมร่วมกัน
	2. ตัวแทนผู้ให้บริการท่องเที่ยวชุมชน	ให้การสนับสนุนเข้าร่วมการดำเนินงานเพื่อร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นและวางแผนการดำเนินการกิจกรรมร่วมกัน
	3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ดูแลและจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน
	4. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช	สนับสนุน ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบ

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 4: พัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
		วิสาหกิจ และประสานงาน ระหว่างภาคเอกชน กับ ภาครัฐ

แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาพบว่าภูมิปัญญาในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นมีความหลากหลายแต่ยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ อีกทั้งยอดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชต่อหัวยังน้อย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการสู่การตลาดแบบเชิงประสบการณ์รวมทั้งการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนดังรายละเอียดตารางที่ 4.28 ดังนี้

ตารางที่ 4.28 กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ		
แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว		
กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
หน่วยงานหลัก		
1. พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์กับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว
2. พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการขายประสบการณ์		
3. พัฒนาสินค้าของฝากและของที่ระลึกของแต่ละชุมชนให้แตกต่างกันเพื่อสร้างเอกลักษณ์ประจำชุมชนนั้น ๆ	2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	จัดทำแผนงานการปฏิบัติงาน รวมถึงการควบคุม กำกับ และดูแล

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ

แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว

กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
4. จัดกิจกรรมงานจัดแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยเฉพาะ (Road Show)	3. สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช	การดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ จัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ดำเนินการตามแผน กำกับและติดตามผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์นโยบายและแผนพัฒนาจังหวัด รวมทั้งประสานการจัดทำแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด รวมทั้งอำนวยความสะดวก ประสาน ปฏิบัติงานสนับสนุนงาน และจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินการพัฒนา รับรองเครื่องหมายการค้าเพื่อรับรองมาตรฐานตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ในชุมชน ให้การสนับสนุนด้านองค์ความรู้ ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ทางด้านวิชาการ
5. เพิ่มพื้นที่ในการเรียนรู้แลกเปลี่ยน และปรึกษาหารือกันระหว่างชุมชนท่องเที่ยวหน่วยงานรัฐ เอกชนและ อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	4. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช 5. สถาบันการศึกษา	
หน่วยงานสนับสนุน		
1. ภาคเอกชน สมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว		ให้การสนับสนุนเข้าร่วมการดำเนินงานเพื่อร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นและ

กิจกรรมและผู้รับผิดชอบ

แนวทางที่ 5: ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว

กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน้าที่
		วางแผนการดำเนินการ กิจกรรมร่วมกัน
2. ตัวแทนผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวชุมชน		ให้การสนับสนุนเข้าร่วม การดำเนินงานเพื่อร่วม ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อ ร่วมแสดงความคิดเห็นและ วางแผนการดำเนินการ กิจกรรมร่วมกัน
3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		ดูแลและจัดทำบริการ สาธารณะและกิจกรรม สาธารณะเพื่อประโยชน์ ของประชาชนในท้องถิ่น ตามหลักการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน
4. หอการค้าจังหวัด นครศรีธรรมราช		สนับสนุน ส่งเสริมและ พัฒนาการประกอบ วิสาหกิจ และประสานงาน ระหว่างนักธุรกิจ ภาคเอกชน กับภาครัฐ
5. สำนักงานประชาสัมพันธ์		ดำเนินการงานด้านการ ประชาสัมพันธ์และการ สื่อสารมวลชนเพื่อ เสริมสร้างความเข้าใจแก่ ประชาชน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Research Methodology) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบการวิจัยระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมและพักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 304 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานละ 1 คน และตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 คน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อในการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะของการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง และศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำมาสรุปผลการศึกษาเรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ดังนี้

5.1.1 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (การวิจัยเชิงปริมาณ)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า

5.1.1.1 พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง/ปี รองลงมา มากกว่า 4 ครั้ง/ปี เดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช 3-4 ครั้ง/ และอื่น ๆ ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา เยี่ยมญาติ/พี่น้อง/เพื่อน หาประสบการณ์ใหม่ ๆ ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา/ความเชื่อ เช่น แก้บน สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น เป็นเมืองทางผ่าน ตามรีวิว ประชุม/สัมมนา หาความรู้ ติดต่อธุรกิจ/ราชการ ได้รับรางวัลในการเดินทาง ตามรอยละคร และลดหย่อนภาษี ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) รองลงมาวันหยุดพักผ่อนประจำปี/พักร้อน วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันอื่น ๆ ตามลำดับ

จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3-4 วัน รองลงมา 1-2 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง 5-6 วัน และ 7 วันขึ้นไป ตามลำดับ

จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (รวมครั้งนี้) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง รองลงมา 3-4 ครั้ง เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง 5-6 ครั้ง เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรองมากกว่า 10 ครั้ง เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง 9-10 ครั้ง และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง 7-8 ครั้ง ตามลำดับ

ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เว็บไซต์ทางการ (Official Website) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก Google Maps รองลงมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) Wongnai เว็บไซต์หน่วยงานการท่องเที่ยว Agoda เว็บไซต์สมาคมท่องเที่ยวจังหวัด TripAdvisor และ Airbnb ตามลำดับ

ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก Facebook รองลงมา Blog เกี่ยวกับการท่องเที่ยว TikTok Instagram และ LINE ตามลำดับ

ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว รองลงมา งานมหกรรมท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย เป็นต้น โทรศัพท์ นิทรรศการการท่องเที่ยว คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ ป้ายโฆษณา บริษัทนำเที่ยว ละคร/ภาพยนตร์ และหนังสือพิมพ์/นิตยสาร ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อน รองลงมา ครอบครัว/ญาติพี่น้อง แฟน/คู่รัก Blogger/Influencer/YouTuber และบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ

เหตุผลที่ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากคำชักชวนของครอบครัว/เพื่อน รองลงมา ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมประจำปีของจังหวัด รีวิวในสื่อออนไลน์ ราคาไม่แพง/คุ้มค่า การบอกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวจากคนรู้จัก งานท่องเที่ยว เช่น ไทยเที่ยวไทย กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ช่องทางการซื้อ/จองเพื่อกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อโดยตรงกับชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว รองลงมา ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และซื้อผ่านบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนขาย ตามลำดับ

5.1.1.2 พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

สถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่าง ๆ รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ชุมชนบ้านแหลมโฮมสเตย์ เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น สถานที่บันเทิง เช่น ศูนย์การค้า สวนสาธารณะ ผับ บาร์ และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และความเชื่อ เช่น วัด มัสยิด โบสถ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นต้น ตามลำดับ

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง รองลงมา เที่ยวน้ำตก ขอพรวัดเจดีย์ไฉ่ สักการะ

วัดพระธาตุ/ศาลหลักเมือง/สถานที่สำคัญอื่น ๆ ตลาดย้อนยุค ชมวิถีชีวิตชุมชน ชมกำแพงเมืองเก่า ล่องเรือ แห่ผ้าขึ้นธาตุ ปั่นจักรยานชมวิว เทียวพิพิธภัณฑ์ ดูหนังตะลุง นั่งรถชมวิวแหลมตะลุมพุก ทำสปาโคลน ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปลูกป่าชายเลน และกิจกรรมจักสานย่านลิเภา ตามลำดับ

ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติ/ครอบครัว รองลงมา เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คู่รัก และเดินทางคนเดียว ตามลำดับ

สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท รองลงมา บ้านญาติ โฮมสเตย์ โฮสเทล/เกสเฮาส์/บังกะโล บ้านพักส่วนตัว และสถานที่พักอื่น ๆ ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ไม่รวมค่าตัวเครื่องบิน (ต่อคน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 3,000 บาท/วัน รองลงมา 3,001-5,000 บาท/วัน และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 5,000 บาท/วัน ตามลำดับ

ยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปยังเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางไปยังเมืองรองโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว รองลงมา เครื่องบิน รถโดยสารประจำทาง รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว รถไฟ และยานพาหนะอื่น ๆ ตามลำดับ

ยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยวในเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยวในเมืองรอง รองลงมา รถเช่า รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถรับจ้าง เช่น Taxi เป็นต้น ตามลำดับ

5.1.1.3 พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ท่านต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน รองลงมา ไม่แน่ใจ และไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ ตามลำดับ

ท่านต้องการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นหรือคนรู้จักมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการบอกต่อ รองลงมา ไม่แน่ใจ และไม่ต้องการบอกต่อ ตามลำดับ

ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้น และไม่มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้น ตามลำดับ

ในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีข่าวด้านลบท่านมีความต้องการปกป้อง (Defend) ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการปกป้อง รองลงมา ไม่แน่ใจ และไม่ต้องปกป้อง ตามลำดับ

จากผลการศึกษาเกี่ยวพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชดังกล่าวสามารถนำผลการศึกษามาใช้ในการวางแผน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ในมิติของการทำการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมในทุก ๆ มิติ และเลือกใช้ช่องทางในการทำการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5.1.2 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (การวิจัยเชิงปริมาณ)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางพบว่า การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ องค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X_1) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (X_2) ด้านความจริงแท้ (X_6) และด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (X_7) ส่วนองค์ประกอบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่พบความสำคัญกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

เมื่อนำองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X_1) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (X_2) ด้านความจริงแท้ (X_6) และด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (X_7) มาสร้างการพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ได้ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.482

จากผลการศึกษาเกี่ยวองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางดังกล่าวสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการพัฒนางองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความจริงแท้ และด้านการยอมรับของคนในพื้นที่เพื่อเพิ่มความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางได้

5.1.3 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า

5.1.3.1 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) อันดับที่ 1 ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวโดยให้ข้อมูลตรงกันว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ โบราณสถาน หรือแม้กระทั่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุก ๆ กลุ่มที่แตกต่างกันทำให้เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2) อันดับที่ 2 ความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

ในมิติด้านความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เนื่องจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอาณาจักรโบราณที่มีประวัติศาสตร์ความรุ่งเรืองมายาวนาน ในฐานะเมืองศูนย์กลางและเมืองท่าสำคัญของแหลมมลายู อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีความโดดเด่นไปด้วยศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันงดงามเป็นเอกลักษณ์

3) อันดับที่ 3 ความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่าศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในมิติของความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติครบถ้วนทั้ง เขา ป่า นา เล ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความต้องการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชง่ายขึ้น

4) อันดับที่ 4 การเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทาง

ด้านการเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทางผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นตรงกันว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพที่ดีในการของความหลากหลายและความสะดวกในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากมีตัวเลือกที่หลากหลายของยานพาหนะ ซึ่งถือเป็นตัวเลือกหลักสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจอยากเดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมากยิ่งขึ้น

5) อันดับที่ 5 เป็นเมืองแห่งความศัทธาและความศักดิ์สิทธิ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่าศักยภาพที่ดีอีกมิติหนึ่งคือ จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองแห่งความศัทธาและความศักดิ์สิทธิ์ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่จะเน้นไปทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือสายมูเช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไฉ่ เป็นต้น

6) อันดับที่ 6 ชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลให้ความเห็นตรงกันว่าชื่อเสียงของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่โด่งดังมาอย่างช้านานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากเดินทางมาเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียงด้านความศักดิ์สิทธิ์ของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดคูบ้านคูเมืองที่ต่างถูกขนานนามว่า เกิดมาหนึ่งชาติ ขอให้ได้กราบพระธาตุเมืองนคร

7) อันดับที่ 7 มีจุดเด่นด้านอาหาร มีความหลากหลายและรสชาติอร่อย

อาหารถือเป็นศักยภาพศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นเห็นว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีจุดเด่นในด้านอาหาร เนื่องจากรสชาติของอาหารพื้นถิ่นในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชถือได้ว่าเป็นรสชาติอาหารได้แท้ ไม่ว่าใครที่ได้มีโอกาสสัมผัสลองก็มักจะติดใจและอยากกลับมากินซ้ำ โดยเมนูยอดนิยมยกตัวอย่างเช่น ข้าวแกงเมืองคอน ขนมจีนเมืองคอน แกงไตปลา เป็นต้น

5.1.3.2 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) ด้านเจ้าบ้าน

ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านเจ้าบ้านโดยให้ข้อมูลตรงกันว่า ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการสัมภาษณ์พบว่าด้านเจ้าบ้านมีศักยภาพที่ต้องพัฒนาเนื่องจากภาพลักษณ์ของคนจังหวัดนครศรีธรรมราชดูเป็นคนดูร้าย รวมถึงด้านทักษะความเชี่ยวชาญในงานบริการพบว่าคนในพื้นที่ยังไม่มี ความเชี่ยวชาญในทักษะด้านงานบริการมากพอต่อการรองรับการจัดการท่องเที่ยวรวมถึงทักษะด้านภาษาที่มีความจำเป็นต้องเพิ่มพูนทักษะส่วนนี้เพื่อรองรับการขยายตลาดต่างประเทศ อีกทั้งพบว่าคนรุ่นหลังในพื้นที่ไม่ค่อยสนใจภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้มีความเสี่ยงที่จะทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสูญหายได้หากไม่มีคนรุ่นหลังสืบทอด

2) ด้านความร่วมมือ

สำหรับด้านความร่วมมือผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นว่า มิติด้านความร่วมมือถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการสัมภาษณ์พบว่าขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน ทั้งด้านการวางแผนนโยบาย การทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน อีกทั้งในบางพื้นที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังจึงทำให้การพัฒนาไปกระจุกอยู่เพียงบางจุด

เท่านั้น รวมไปถึงการขาดนักวิชาการที่ทำงานร่วมกับชุมชนอย่างจริงจังยังมีน้อยทำให้ในบางพื้นที่ที่ต้องการองค์ความรู้หรือทักษะเฉพาะจากผู้เชี่ยวชาญยังขาดการทำงานร่วมกันอย่างจริงจัง

3) ด้านการพัฒนา

ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นด้านการพัฒนาว่า ระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดที่ยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องพัฒนาเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละจุดอยู่ห่างไกลกันทำให้การเดินทางภายในจังหวัดยังไม่ค่อยสะดวกต่อการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัว รวมถึงการขาดความมั่นใจด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยที่ต้องพัฒนาเพราะเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวแล้วรู้สึกปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินเช่นเดียวกับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ยังเป็นปัญหาไม่สามารถแก้ปัญหาน้ำท่วมและภัยพิบัติในช่วงฤดูฝนได้รวมถึงมิติด้านงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงรวมถึงนโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ได้มาจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยตรง

4) ด้านแหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ มิติด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเท่าที่ควรทั้งในด้านของการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัญหาที่พบเจอได้บ่อยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดังรวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ที่สถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดมาตรฐาน เช่น SHA มาตรฐานโฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังกล่าวสามารถนำผลการศึกษาด้านศักยภาพที่ดีและศักยภาพที่ต้องพัฒนาของจังหวัดนครศรีธรรมราชมาใช้ในการวางแผนข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

5.1.4 ผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง และศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก

ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแปลผลเพื่อนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 5 แนวทางตามภาพที่ 4.2 โดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง รวมไปถึงการต่อยอดงานวิจัยเพื่อพัฒนางานวิจัยเฉพาะด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มากยิ่งขึ้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองและเป็นประโยชน์ต่อการสร้างงานกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำของสังคมได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง และศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยดังกล่าวมาพิจารณาประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.2.1 พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในปี พ.ศ. 2566 สามารถอภิปรายผลได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.2.1.1 พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง/ปี สอดคล้องกับงานของ ทวีลาภ รัตนราช (2553) และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ สกลภัส ปลุกจิตรสม (2559) พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ สำหรับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) สอดคล้องกับงานของสุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3-4 วัน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ สกลภัส ปลุก

จิตรสม (2559) จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (รวมครั้งนี้) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 1-2 ครั้ง สอดคล้องกับงานของ ชลพลกฤต รัตนนราทร (2562) ด้านช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เว็บไซต์ทางการ (Official Website) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก Google Maps ซึ่งแตกต่างจากงานของวรรณค์ ทิวทัศน์ (2565) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาแหล่งข้อมูลก่อนการเดินทางจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก Facebook แตกต่างจาก เอกธนา พลเชียงขวาง (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัญมณีของจังหวัดจันทบุรีเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ในด้านสื่อออฟไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากคำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว สอดคล้องกับงานของ ชลพลกฤต รัตนนราทร (2562) และสอดคล้องกับ เอกธนา พลเชียงขวาง (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัญมณีของจังหวัดจันทบุรีเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางคือ เพื่อน และเหตุผลที่ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จากคำชักชวนของครอบครัว/เพื่อนจำนวน ช่องทางการซื้อ/จองเพื่อมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อโดยตรงกับชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานของ วรรณค์ ทิวทัศน์ (2565) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่องทางในการซื้อ/จองมาท่องเที่ยวโดยกับแหล่งท่องเที่ยว (Walk-in)

5.2.1.2 พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

สถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่าง ๆ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติ/ครอบครัว สอดคล้องกับงานของ วิจิตรดา โพธิ์เงิน (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ไม่รวมค่าตัวเครื่องบิน (ต่อคน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 3,000 บาท/วัน สอดคล้องกับงานของ ชลพลกฤต

รัตนนราทร (2562) ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปยังเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยวในเมืองรอง สอดคล้องกับ สอดคล้องกับงานของ ฐิติวรดา โพธิ์เงิน (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว เมืองรองกรณีศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.1.2 พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอนและต้องการแนะนำ บอกต่อให้ผู้อื่นหรือคนรู้จักมาเที่ยวเมืองรองและมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นรวมถึงมีความ ต้องการปกป้อง (Defend) ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับ งานของ ชลพลกฤต รัตนนราทร (2562) และแตกต่างกันกับงานของวิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง และคณะ (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ- เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความภักดีในระดับปานกลางทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ ด้านการแนะนำและบอกต่อ ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น และด้านการอนุรักษ์/ปกป้อง จากการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มี ต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความภักดี ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นแตกต่างกัน เป็น เพราะ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากย่อมมีกำลังซื้อมาก ดังนั้นการขึ้นราคาสินค้า และบริการต่าง ๆ ย่อมไม่ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย โดยพบว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เป็นเพราะอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ- เกาะพะงันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย และมุ่งเน้นการท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ จึงยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการนักท่องเที่ยวมากนัก เช่น ไม่มีบ้านพักให้บริการ มีเพียงลานกางเต็นท์เท่านั้น งานสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรม การซื้อและพลังผลักดันของผู้บริโภค ที่แบ่งออกเป็น 3 ช่อง คือ ก่อน ระหว่าง และหลัง ของ Schmoll (1977) ได้มีการนำเสนอต้นแบบ โดยระบุถึงพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ

5.2.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมาย ปลายทาง จากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมและพักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราชในปี พ.ศ. 2566 สามารถอภิปรายผลได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ได้แก่ องค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 9 ด้านดังนี้

ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Middleton and Hawkins (1994) และภัสรณลิน เกียรติกมลศรี และศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และสอดคล้องกับ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครศรีธรรมราชกับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ

ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Middleton and Hawkins (1994) และภัสรณลิน เกียรติกมลศรี และศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญเลิศ จิตรตั้งวัฒนา (2542) ที่เน้นประเด็นดังกล่าวโดยกล่าวถึงว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีการเข้าถึงเพราะการมีเครือข่ายการคมนาคมเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้

ด้านความจริงแท้ สอดคล้องกับอมราวดี คำบุญ และดลฤทัย โกวรรณะกุล (2556) ผู้ทำการศึกษาเรื่อง “การประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี” โดยใช้หลัก 6 A (สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก บริการเสริม ที่พัก และกิจกรรม) เพื่อสำรวจความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของอำเภอท่องเที่ยวขนาดเล็กและของตงงานสอดคล้องกับแนวคิด 6A ของ Pelasol (2012) ด้านวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมมาเชื่อมโยงกับสิ่งเดิมในอนาคตและความทรงจำ ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางได้ดียิ่งขึ้น (ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ, 2545)

ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ สอดคล้องกับอมราวดี คำบุญ และดลฤทัย โกวรรณะกุล (2556) ผู้ทำการศึกษาเรื่อง “การประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี” โดยใช้หลัก 6 A (สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก บริการเสริม ที่พัก และกิจกรรม) เพื่อสำรวจความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของอำเภอท่องเที่ยวขนาดเล็กและของตงงานสอดคล้องกับแนวคิด 6A ของ Pelasol (2012)

ส่วนองค์ประกอบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่พบความสำคัญกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางประกอบด้วย

ด้านสถานที่พัก พบว่าจากการศึกษาในครั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ซึ่งแตกต่างจาก Lohmann and Beer (2013) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ พื้นฐานของการท่องเที่ยว: อะไรทำให้บุคคลเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และภูมิภาคเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก (ซึ่งสอดคล้องกับ Chan and Baum (2007) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในคินาบาตังกันตอนล่าง รัฐซาบารห์ ประเทศมาเลเซีย ได้กล่าวถึงที่พักเป็นปัจจัยสำคัญในมาเลเซียควบคู่ไปกับระบบสาธารณูปโภค

ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง แตกต่างจากแนวคิดของ Inkpen (1998) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Clarke (1995) ที่กล่าวไว้ว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีองค์ประกอบอยู่ 4 องค์ประกอบ เพื่อทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมโดยรวมของพื้นที่ และความสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนท่องเที่ยวที่จะสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าปัจจัยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับงานของธนภุต ยอดอุดม และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวของ อำเภอพรหมคีรี อำเภอนบพิตำ และอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวเป็นปัญหาของสิ่งที่จัดขึ้นเพื่อเอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวของอำเภอพรหมคีรี อำเภอนบพิตำ และอำเภอสิชล ขาดศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอพรหมคีรีอำเภอนบพิตำ และอำเภอสิชล พบปัญหาของสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว

ด้านความปลอดภัย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง แตกต่างกับงานของ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครศรีธรรมราชกับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่ นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่ให้คะแนนปัจจัยสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทั้งในด้านความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน

ด้านสุขอนามัย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง แตกต่างกับงานของ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครศรีธรรมราชกับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่ นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนใหญ่ให้คะแนนปัจจัยสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวด้านสุขอนามัยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสุขอนามัยมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ให้บริการควรให้ความระวังและมีความตระหนักรู้ในการให้บริการทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5.2.3 ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง พบว่าศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2) ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย

5.2.3.1 ศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่

1) ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ โบราณสถาน หรือแม้กระทั่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุก ๆ กลุ่มที่แตกต่างกันทำให้เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจอยากเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครศรีธรรมราชกับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ พบว่าเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพที่ดี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา วิถีชีวิตท้องถิ่น อาหาร เป็นต้น

2) ความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ พบว่าเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เนื่องจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอาณาจักรโบราณที่มีประวัติศาสตร์ความรุ่งเรืองมายาวนาน ในฐานะเมืองศูนย์กลางและเมืองท่าสำคัญของแหลมมลายู อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีความโดดเด่นไปด้วยศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันงดงามเป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครศรีธรรมราชกับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ และยังสอดคล้องกับอมราวดี คำบุญ และดลฤทัย โกวรรณกุล (2556) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี” โดยใช้หลัก 6 A (สถานที่ท่องเที่ยว

การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก บริการเสริม ที่พัก และกิจกรรม) เพื่อสำรวจความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของอำเภอท่องเที่ยวขนาดเล็กและของตงงานสอดคล้องกับแนวคิด 6A ของ Pelasol (2012) ด้านวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมมาเชื่อมโยงกับสิ่งเดิมในอนาคตและความทรงจำ ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางได้ดียิ่งขึ้น

3) ความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ พบว่าศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวในเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในมิติของความสมบูรณ์และความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติครบถ้วนทั้ง เขา ป่า นา เล ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความต้องการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับ สุรศักดิ์ แก้วอ่อน และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า จุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ด้านธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงามหลายแห่งไม่ว่าจะเป็นทางด้านทะเล แม่น้ำปากพนัง แหล่งตะลุมพุก หรือทัศนียภาพบริเวณปากอ่าวแม่น้ำปากพนัง รวมถึงความสมบูรณ์ของป่าชายเลน ระบบนิเวศ 3 น้ำที่สำคัญ คือน้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย อีกทั้งยังมีความหลากหลายของพันธุ์สัตว์อีกมากมาย

4) การเดินทางสะดวก มีตัวเลือกหลากหลายช่องทาง พบว่าความหลากหลายของช่องทางการเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งทางเครื่องบิน รถทัวร์ รถไฟ เป็นต้น ด้วยตัวเลือกที่หลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาในพื้นที่ได้อย่างสะดวก สอดคล้องกับบรรณพร กักค่างพลู (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านอรรถประโยชน์ ชุมชนชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีภาพรวมของผลการศึกษาอยู่ในระดับสำคัญมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพทาย บำรุงจิต (2549) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาพบว่าความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องการแนวคิดของ Pelasol (2012) ได้กล่าวว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ และหนึ่งในนั้นคือ ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

5) เป็นเมืองแห่งความศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์ จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นที่รู้จักกันดีในด้านความศักดิ์สิทธิ์ และมีสถานที่ที่เชื่อกันว่าเป็นที่ศักดิ์นาสำคัญ อาทิ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไฉ่ ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในการทำพิธีทางศาสนาและมีนักท่องเที่ยวแวะมาเยือนกันอย่างจำนวนมาก สอดคล้องกับสุรศักดิ์ แก้วอ่อน และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ

แผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอบางแพ จังหวัดนครราชสีมา พบว่าศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีลุ่มน้ำปากแพในอำเภอบางแพ จังหวัดนครราชสีมา มีวิถีศาสนาและความเชื่อ ได้แก่ พระพุทธรูปและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในอำเภอบางแพ จังหวัดนครราชสีมา ศาลาหลวงพ่อโอภาสีศาลแม่นางโดยพ่อท่านเขียว พ่อท่านเมือง ศาลเจ้าฮกเกี้ยน และโบสถ์ครึ่งปูนครึ่งไม้อายุร้อยกว่าปีแห่งวัดรามประดิษฐ์

6) ชื่อเสียงของจังหวัดเป็นจุดดึงดูดทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว ชื่อเสียงที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมาย สาเหตุหนึ่งคือความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่มีในพื้นที่นี้ นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจที่ช่วยสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าตื่นตาตื่นใจและน่าจดจำ สอดคล้องกับ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครราชสีมากับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ พบว่า เมืองรอง จังหวัดนครราชสีมาศักยภาพที่ดี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา วิถีชีวิตท้องถิ่น อาหาร เป็นต้น ซึ่งจุดเด่นขององค์ประกอบเหล่านี้ที่ทำให้เมืองรอง จังหวัดนครราชสีมาชื่อเสียงมาอย่างช้านานส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา

7) มีจุดเด่นด้านอาหาร มีความหลากหลายและรสชาติอร่อย สอดคล้องกับ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครราชสีมากับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ พบว่า เมืองรอง จังหวัดนครราชสีมาศักยภาพที่ดี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา วิถีชีวิตท้องถิ่น อาหาร เป็นต้น ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ นอกจากนี้ ความแข็งแกร่งของภาคการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังมีส่วนสำคัญในเรื่องของการร่วมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกันภายในพื้นที่ซึ่งสอดคล้องกับผู้ประกอบการภาคเอกชนในอำเภอนอมนที่เชื่อว่าจุดแข็งของพวกเขาคือภาคเอกชนในพื้นที่และที่ตั้งของจังหวัดเป็นจุดแข็งเพราะจังหวัดนครราชสีมาตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งแตกต่างกับ Bajs (2011) ที่ระบุเอาไว้ว่านักท่องเที่ยวถูกดึงดูดด้วยคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยว เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ที่พัก ความบันเทิง โครงสร้างการท่องเที่ยว การต้อนรับธรรมชาติของคนในท้องถิ่นและประสบการณ์ทางอารมณ์ที่จดหมายปลายทาง

5.2.3.2 ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่

1) ด้านเจ้าบ้าน ซึ่งมีประเด็นย่อยที่ต้องพัฒนา เช่น ด้านภาพลักษณ์ของเจ้าบ้านดูเป็นคนดูร้าย ด้านทักษะความเชี่ยวชาญในงานบริการ คนรุ่นหลังในพื้นที่ไม่ค่อยสนใจภูมิ

ปัญหาท้องถิ่น ซึ่งแตกต่างกับ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดท่องเที่ยวสำหรับนครศรีธรรมราชกับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศโดยมีกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา พบว่าความเป็นมิตรและการต้อนรับของคนในท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ท้องถิ่นวิถีชีวิตและความคุ้มค่าในที่พักได้รับการประเมินระดับความพึงพอใจโดยรวมของจังหวัดนครศรีธรรมราชอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาวิจัยเล่มนี้เล่มกลับมีผลในฝั่งตรงข้ามสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านเจ้าบ้านว่าเป็นศักยภาพที่จำเป็นต้องพัฒนาและเพื่อให้การพัฒนาด้านเจ้าบ้านได้รับผลเชิงบวกนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการวางแผนการพัฒนามาตรฐานและศักยภาพผู้ให้บริการ เช่น พัฒนากิจกรรมด้านการบริการ ด้านภาษา ด้านทัศนคติและอื่น ๆ ที่จำเป็นต่องานบริการ รวมถึงพัฒนามาตรฐานตราสินค้าและบริการที่เป็นที่รู้จักโดยสากลเพื่อรองรับการขยายตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม และหลากหลายมากขึ้นในอนาคต

2) ด้านความร่วมมือ โดยมีประเด็นย่อยด้านที่ต้องพัฒนา คือ การขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน บางพื้นที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านการขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังในบางพื้นที่ และมีนักวิชาการที่ทำงานร่วมกับชุมชนอย่างจริงจังน้อย สิ่งเหล่านี้คือประเด็นที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับสุรศักดิ์ แก้วอ่อน และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ แผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าด้านความร่วมมือกันในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกลุ่มระดับจังหวัด แต่ยังไม่ได้มีกลุ่มเฉพาะระดับตำบลหรืออำเภอ ซึ่งผู้ประกอบการในพื้นที่ควรมีระบบการดำเนินงานการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดีขึ้นควรริเริ่มจากกระบวนการ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการและการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ผู้ประกอบการในชุมชนได้มีเวทีในการแลกเปลี่ยนความเห็นและปรึกษาถึงสถานการณ์ที่พบเจอกันในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถเชื่อมโยงความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร สินค้าที่ระลึกภายในกลุ่มกันเองหรือเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องก็สามารถจัดทำฐานข้อมูลในการวางแผนงบประมาณในการส่งเสริมการช่วยเหลือและจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งขึ้นได้

3) ด้านการพัฒนา โดยมีประเด็นย่อยด้านที่ต้องพัฒนา คือ ด้านระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ ด้านความมั่นใจด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานยังไม่สามารถแก้ปัญหาน้ำท่วมและภัยพิบัติในช่วงฤดูฝนได้ ด้านงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ และนโยบายด้านการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวไม่ได้มาจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยตรง สอดคล้องกับสุรศักดิ์ แก้วอ่อน และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ แผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนในอำเภopak พนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีลุ่มน้ำปากพนังในอำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีศักยภาพที่ต้องพัฒนา คือ 1) ด้านพื้นที่ ควรพัฒนาการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นจำนวนมาก เพิ่มเจ้าหน้าที่คอยต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยว ปรับปรุงป้ายบอกทางและเพิ่มความต่อเนื่องของป้ายบอกทางหรือป้ายสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวตามจุดแยกต่าง ๆ 2) ด้านการจัดการ ควรมีการจัดการขยะ ส่งเสริมการใช้วัสดุธรรมชาติ ดูแลความปลอดภัยในการใช้เรือและการเดินสัญจรบนทางเท้ายกระดับริมแม่น้ำ แสงสว่างตามมุมอับต่าง ๆ 3) ด้านกิจกรรม ควรพัฒนาระบบการสื่อความหมาย มัคคุเทศก์เล่าเรื่อง นิทรรศการหรือพิพิธภัณฑ์มีชีวิต อาจจัดเป็นพื้นที่แสดงเรื่องราวหรือสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การล่องเรือควรมีการบรรยายตลอดเวลาและมีจุดแวะที่นำเสนอใจระหว่างทาง 4) ด้านการมีส่วนร่วม ภาครัฐควรสนับสนุนให้ชุมชนนำเสนอสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่นในตลาด ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดการขยะและการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

4) ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยมีประเด็นย่อยด้านที่ต้องพัฒนา คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเท่าที่ควร ด้านการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวอยู่เฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดัง ด้านการประชาสัมพันธ์ และสถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดมาตรฐาน เช่น SHA มาตรฐานโฮมสเตย์ เป็นต้น สอดคล้องกับ Angsikarn Sasithornwetchakul (2018) ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนครศรีธรรมราชกับการท่องเที่ยวระดับรองเมืองสู่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ พบว่า ศักยภาพที่ต้องพัฒนาในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 1) ทรัพยากรบุคคลในด้านทักษะทางภาษา 2) จำนวนบุคลากรที่มีคุณสมบัติไม่เพียงพอที่มีความชำนาญในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ 4) การขนส่งสาธารณะ (เช่น ความสะดวก ความปลอดภัย ความสะอาด) 5) สถานที่ทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (เช่น พิพิธภัณฑ์หุ่นกระบอก) 6) ความหลากหลายและความแตกต่างของกิจกรรมจากเมืองหลัก (เช่น เทศกาล กิจกรรมพิเศษ ช้อปปิ้ง) กิจกรรมที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทางเลือกต่าง ๆ 7) ที่พักผู้ให้บริการ (เช่น มัคคุเทศก์ คนขับรถ บริษัททัวร์ท้องถิ่น) การท่องเที่ยว 8) การตีความ (เช่น ป้ายคน) ความแท้จริงของศิลปะและสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม และ 9) ความน่าดึงดูดใจในการใช้จ่ายเงินมากขึ้นรวมถึงศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเมืองหลักคืออยู่ในระดับต่ำทั้งความสำคัญและความพึงพอใจ ปัจจัยเหล่านี้จึงกลายเป็นจุดอ่อนของจังหวัดและต้องปรับปรุง แตกต่างกับ ธนกฤต ยอดอุดม และคณะ (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอยะหริ่งอำเภอนบพิตำ และอำเภอลือ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัญหาเฉพาะจุด

ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ปัญหาด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) ปัญหาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) ปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวและ 5) ปัญหาด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสาเหตุของปัญหาดังกล่าวเกิดจากประกอบด้วย 1) การพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวการสร้างเครือข่ายจะช่วยส่งเสริมการขยายตัวของการท่องเที่ยว 2) ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการนำจุดแข็งจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3) การพัฒนาการขนส่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยว 4) การร่วมกันพัฒนาจาก 3 ภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชน ซึ่งผลจากการศึกษาที่พบเกี่ยวกับศักยภาพที่ต้องพัฒนาด้านสถานที่ท่องเที่ยวในครั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นในการวางแผน และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและตรงจุด เช่นการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างตรงจุด การพัฒนาโครงสร้างพื้นที่ให้มีความสมบูรณ์และพร้อมใช้งาน การพัฒนานักวิชาการและนักวิจัยให้ทำงานร่วมกับชุมชน และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ ให้พร้อมใช้งานและครอบคลุมในทุก ๆ พื้นที่ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการบอกต่อเพื่อส่งผลต่อประโยชน์ในการพัฒนาและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและมีความพร้อมในทุก ๆ มิติจะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว Pelasol (2012) ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ว่า องค์ประกอบที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรหน่วยงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อประโยชน์ต่อองค์กร หน่วยงาน และชุมชน

1) หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จังหวัดนครศรีธรรมราช ท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือสถาบันการศึกษา สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนร่วมกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง

จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง

2) หน่วยงานภาคเอกชน เช่น หอการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช สมาคมท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช บริษัทขนส่ง จำกัด เป็นต้น สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการใช้บริการหรือวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว รวมไปถึงการต่อยอดงานวิจัยเพื่อพัฒนางานวิจัยเฉพาะด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มากยิ่งขึ้น

3) ชุมชนท้องถิ่น เช่น ชุมชนที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ หรือคนในพื้นที่ และชุมชนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านการพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันในชุมชน

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างเมืองหลักกับเมืองรอง
- 2) ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาเส้นทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างเมืองรองไปยังเมืองหลัก
- 3) ควรศึกษาในมิติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการขยายตลาดการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อรองรับการทำการตลาดต่างประเทศ

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. (2561). นโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรอง. สืบค้นจาก <https://thainews.prd.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2564 (Tourism Statistics 2021). สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/news/category/628>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) จาก https://secretary.mots.go.th/download/article/article_20230327145011.pdf
- กฤษรักษ์ อยู่เจริญ. (2559). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังเหตุการณ์น้ำท่วมฉับพลันบริเวณ อ่าวพร้าว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- กวินธิดา ลอยมา (2563). แนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองของไทย กรณีศึกษาจังหวัดสิงห์บุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- กันทิมาลน์ จินดาประเสริฐ. (2556). ความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- กาญจนา กาแก้ว. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว. ใน การท่องเที่ยวหน่วยศึกษานิเทศ กรมการฝึกหัดครู. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). อัปเดตเทรนด์ท่องเที่ยว 'เมืองรอง'. สืบค้นจาก <https://www.dla.go.th>
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- กุลปาลิ หนูนักรักดี. (2563). แนวทางการเพิ่มระยะเวลาพำนักรักค้างคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ชายหาดบางแสน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.

- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์ (2555). ความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- เฉลิมลักษณ์ คุปต์พันธ์ และปริญญา บรรจงมณี. (2563). แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 14(1), 1-13.
- จันทิมา อภิวิสุทธิรักษ์ และปริยาพร ดิสสะมาน. (2552). พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- จารุวรรณ พิลลา (2563). การเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีศักยภาพสูง (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- จินดาภา กลิ่นเมือง. (2558). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา: แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- จุไรรัตน์ มีโส. (2558). พฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- เจษฎา สุทธิอุดม. (2549). พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศบนพื้นที่เกาะช้างกิ่งอำเภอเกาะช้างจังหวัดตราด. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เฉลิมชัย วัฒนศักดิ์ศิริ. (2562). มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (เล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี. กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
- เฉลิมรัชต์ เข้มราช. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้น กรณีศึกษาอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ชลพลกฤต รัตน์นราทร. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

- ชลัดดา สนวนพรหม. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของครัวเรือนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ฐิตีวรรณ โพธิ์เงิน. (2562). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี. สืบค้นจาก <http://www.mba-smartmanagers.com/wp-content/uploads/2019/10/4017.pdf>
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฏฐา กิจเกษมพงศา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยเมืองพัทยา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ณัฏฐา กิจเกษมพงศา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยเมืองพัทยา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ณัฐธิดา โพธิ์ปี. (2561). ปัญหาและอุปสรรคในการขยายตลาดท่องเที่ยวเมืองรองสำหรับนักท่องเที่ยวตลาดรัสเซีย กรณีศึกษา: จังหวัดพิษณุโลก (ภาคานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐพล นวมะรัตน์ และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2565). ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 7(1), 15-30.
- ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, ชลบุรี.
- ตันติกร โคตรขารี, จินณพัช ปทุมพร และราณี อธิชัยกุล. (2564). การศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวการเลือกเมือง จุดหมายปลายทางและความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(2), 727-743.
- ตันติกร โคตรขารี. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาพระธาตุประจำวันเกิด จังหวัดนครพนม (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

- ทวีลาภ รัตนราช. (2553). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะไข่ จังหวัดชุมพร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และเกศรา สุกเพชร. (2559). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเขตภาคกลางตอนล่างของไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 5(2), 4-14.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- ชนกฤต ยอดอุดม และคณะ. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอยะไข่ อำเภอหนองบัว และอำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(3), 209-220.
- ชนพล ถาวรศิลป์. (2552). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดสระแก้ว* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง. (2563). ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 28(1), 141-167.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2550). *แนวคิดแนวทางการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- นิรันดร์ คำอักษร. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยในเส้นทางบินภายในประเทศของสายการบินไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นิตาชล ยูวะเดมย์. (2555). *การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและทัศนคติต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าปลอดแบบของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปฮ่องกง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2551). “55 เมืองรอง” เติบโตทุกมิติ ททท. เร่งสร้างแบรนด์กระตุ้นรายจังหวัด. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-205390>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี : เพรินทร์หลวง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: การวางแผนการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน* (พิมพ์ครั้งที่ 2, ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

- บุญวัฒน์ ศรีขวัญ. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่าอากาศยานเมืองรองในภูมิภาคอย่างยั่งยืน สำหรับพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ไจมา. (2552). การพัฒนาบทบาทองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมและสนับสนุนความ พร้อมของเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกลุ่มภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ประชุม รอดประเสริฐ. (2539). การบริหารโครงการ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: เนติกุลการพิมพ์.
- ปิยะพงษ์ บุญประคอง และเจษฎา ความคั่นเคย. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทโตโยต้า เกตรา จำกัด. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 3(2), 27-42.
- ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ และคณะ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการนิเทศภายในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์เขต 4 (รายงานการวิจัย). บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ผดณิทร ณะเพชร. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ : กรณีศึกษา วัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- พัทธนี เขยจรรยา. (2558). การวิจัยเชิงปริมาณทางนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พีระพัฒน์ ธากาศ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบลงสแตย์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พุทธชาติ ลุนคำ และรชฏ เลียงจันทร์ (2564). วิจัยกรุงศรีประมวลทางรอดธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรมหลังโควิด สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2021/01/krungsri-research-hotel-travel-2021-outlook-report/>
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-Commerce) (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรา แสงสุรจันทร์กุล. (2557). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.

ภัสรณลิน เกียรติกมลศรี และศรีนยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.

Rangsit Graduate Research Conference: RGRC, 15, 1070-1084.

ภาวิณี สุขบรรเทิง. (2564). แนวทางการยกระดับองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน กรณีศึกษา: ชุมชนบ้านดอนใน ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

มาศศุภา นิมบุญจาซนิก. (2558). การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาล้านหนองวัว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2536). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (พิมพ์ครั้งที่ 6).

กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.

ราณี อธิชัยกุล และคณะ. (2558). นโยบายการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ราณี อธิชัยกุล. (2560). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche tourism management). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ลิขิต กนกศิริญาณกร (2559). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

วันขพร จันทรักษา. (2552). ปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษา เขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วันสพร บุบผาทอง. (2564). การตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการศูนย์บริการไต่เต้านครปฐม ผู้จำหน่ายไต่เต้า จำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.

วงศ์ ทิวทัศน์. (2565). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความจงรักภักดีสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

วรรณดี สุทธิธารกร. (2556). การวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยในกระบวนการทัศนทางเลือก.

กรุงเทพมหานคร: ศยาม.

- วันคำ ประเสริฐศักดิ์. (2555). กลยุทธ์การตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวนครหลวงเวียงจันทน์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- วัลนิกา ฉลากบาง. (2560). การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research). วารสาร มหาวิทยาลัยนครพนม, 7(2), 124-132.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2549). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: มุขฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบ และวางแผน (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และคณะ. (2560). ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ใน การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 8, 22 มิถุนายน 2560 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- วุฒิชัย ปูเต๊ะ. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- ศศิพร บุญชู. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- ศศิวิมล เลิศสุรัตน์. (2553). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่โดยรอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริจรรยา ประพฤติกิจ. (2553). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน, 11(1), 79-98.
- สกลภัส ปลุกจิตรสม. (2559). อุปนิสัยการออม แรงจูงใจ และกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- สกลภัส ปลุกจิตรสม. (2559). อุปนิสัยการออม แรงจูงใจ และกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2558). แผนยุทธศาสตร์การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. สืบค้นจาก

<https://www.parliament.go.th>

สมเพชร ศรีวะสุทธิ์. (2562). แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวด ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.

สำนักงานคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2565). รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช.

สืบค้นจาก <https://www.cgd.go.th/>

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2559). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นจาก https://nakhonsi.mots.go.th/download/article/article_20200427145417.pdf

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2564). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570. สืบค้นจาก https://nakhonsi.mots.go.th/download/article/article_20211014125548.pdf

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง. (2554). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.dla.go.th>

สำนักงานคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2565). รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นจาก <https://www.cgd.go.th>

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2552). แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว.

สำนักกระบวนวิชา. (2554). ผลการเฝ้าระวังพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มนักเรียนประเทศไทย พ.ศ. 2554. นนทบุรี: กรมควบคุมโรค.

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2564). รายงานการวิเคราะห์งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. สืบค้นจาก <https://www.parliament.go.th>

สิทธิกร โนรินทร. (2552). พฤติกรรมและทัศนคติต่อการจัดการและอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติแม่ยม จังหวัดแพร่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก.

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์. (2555). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง (รายงานการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- สุพร มุลกุณี. (2560). *แนวทางการพัฒนาการจัดการท่าเรือสำหรับการท่องเที่ยวเรือสำราญของประเทศไทย กรณีศึกษาท่าเรือแหลมฉบัง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุไรดา กาซอ. (2561). *แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2548). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อติยา บัวศรี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 114-123.
- อนันต์วิทย์ แก้วณรงค์. (2561). *อิทธิพลของความนับถือศาสนาต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- อมราวดี คำบุญ และดลฤทัย โกวรธนกุล. (2556). การประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็ก อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 8(2), 3-22
- อรทัย มูลคำ. (2552). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- อรรถพร กีก้างพลู. (2559). *แนวทางการส่งเสริมการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านอรรถประโยชน์ ชุมชนชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- อัศวพงศ์ อันทอง และมิ่งสรรพ ขาวสอาด. (2553). ภาพลักษณ์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติภายใต้สถานการณ์วิกฤตการณ์การเมืองไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์*, 28(3), 55-98.
- อัญญา ปลดเปลื้อง. (2556). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปรมาณูการณวิทยา. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข*, 23(2), 1-10.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2558). *อิทธิพลของประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง: กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- อาคม บุญเกิด. (2556). *ความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจ: กรณีศึกษา กองบังคับการตำรวจนครบาล 6* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, ปทุมธานี.
- เอกธนา พลเชียงขวาง. (2558). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัญมณีของจังหวัดจันทบุรี เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Angsikarn Sasithornwetchakul (2018). *Tourism marketing management strategies for Nakhon Si Thammarat as a secondary tourism city toward foreign quality tourists* (Master's thesis). National Institute of Development Administration, Bangkok.
- Assael, L. A. (1998). *Manual of Internal Fixation in the Cranio-Facial Skeleton: Techniques as recommended by the AO/ASIF-Maxillofacial Group*. London: Springer Science & Business Media.
- Bajs, I. P. (2011). Attributes of tourist destination as determinants of tourist perceived value. *International Journal of Management Cases*, 13(3), 547-554.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Chareonsuppanimit, P., Mohammad, S. A., Robinson Jr, R. L., & Gasem, K. A. (2012). High-pressure adsorption of gases on shales: Measurements and modeling. *International Journal of Coal Geology*, 95, 34-46.
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L. (2013). *Economics of outdoor recreation*. New York: Routledge.
- Cohen, J. (1988). Statistical power analysis. *Psychological Science*, 1(3), 98-101.
- Creswell, J. W. (2015). *A concise introduction to mixed methods research*. New York: Thousand Oaks,

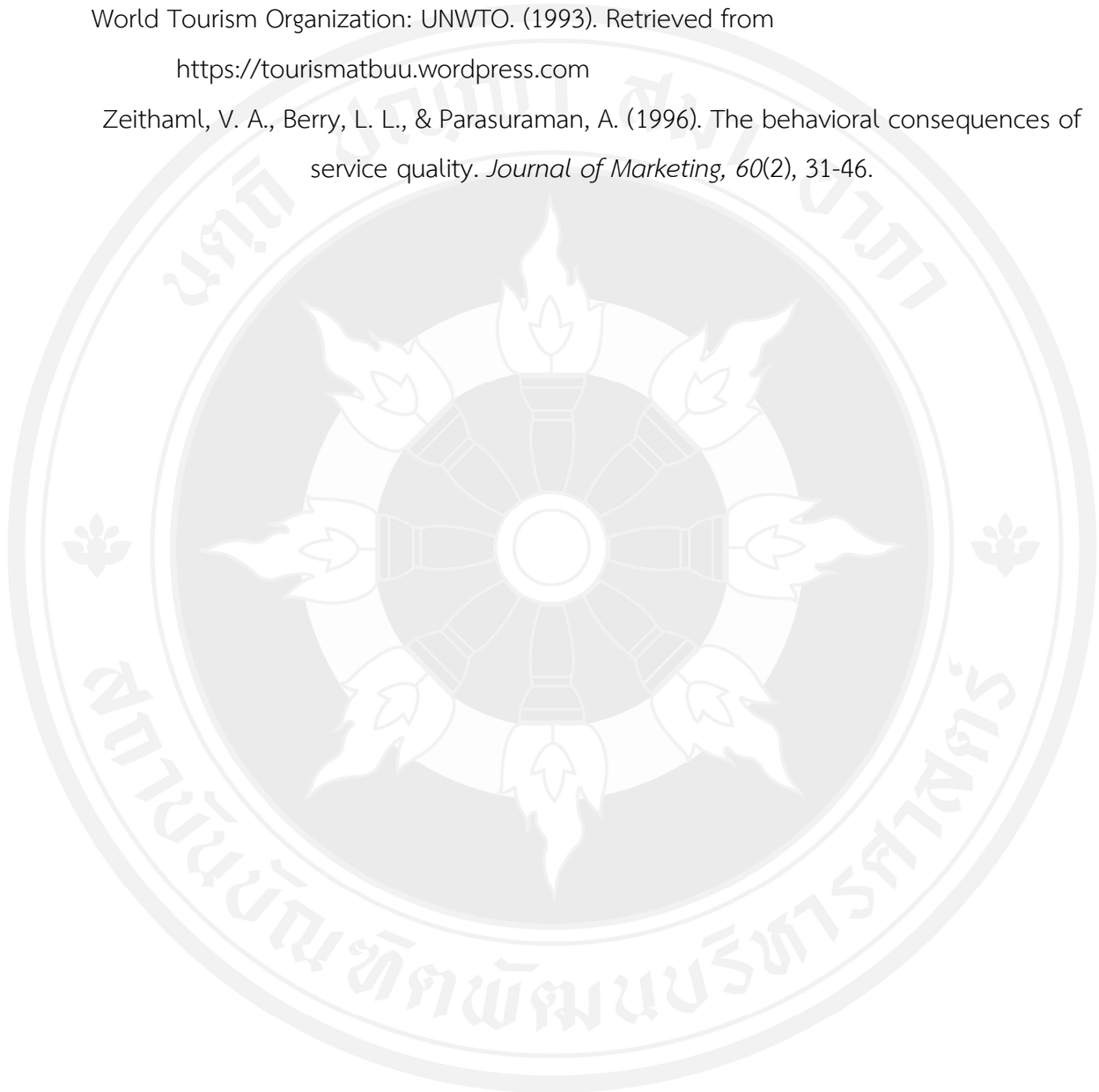
- Farquhar, P. H. (1990). Managing brand equity. *Journal of Advertising Research*, 30(4), RC-7.
- Glanz, K., Rimer, B., & Sharyn, S. (2005). *Theory at a glance: A guide for health promotion practice*. New York: United States National Cancer Institute.
- Glaser, B., & Strauss, A. (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York: Routledge.
- Huong & Manh. (2015) Impact of destination image on the loyalty of international tourists to hanoi. *VNU Journal of Science: Economics and Business*, 31(5E). Retrieved from <http://js.vnu.edu.vn/EAB/article/view/340>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. London: Sage.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1988). *Consumer behavior: Concepts and applications* (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- Mc Millan, J. M., & Schumache, S. (2001). *Research in education*. London: Longman.
- Middleton, V. T. C., & Hawkins, R. (1994). Practical environmental policies in travel and tourism. Part II: airlines, tour operators and destinations. *Travel & Tourism Analyst*, (1), 83-97.
- Oliver, J. E. (1999). The effects of metropolitan economic segregation on local civic participation. *American Journal of Political Science*, 186-212.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261-283.
- Pelasol, M. R. et al. (2012). Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines. *JPAIR Multidisciplinry Research Journal*, 8(1). doi:10.7719/jpair.v8i1.173
- Schmoll, G. A. (1977). *Tourism promotion*. London: Tourism International Press.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. London: Routledge.
- Tellis, G. J. (1988). Advertising exposure, loyalty, and brand purchase: A two-stage model of choice. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 134-144.
- Theobald, W. F. (1994). *Global tourism: The next decade*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tourism Satellite Account: TSA. (2562). รายงานการจัดทำบัญชีประชาชาติ ด้านการท่องเที่ยว ฉบับสมบูรณ์. สืบค้นจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th>

Walters, C. G. (1978). *Consumer behavior: Theory and practice* (3rd ed.). Homewood, IL: Irwin

World Tourism Organization. (2004). Sustainable tourism. Retrieved from <http://www.sustainabletourism.net/definitions.html>

World Tourism Organization: UNWTO. (1993). Retrieved from <https://tourismatbuu.wordpress.com>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.







ภาคผนวก ก

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ



ที่ อว ๗๒๑๖/ว ๑๖๗

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นางเยาว์ ประสมทอง

รองคณบดีฝ่ายวิชาการวิจัยและ งานประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๓. แบบประเมินคุณภาพของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายสุวิทย์ พิศลแลงาม รหัสประจำตัว ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้มีการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ของแบบสอบถาม

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นายสุวิทย์ พิศลแลงาม เพื่อให้เครื่องมือการทำค้นคว้าอิสระมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียด ตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ ดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารงานคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศลแลงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ Email: Vee.work66@gmail.com



ที่ อว ๗๒๑๖/ว ๑๖๗

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ดร.จุฑามาส เพ็งโคนา

อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและเชิงบูรณาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๓. แบบประเมินคุณภาพของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแลงาม รหัสประจำตัว ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้มีการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ของแบบสอบถาม

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นายสุวิทย์ พิศแลงาม เพื่อให้เครื่องมือการทำค้นคว้าอิสระมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียด ตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ ดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารงานคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแลงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ Email: Vee.work66@gmail.com



ที่ อว ๗๒๑๖/ว ๑๖๗

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๖ มิถุนายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน อาจารย์วันวิศา วัณณ์

อาจารย์ประจำคณะการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการค้นคว้าอิสระ จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๓. แบบประเมินคุณภาพของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแลงาม รหัสประจำตัว ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้มีการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ของแบบสอบถาม

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นายสุวิทย์ พิศแลงาม เพื่อให้เครื่องมือการทำค้นคว้าอิสระมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียด ตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ ดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารงานคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแลงาม โทร. ๐๙๓๖-๖๐๘๗๓๔๕ Email: Vee.work66@gmail.com



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)
- 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อตามความเป็นจริง ซึ่งในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ โดยมีให้มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

แบบสอบถามนี้มีจำนวน 6 หน้าแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

สุวิทย์ พิศแสงาม

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

- | | | | | |
|-------------------------|---|--|---|---|
| 1. เพศ | ☐ 1) ชาย | ☐ 2) หญิง | | |
| 2. อายุ | ☐ 1) Gen Z เกิด พ.ศ. 2538 - 2552 | ☐ 2) Gen Y เกิด พ.ศ. 2520 - 2537 | | |
| | ☐ 3) Gen X เกิด พ.ศ. 2508 - 2519 | ☐ 4) Baby boomer เกิดก่อน พ.ศ. 2507 | | |
| 3. ระดับการศึกษา | ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี | ☐ 2) ปริญญาตรี | ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี | |
| 4. สถานภาพสมรส | ☐ 1) โสด | ☐ 2) สมรส | ☐ 3) หย่าร้าง/หม้าย | ☐ 4) อื่นๆ (ระบุ)..... |
| 5. อาชีพ | ☐ 1) ว่างาน | ☐ 2) พนักงานเอกชน | ☐ 3) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | |
| | ☐ 4) นักเรียน/นักศึกษา | ☐ 5) ธุรกิจส่วนตัว | ☐ 6) รับจ้างทั่วไป | |
| | ☐ 7) เกษียณอายุ | ☐ 8) อื่นๆ (ระบุ)..... | | |
| 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | ☐ 1) ไม่มีรายได้ | ☐ 2) ต่ำกว่า 10,000 บาท | ☐ 3) 10,001-20,000 บาท | |
| | ☐ 4) 20,001-30,000 บาท | ☐ 5) 30,001-40,000 บาท | ☐ 6) 40,001-50,000 บาท | |
| | ☐ 7) 50,000 บาทขึ้นไป | | | |

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

7) พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่

7.1) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครราชสีมา

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) 1-2 ครั้ง/ปี | ☐ (2) 3-4 ครั้ง/ปี |
| ☐ (3) มากกว่า 4 ครั้ง/ปี | ☐ (4) อื่นๆ (ระบุ)..... |

7.2) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ (1) ท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ | ☐ (2) ประชุม/สัมมนา | ☐ (3) เยี่ยมญาติ/พี่น้อง/เพื่อน |
| ☐ (4) ลดหย่อนภาษี | ☐ (5) ติดต่อธุรกิจ/ราชการ | ☐ (6) ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา/ความเชื่อ เช่น |
| แก้บน สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น | ☐ (7) ทาความรู้ | ☐ (8) ทาประสบการณ์ใหม่ๆ |
| ☐ (9) ตามรอยละคร | ☐ (10) ตามรีวิว | ☐ (11) ได้รับรางวัลในการเดินทาง |
| ☐ (12) เป็นเมืองทางผ่าน | ☐ (13) อื่นๆ (ระบุ)..... | |

7.3) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ (1) วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) | ☐ (2) วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) | |
| ☐ (3) วันหยุดพักผ่อนประจำปี/พักร้อน | ☐ (4) วันหยุดนักขัตฤกษ์ | ☐ (5) อื่นๆ (ระบุ)..... |

7.4) จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมาในครั้งนี้ (ระบุ).....วัน

7.5) จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา (รวมครั้งนี้) (ระบุ).....ครั้ง

7.6) ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

(1) เว็บไซต์ (Official)

- ☐ 1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ☐ 2) เว็บไซต์สมาคมท่องเที่ยวจังหวัด ☐ 3) เว็บไซต์หน่วยงานการท่องเที่ยว ☐ 4) Wongnai ☐ 5) TripAdvisor ☐ 6) Google Maps ☐ 7) Agoda ☐ 8) Airbnb ☐ 9) อื่นๆ (ระบุ).....

(2) สื่อสังคมออนไลน์

- ☐ 1) Facebook ☐ 2) Instagram ☐ 3) LINE ☐ 4) TikTok
☐ 5) Blog เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ☐ 6) อื่นๆ (ระบุ).....

- (3) สื่อออฟไลน์ ☐ 1) หนังสือพิมพ์/นิตยสาร ☐ 2) บริษัทนำเที่ยว ☐ 3) โทรทัศน์ ☐ 4) คำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว ☐ 5) คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ ☐ 6) ป้ายโฆษณา ☐ 7) ละคร/ภาพยนตร์ ☐ 8) นิทรรศการการท่องเที่ยว ☐ 9) งานมหกรรมท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย เป็นต้น ☐ 10) อื่นๆ (ระบุ).....

7.7) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- ☐ (1) เพื่อน ☐ (2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง ☐ (3) แฟน/คู่รัก
☐ (4) บริษัทนำเที่ยว ☐ (5) Blogger/Influencer/YouTuber ☐ (6) อื่นๆ (ระบุ).....

7.8) เหตุผลที่ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- ☐ (1) โฆษณาประชาสัมพันธ์ ☐ (2) คำชักชวนของครอบครัว/เพื่อน ☐ (3) กิจกรรมประจำปีของจังหวัด
☐ (4) รีวิวในสื่อออนไลน์ ☐ (5) งานท่องเที่ยว เช่น ไทยเที่ยวไทย ☐ (6) ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
☐ (7) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ☐ (8) ราคาไม่แพง/คุ้มค่า ☐ (9) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว
☐ (10) การบอกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวจากคนรู้จัก ☐ (11) อื่นๆ (ระบุ).....

7.9) ช่องทางการซื้อ/จองเพื่อมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

- ☐ (1) ซื้อผ่านบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนขาย ☐ (2) ซื้อโดยตรงกับชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว
☐ (3) ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ (ระบุช่องทาง).....

8) พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่

8.1) สถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- ☐ (1) สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่างๆ
☐ (2) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เป็นต้น
☐ (3) สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และความเชื่อ เช่น วัด มัสยิด โบสถ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นต้น
☐ (4) สถานที่บันเทิง เช่น ศูนย์การค้า สวนสาธารณะ ผับ บาร์
☐ (5) สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น
☐ (6) สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ชุมชนบ้านแหลมโสมสเดย์ เป็นต้น
☐ (7) อื่นๆ (ระบุ).....

8.2) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- ☐ (1) แฝ่ช้างซาต ☐ (2) ขอพรวัดเจดีย์ไธโย ☐ (3) ทำสปาโคลน ☐ (4) เที่ยวหมู่บ้านคีรีวง ☐ (5) ปั่นจักรยานชมวิว

- ☐ (6) ดูหนังตะลุง ☐ (7) ชมกำแพงเมืองเก่า ☐ (8) เที่ยวพิพิธภัณฑ์ ☐ (9) ตลาดย้อนยุค ☐ (10) ชมวิถีชีวิตชุมชน
☐ (11) ล่องเรือ ☐ (12) เขียวน้ำตก ☐ (13) ปลุกลายเลน ☐ (14) จักสานย่านลิเภา ☐ (15) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
☐ (16) สักการะวัดพระธาตุ/ศาลหลักเมือง/สถานที่สำคัญอื่นๆ ☐ (17) นั่งรถชมวิวแหลมตะลุมพุก ☐ (18) อื่นๆ (ระบุ).....

8.3) ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

- ☐ (1) เดินทางคนเดียว ☐ (2) คู่รัก ☐ (3) ญาติ/ครอบครัว ☐ (4) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ☐ (5) อื่นๆ (ระบุ).....

8.4) สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

- ☐ (1) โรงแรม/รีสอร์ท ☐ (2) โฮสเทล/เกสเฮาส์/บังกะโล ☐ (3) โฮมสเตย์
☐ (4) บ้านญาติ ☐ (5) บ้านพักส่วนตัว ☐ (6) อื่นๆ (ระบุ).....

8.5) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ไม่รวมค่าตัวเครื่องบิน (ต่อคน)

- ☐ (1) ต่ำกว่า 3,000 บาท/วัน ☐ (2) 3,001 - 5,000 บาท/วัน
☐ (3) มากกว่า 5,000 บาท/วัน ☐ (4) อื่นๆ (ระบุ).....

8.6) ยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปยังเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้

- ☐ (1) รถยนต์ส่วนตัว ☐ (2) รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว ☐ (3) รถโดยสารประจำทาง ☐ (4) เครื่องบิน ☐ (5) รถไฟ
☐ (6) อื่นๆ (ระบุ).....

8.7) ยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยวในเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้

- ☐ (1) รถยนต์ส่วนตัว ☐ (2) รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว ☐ (3) รถโดยสารประจำทาง ☐ (4) รถเช่า
☐ (5) รถรับจ้าง เช่น Taxi เป็นต้น ☐ (6) อื่นๆ (ระบุ).....

9) พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่

9.1) ท่านต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่

- ☐ (1) กลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน ☐ (2) ไม่แน่ใจ ☐ (3) ไม่กลับมาเที่ยวซ้ำเพราะ.....

9.2) ท่านต้องการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นหรือคนรู้จักมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชหรือไม่

- ☐ (1) ต้องการบอกต่อ (ระบุช่องทาง)..... ☐ (2) ไม่แน่ใจ ☐ (3) ไม่ต้องการบอกต่อเพราะ.....

9.3) ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่

- ☐ (1) มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้น ☐ (2) ไม่มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้นเพราะ.....

9.4) ในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีชาวด้านลบท่านมีความต้องการปกป้อง (Defend) ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่

- ☐ (1) มีความต้องการปกป้อง ☐ (2) ไม่แน่ใจ ☐ (3) ไม่ต้องการปกป้องเพราะ.....

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างตรงกับระดับของท่านมากที่สุด

คะแนน 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับอิทธิพลต่อความ จงรักภักดีต่อจุดหมาย ปลายทาง				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)						
10.1	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	5	4	3	2	1
10.2	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	5	4	3	2	1
10.3	ราคา ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	5	4	3	2	1
11) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)						
11.1	ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นที่ เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ไฟจราจร เป็นต้น	5	4	3	2	1
11.2	มีตัวเลือกรูปแบบการเดินทางที่หลากหลายสำหรับการเดินทางไปในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	5	4	3	2	1
11.3	ระยะทางและเวลาที่มีความเหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
12) ด้านสถานที่พัก (Accommodations)						
12.1	มีตัวเลือกหลากหลาย	5	4	3	2	1
12.2	ที่พักสะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐานรองรับ	5	4	3	2	1
12.3	ราคาของที่พักคุ้มค่าต่อการใช้บริการ	5	4	3	2	1
13) ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)						
13.1	กิจกรรมมีความหลากหลายเหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย	5	4	3	2	1
13.2	กิจกรรมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่	5	4	3	2	1
13.3	ราคาของกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวคุ้มค่าต่อการใช้บริการ	5	4	3	2	1
14) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)						
14.1	มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถ มีเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวทุกคน	5	4	3	2	1
14.2	มีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน อยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้	5	4	3	2	1
14.3	มีจุดบริการนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
15) ด้านความจริงแท้ (Authenticities)						
15.1	ความดั้งเดิมและมีเอกลักษณ์ประจำถิ่นของพื้นที่	5	4	3	2	1
15.2	ผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี และส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
15.3	คนในพื้นที่มีอัธยาศัยดี	5	4	3	2	1
16) ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)						
16.1	คนในพื้นที่ให้การต้อนรับและให้บริการด้วยความเต็มใจ	5	4	3	2	1

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับอิทธิพลต่อความ จงรักภักดีต่อจุดหมาย ปลายทาง				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
16.2	ได้รับการบริการจากคนในพื้นที่อย่างเท่าเทียม	5	4	3	2	1
16.3	ผู้ให้บริการในพื้นที่มีจิตใจการบริการ	5	4	3	2	1
17) ด้านความปลอดภัย (Safety)						
17.1	สามารถเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีฯ ได้อย่างปลอดภัย	5	4	3	2	1
17.2	มีช่องทางให้บริการด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
17.3	รู้สึกท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน	5	4	3	2	1
18) ด้านสุขอนามัย (Sanitation)						
18.1	อาหาร เครื่องดื่มถูกหลักอนามัย	5	4	3	2	1
18.2	ร้านอาหาร ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวมีมาตรฐานด้านสุขอนามัยรองรับ เช่น SHA ฮาสาละ เป็นต้น	5	4	3	2	1
18.3	ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักเรื่องสุขอนามัย	5	4	3	2	1

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างตรงกับระดับของท่านมากที่สุด

คะแนน 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด คะแนน 4 หมายถึง ระดับมาก คะแนน 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับน้อย คะแนน 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

19) ในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด

ระดับมากที่สุด 5 4 3 2 1 ระดับน้อยที่สุด

20) ท่านมีความต้องการบอกต่อเพื่อให้ผู้อื่นมาเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด

ระดับมากที่สุด 5 4 3 2 1 ระดับน้อยที่สุด

21) ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นในการเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด

ระดับมากที่สุด 5 4 3 2 1 ระดับน้อยที่สุด

22) ในกรณีที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีข่าวด้านลบท่านมีความต้องการปกป้อง (Defend) ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด

ระดับมากที่สุด 5 4 3 2 1 ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



ภาคผนวก ค

ผลการประเมินความเสี่ยง (IOC) ของเครื่องมือ

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของผู้เชี่ยวชาญ

การหาดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์

(Index of item objective Congruence : IOC)

แบบสอบถามสำหรับการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1. เพศ					
1) ชาย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) หญิง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2. อายุ					
1) เกิด พ.ศ. 2538 - 2552	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) เกิด พ.ศ. 2520 – 2537	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) เกิด พ.ศ. 2508 - 2519	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) เกิดก่อน พ.ศ. 2507	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3. ระดับการศึกษา					
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ปริญญาตรี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) สูงกว่าปริญญาตรี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4. สถานภาพ					
1) โสด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
2) สมรส	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) หย่าร้าง/หม้าย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5. อาชีพ					
1) ว่างงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) พนักงานเอกชน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) นักเรียน/นักศึกษา	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) ธุรกิจส่วนตัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6) รับจ้างทั่วไป	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7) เกษียณอายุ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
1) ไม่มีรายได้	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ต่ำกว่า 10,000 บาท	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) 10,001-20,000 บาท	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) 20,001-30,000 บาท	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) 30,001-40,000 บาท	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6) 40,001-50,000 บาท	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7) 50,000 บาทขึ้นไป	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช					
7) พฤติกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่					
7.1) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช					
1) 1-2 ครั้ง/ปี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) 3-4 ครั้ง/ปี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) มากกว่า 4 ครั้ง/ปี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7.2) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)					

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
1) ท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ประชุม/สัมมนา	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) เยี่ยมญาติ/พี่น้อง/เพื่อน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) ลดหย่อนภาษี	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
5) ติดต่อธุรกิจ/ราชการ	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
6) ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา/ความเชื่อ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7) ทหาความรู้	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8) หาประสบการณ์ใหม่ๆ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9) ตามรอยละคร	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
10) ตามรีวิว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
11) แก๊บน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
12) สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
13) ได้รับรางวัลในการเดินทาง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
14) เป็นเมืองทางผ่าน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
15) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7.3) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช					
1) วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) วันหยุดพักผ่อนประจำปี/พักร้อน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) วันหยุดนักขัตฤกษ์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7.4) จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ (ระบุ).....วัน					
1	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7.5) จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (รวมครั้งนี้) (ระบุ).....ครั้ง					
1	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7.6) ช่องทางค้นหาข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)					
(1) เว็บไซต์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
☐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)					

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
☐ เว็บไซต์สมาคมท่องเที่ยวจังหวัด					
☐ เว็บไซต์หน่วยงานการท่องเที่ยว					
☐ Wongnai					
☐ TripAdvisor					
☐ Google Maps					
☐ Agoda					
☐ Airbnb					
☐ อื่นๆ (ระบุ).....					
(2) สื่อออนไลน์					
☐ Facebook					
☐ Instagram					
☐ LINE					
☐ TikTok	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
☐ ละคร/ภาพยนตร์					
☐ นิทรรศการการท่องเที่ยว					
☐ Blog เกี่ยวกับการท่องเที่ยว					
☐ อื่นๆ (ระบุ).....					
(3) สื่อออฟไลน์					
☐ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร					
☐ บริษัทนำเที่ยว					
☐ โทรศัพท์					
☐ คำชักชวนจากเพื่อน ญาติ หรือครอบครัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
☐ คู่มือท่องเที่ยว/แผ่นพับ					
☐ ป้ายโฆษณา					
☐ อื่นๆ (ระบุ).....					
7.7) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)					

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
1) เพื่อน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) แฟน/คู่รัก	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) บริษัท/หน้าเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7.8) เหตุผลที่ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)					
1) โฆษณาประชาสัมพันธ์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) คำชักชวนของครอบครัว/เพื่อน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) กิจกรรมประจำปีของจังหวัด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) รีวิวในสื่อออนไลน์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) งานท่องเที่ยว เช่น ไทยเที่ยวไทย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6) ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8) ราคาไม่แพง/คุ้มค่า	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
10) การบอกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวจากคนรู้จัก	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
11) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7.9) ช่องทางการซื้อ/จองเพื่อมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช					
1) ซื้อผ่านบริษัท/ตัวแทนขาย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ซื้อโดยตรงกับชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ (ระบุช่องทาง).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8) พฤติกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่					
8.1) สถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)					
1) สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่างๆ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เป็นต้น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
3) สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และความเชื่อ เช่น วัดมัสยิด โบสถ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นต้น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) สถานที่บันเทิง เช่น ศูนย์การค้า สวนสาธารณะ ผับบาร์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6) สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ชุมชนบ้านแหลมโฮมสเตย์ เป็นต้น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8.2) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)					
1) แหล่งขึ้นธาตุ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ขอพระวัดเจดีย์ไฉโย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) ทำสปาโคลน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) เที่ยวหมู่บ้านศรีวัง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) ปั่นจักรยานชมวิว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6) ดูหนังทะเล	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7) ชมกำแพงเมืองเก่า	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8) เที่ยวพิพิธภัณฑ์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9) ตลาดย้อนยุค	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
10) ชมวิถีชีวิตชุมชน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
11) ล่องเรือ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
12) เที่ยวน้ำตก	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
13) ปั่นจักรยานเล่น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
14) จักรยานลื่น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
15) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
16) สักการะวัดพระธาตุ/ศาลหลักเมือง/สถานที่สำคัญอื่นๆ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
17) นั่งรถชมวิวดมทะเลทุก	1	1	1	1.00	สอดคล้อง

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
18) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8.3) ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช					
1) เดินทางคนเดียว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) คู่รัก	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) ญาติ/ครอบครัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8.4) สถานที่พักที่ใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช					
1) โรงแรม/รีสอร์ท	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) โฮสเทล/เกสเฮาส์/บังกะโล	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) โฮมสเตย์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) บ้านญาติ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) บ้านพักส่วนตัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
6) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8.5) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ (ต่อคน)					
1) ต่ำกว่า 3,000 บาท/วัน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) 3,001 - 5,000 บาท/วัน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) มากกว่า 5,000 บาท/วัน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8.6) ยานพาหนะที่ใช้เดินทางไปยังเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้					
1) รถยนต์ส่วนตัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) รถโดยสารประจำทาง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) เครื่องบิน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) รถไฟ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
6) อื่นๆ (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
8.7) ยานพาหนะที่ใช้เพื่อท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี					
1) รถยนต์ส่วนตัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) รถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) รถโดยสารประจำทาง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4) รถเช่า	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5) อื่น (ระบุ).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9) พฤติกรรมหลังเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่					
9.1) ท่านต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่					
1) กลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ไม่แน่ใจ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) ไม่กลับมาเที่ยวซ้ำเพราะ.....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9.2) ท่านต้องการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นหรือคนรู้จักมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชหรือไม่					
1) ต้องการบอกต่อ (ระบุช่องทาง).....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ไม่แน่ใจ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) ไม่ต้องการบอกต่อเพราะ.....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9.3) ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่					
1) มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ไม่มีความเต็มใจจ่ายมากขึ้นเพราะ.....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
9.4) ท่านมีความต้องการป้องกันการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่					
1) มีความต้องการปกป้อง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2) ไม่แน่ใจ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3) ไม่ต้องการปกป้องเพราะ.....	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)					

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
10) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)					
10.1 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
10.2 ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
10.3 ราคา ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
11) ด้านความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)					
11.1 ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นที่ เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ไฟจราจร เป็นต้น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
11.2 มีตัวเลือกหลากหลายสำหรับการเดินทางไปในพื้นที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
11.3 ระยะทางและเวลาที่มีความเหมาะสมและมีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
12) ด้านสถานที่พัก (Accommodations)					
12.1 มีตัวเลือกหลากหลาย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
12.2 ที่พักสะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐานรองรับ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
12.3 ราคาของที่พักคุ้มค่าต่อการใช้บริการ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
13) ด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Activities)					
13.1 กิจกรรมมีความหลากหลายเหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
13.2 กิจกรรมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
13.3 ราคาของกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวคุ้มค่าต่อการใช้บริการ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
14) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)					
14.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวทุกคน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
14.2 มีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
14.3 มีจุดบริการนักท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
15) ด้านความจิงแท้ (Authenticities)					
15.1 ความดั้งเดิมและมีเอกลักษณ์ประจำถิ่นของพื้นที่	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
15.2 ผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี และส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
15.3 คนในพื้นที่มีอัธยาศัยดี	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
16) ด้านการยอมรับของคนในพื้นที่ (Acceptance)					
16.1 คนในพื้นที่ให้การต้อนรับและให้บริการด้วยความเต็มใจ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
16.2 ได้รับการบริการจากคนในพื้นที่อย่างเท่าเทียม	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
16.3 ผู้ให้บริการในพื้นที่มีจิตใจการบริการ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
17) ด้านความปลอดภัย (Safety)					
17.1 สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
17.2 มีเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
17.3 รู้สึกท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
18) ด้านสุขอนามัย (Sanitation)					
18.1 อาหาร เครื่องดื่มถูกหลักอนามัย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
18.2 ร้านอาหาร ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวมีมาตรฐานด้านสุขอนามัยรองรับ เช่น SHA	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
18.3 ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักเรื่องสุขอนามัย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
ตอนที่ 4 เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty)					
19) ในอนาคตท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3		
20) ท่านมีความต้องการบอกต่อเพื่อให้ผู้อื่นมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
21) ท่านมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นในการเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
22) ท่านมีความต้องการด้านการปกป้องในการเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง



ภาคผนวก ง

หนังสือขออนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ในการทำวิทยานิพนธ์



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน นางพิชญ์สินี ทศนิยม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันจันทร์ที่ ๒๘
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ 093-6087395 E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)
คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครราชสีมา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันจันทร์ที่ ๒๘
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณปราโมทย์ ศรีวิสุทธิ์ (ท้องถิ่นจังหวัด) สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดนครราชสีมา
ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครราชสีมา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันพฤหัสบดีที่
๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรด
ติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานประสานสัมพันธ์ จังหวัดนครราชสีมา

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครราชสีมา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวัน พฤหัสบดีที่
๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรด
ติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณกรกฎ เตตริยานนท์ ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันศุกร์ที่ ๑๘
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๓๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ประธานสมาคมท่องเที่ยวชุมชน อำเภอหลานสัก จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันพุธที่ ๑๖
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ประธานสมาคมท่องเที่ยวขอนแก่น อำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครราชสีมา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันอังคารที่ ๑๕
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ประธานสมาคมศิลปินพื้นบ้าน จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันจันทร์ที่ ๒๑
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณนริศ น้อยทับทิม ประธานชมรมมัคคุเทศก์อาชีพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแลงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาควิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันพฤหัสบดีที่
๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรด
ติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแลงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแลงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณถาวร แสงอำไพ ผู้อำนวยการท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวัน พฤหัสบดีที่
๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรด
ติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ผู้บริหารบริษัท ขนส่ง จำกัด

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันอังคารที่ ๒๒
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณทักษิณ หมินหมั่น ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลน
บ้านแหลมโฮมสเตย์ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันอังคารที่ ๑๔
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณวิสัย แก้วจันทร์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านสวนพอเพียง
อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันพุธที่ ๒๓
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓-๖๐๘๗๓๕๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๕๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ่งวิ จิตภักดี สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันอังคารที่ ๑๕
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อาว ๗๒๑๖/ว ๔๒๔

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจารี แก้วคง รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกวันอังคารที่ ๑๕
ธันวาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ถ้าท่านสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ
นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail veeartseng@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๗๒

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: veeartseng@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขออนุมัติขอความเห็นชอบการเข้าร่วมแข่งขัน

เรียน ดร.สุพจน์ กล้าแสงใส

หัวหน้าสาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความเห็นชอบการเข้าร่วมแข่งขัน เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความเห็นชอบการเข้าร่วมแข่งขันโดยวิธีการสัมภาษณ์
ณ หน่วยงานของท่าน ในวันจันทร์ที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๐.๐๐ น. หากท่านสะดวกในการ
เข้าร่วมแข่งขันในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail
vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)
คณบดีคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๙

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



อาว ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขออนุมัติขอความเห็นชอบร่างข้อบัญญัติ

เรียน ผศ.ดร.รุ่งริ จิตภักดี

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมและการบริการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนา
การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความเห็นชอบร่างข้อบัญญัติเพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความเห็นชอบร่างข้อบัญญัติโดยวิธีการสัมภาษณ์
ณ หน่วยงานของท่าน ในวันจันทร์ที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๐.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. หากท่านสะดวกในการ
เข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail
vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)
คณบดีคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๙

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขออนุมัติขอเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณพิชญ์สินี ทศน์นิยม

ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาดบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์
ณ หน่วยงานของท่าน ในวันจันทร์ที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๑.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. หากท่านสะดวกในการ
เข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail
vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)
คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๙

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๕๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณสุปัญญา ชูเพชร รองปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์
ณ หน่วยงานของท่าน ในวันจันทร์ที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๔.๐๐ – ๑๕.๐๐ น. หากท่านสะดวกในการ
เข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail
vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)
คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๙

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๕๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ดร.อังศิกานต์ ศศิธรเวชกุล นักวิชาการอิสระ

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยี่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์
ณ หน่วยงานของท่าน ในวันจันทร์ที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๕.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. หากท่านสะดวกในการ
เข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail
vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๙

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๕๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน คุณทักษิณ หมินหมั่น ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโสมสแตย์

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์
ณ หน่วยงานของท่าน ในวันจันทร์ที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๖.๐๐ – ๑๗.๐๐ น. หากท่านสะดวกในการ
เข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail
vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)
คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๔

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๕๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครราชสีมา” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์ผ่าน
ช่องทางออนไลน์ ในวันจันทร์ที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๓.๐๐ น. เป็นต้นไป หากหน่วยงานของท่าน
สะดวกในการเข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕
E-mail vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)
คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๘

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๙๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



อา ๗๒๑๖/ว ๒๘๑

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๔๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๕๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก

เรียน ประธาน YEC นครศรีธรรมราช

ด้วย นายสุวิทย์ พิศแสงงาม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๒๑๑๗๗๒๐๑๐ หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว ภาคพิเศษ
ในส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นต้องขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประกอบ
การศึกษาในหัวข้อดังกล่าว

เพื่อให้การศึกษาของนักศึกษาดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์
ณ หน่วยงานของท่าน ในวันอังคารที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๐.๐๐ – ๑๑.๐๐ น. หากท่านสะดวกในการ
เข้าสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โปรดติดต่อ นายสุวิทย์ พิศแสงงาม เบอร์โทรศัพท์ ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail
vee.work66@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

กองอำนวยการบริหารคณะฯ

โทรศัพท์ ๐-๒๗๒๗-๓๖๘๔

นายสุวิทย์ พิศแสงงาม โทร. ๐๙๓๓-๖๐๘๗๓๔๕ E-mail: vee.work66@gmail.com



ภาคผนวก จ

ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล



แบบสัมภาษณ์สำหรับการวิจัย

เรื่อง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครศรีธรรมราช

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Destination Loyalty) 3) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ โดยมีให้มีผลกระทบต่อนานแต่อย่างใด

แบบสัมภาษณ์นี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้

สุวิทย์ พิศแสงงาม

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์อนุญาตให้ผู้วิจัยบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ ☒ อนุญาต ☐ ไม่อนุญาต

ชื่อ-สกุล:

ตำแหน่ง:

สังกัด/หน่วยงาน:

ข้อมูลติดต่อ:

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับศักยภาพด้านที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1. ท่านคิดว่าศักยภาพที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชคืออะไร

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าศักยภาพที่ต้องพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชคืออะไร

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

.....

.....

.....

.....



ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	31



ภาคผนวก ช

หนังสือตอบรับการนำเสนอผลงานวิจัย



IJCHT-23

Reactive, Rebuild, Resilience:
"Tourism and Hospitality Sustainable
Development Goals"



Certificate of Participation

is hereby presented to

SUWIT PISLAENGAM

for participating in the

The International Joint Conference on Hospitality and Tourism 2023
on 18 – 20 July 2023

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA), Bangkok, Thailand

Professor. Dr. Cihan Cobanoglu

International Joint Conference on
Hospitality and Tourism Founder,
University of South Florida, USA

Associate Professor Dr. Ann Suwaree Ashton

Conference Chair
International Joint Conference on
Hospitality and Tourism 2023



ภาพถ่ายกับผู้ให้สัมภาษณ์





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายสุวิทย์ พิศแสงงาม

ประวัติการศึกษา ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ เกียรตินิยมอันดับ 1
มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2561

ประสบการณ์การทำงาน มิถุนายน 2561 - เมษายน 2562
Yacht Butler & Tour Operation
Lux Cruises Co., Ltd.
เมษายน 2562 - เมษายน 2563
Yacht Butler & Tour Operation
Hartt Voyages Co., Ltd.
กุมภาพันธ์ 2564 - เมษายน 2566
Research Assistant
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มกราคม 2566 - ปัจจุบัน
Freelance Yacht Butler & Tour Operation