

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Sustainable Tourism Development to Maintain the Destination City of Hua Hin Prachuap Khirikhan Province

ธนิตชา ชัยชัชวาลประทีป, รศ.ชาวลี ณ ถลาง

Thanitcha Chaichatchawanprathip, Assoc. Prof. Chawalee na Thalang

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

Faculty of Management College University of Phayao

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงรูปแบบการวิจัยนั้นเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย ได้แก่ ปริมาณ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสำรวจและตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนและมีรายได้ประมาณ 15,000 บาทต่อเดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์แสดงให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมแตกต่างกัน ในทุก ๆ ด้าน ในด้านเพศที่แตกต่างกันนั้นมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน และในด้านสัญชาติที่แตกต่างกันนั้นมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, เมืองเป้าหมาย, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The objectives of this study were to study and compare the marketing mix factors affecting the sustainable tourism development of Hua Hin, Prachuap Khiri Khan as the outstanding tourist destination. The sample consisted of 400 tourists who visited Hua Hin. This study was a descriptive research in which the statistics used in data analysis included percentage, mean, standard deviation and one-way ANOVA at the significance level of 0.05.

The results showed that most respondents were female, aged between 21-29 years and graduated with bachelor's degree. Most of them were private employees with a salary of about 15,000 baht per month. For the marketing mix factors affecting the sustainable tourism development, it was found that service process was the most influential factor, followed by tourism product and distribution channel (place). The comparison of demographic characteristics revealed that the different demographic characteristics had different effects on the satisfaction on market mix factors of tourists who visited Hua Hin, Prachuap Khiri Khan in all aspects, except

for gender which had indifferent effect on the satisfaction on tourism product, distribution channel (place), personnel (people) and service process. In addition, nationality showed indifferent effect on the satisfaction on price.

Keywords: sustainable tourism development, destination, marketing mix

Received: 2019-04-04

Revised: 2019-07-5

Accepted: 2019-08-02

บทนำ

“หัวหิน” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งครอบคลุมรูปแบบทั้งหมดของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน (องค์การท่องเที่ยวโลก, 2560, ออนไลน์) โดยอำเภอหัวหินนั้น ตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 185 กิโลเมตรเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวจากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2560 จำนวน 3,807,248 คน ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 2,817,218 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 990,030 คน โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, ออนไลน์)

ผลกระทบจากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่จำนวนมากนั้นย่อมก่อให้เกิดผลกระทบในด้านต่าง ๆ ได้แก่ทางด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และอาชญากรรม ซึ่งแลกมาด้วยการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งบางสถานการณ์ทรัพยากรบางอย่างเมื่อสูญเสียไปแล้วจะไม่สามารถสร้างหรือฟื้นคืนมาได้ แม้จะมีเงินมากมายในระบบเศรษฐกิจก็ตาม จึง

ทำให้หลาย ๆ ประเทศมีการตื่นตัวในเรื่องของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) โดยเฉพาะการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน โดยไม่บั่นทอนความต้องการของคนในรุ่นต่อไป ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นแนวทางสำคัญเป็นทางเลือกที่จะไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างโอกาสให้แก่คนรุ่นต่อไป โดยความคิดดังกล่าวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นหลังจากการประกาศปฏิญญาสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ณ กรุงริโอดีจาเนโร ประเทศบราซิล และต่อมาในปี พ.ศ. 2545 มีการประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (The World Summit on Sustainable Development: WSSD) ที่เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งสรุปในสาระสำคัญคือ ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ 180 ประเทศ (รวมทั้งประเทศไทย) จะต้องร่วมกันจัดทำเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals: MDGs) ให้สำเร็จภายในปี 2558 โดยประเทศสมาชิกจะต้องร่วมกันเป็นหุ้นส่วนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนภายในศตวรรษที่ 21

อำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่กลับมีอัตราการเติบโตและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่สูงมากนัก ทั้งนี้อาจเกิดจากการบริหารจัดการของเมืองหัวหินเองที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองหัวหินลดน้อยลงจากเดิมทั้งที่เป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ พัทยา ภูเก็ต บางแสน

และระยอง ซึ่งมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่นเรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญเฉพาะการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมและ 3) ด้านสิ่งแวดล้อมให้การดูแล รักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร (Cooper, 2012)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานการวิจัย

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

Kotler, Bowen & Makens (2010) ได้อธิบาย เมืองเป้าหมายว่าเป็นเมืองที่คนอยากมาเที่ยว เป็นเมืองที่นักลงทุนอยากมาลงทุน เป็นเมืองที่ผู้คนอยากมาอยู่อาศัย เป็นเมืองที่อยากอยู่หลังจากเกษียณ เป็นเมืองที่ต้องการมาพักผ่อน โดย

มีแนวทางในการทำให้สถานที่เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. เป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย
2. ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย และมีคุณภาพ
3. ต้องเป็นเมืองที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินทั้งด้านการเมือง ภัยธรรมชาติอาชญากรรม
4. ต้องเป็นเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี
5. ต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น
6. ต้องมีกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ ทั้งงานเทศกาล และงานนักชดถุักษ์ที่เป็นที่น่าสนใจ
7. ต้องเป็นเมืองที่มีภาพลักษณ์ดีทั้งทางด้านการบริการและการเป็นมิตรของประชาชนผู้เป็นเจ้าของ
8. ต้องเป็นเมืองที่เข้าถึงได้ง่ายมีความสะดวกในการเดินทาง
9. ต้องเป็นเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่พัก อาหาร และการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO 1996) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ว่าลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น “ได้รับการคาดหมายให้นำไปสู่การจัดการ ทรัพยากรทั้งมวล ด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรีย์ใน ขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลาย ทางชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต ” เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2552) กล่าวถึงแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประกอบด้วย 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน

ชนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิต 2) ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน 3) ต้องมีการกระจายรายได้ อันเกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนทุกส่วน และ 4) ต้องชี้แนะภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการสนับสนุนให้เกิดมาตรฐานการบริโภคที่ไม่ฟุ่มเฟือย อยู่ในขอบเขตการรองรับของระบบนิเวศ คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก และมีชุมชนเป็นรากฐานของการพัฒนา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitation Research) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และขนาดกลุ่มตัวอย่างซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชาชนและนักท่องเที่ยวได้จากการคำนวณจากสูตร (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

n แทน ขนาดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการคำนวณจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนมากทั้งสิ้น 3,807,248 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์) ดังนั้น แทนค่าสูตร $n = \frac{3,807,248}{1+3,807,248 (0.05)^2} = 399.999$

ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 ดังนั้นจากการแทนค่าจากสูตร ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วยคำถามเพื่อใช้วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และสถิติเชิงอนุมาน (ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน แบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ ที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ เป็นต้น ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ของอำเภอหัวหิน จังหวัด

ประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอในลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) กำหนดการให้ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ ผลการวิจัยได้จากการพิจารณาแปลผลจากคะแนนค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ซึ่งจัดชั้นเท่ากัน (Class Interval) โดยให้คะแนนระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ แบ่งเป็น 5 ระดับ จากสูตรดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

โดยค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้สามารถแปลผลได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง
4.21 – 5.00	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีระดับความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

วิธีการเก็บรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามลงพื้นที่วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ โดยการหาค่าร้อยละ

(Percentage) จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและระดับรายได้ต่อเดือน

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้แก่ วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน ทำการทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบค่าสถิติ t-test, F-test ด้วยกระบวนการทางสถิติซึ่งทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วย LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการสำรวจจากแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และผลการเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	4.22	.472	มากที่สุด
2. ด้านราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.69	.881	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.20	.516	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.18	.501	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.13	.451	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.20	.499	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.27	.434	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.12	.479	มาก

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	สัญชาติ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้
1) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการ ท่องเที่ยว	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) ด้านราคา	✓	✓	✓	×	✓	✓	✓
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) ด้านบุคลากร	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) ด้านลักษณะทางกายภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7) ด้านกระบวนการให้บริการ	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ภาพรวม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: * กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อความที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กำหนดให้เครื่องหมาย × แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการสรุปการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าสถิติค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) พบว่า ในภาพรวม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน ยกเว้น เพศต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน และในด้านสัญชาติแตกต่างกันนั้นมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความน่าสนใจ

รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และมีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองที่หลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและสนองความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ถูกมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541, หน้า 35-36)

ด้านราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือราคาของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสม รองลงมาคือการกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม และการกำหนดราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ความเหมาะสม มีความยุติธรรม ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวว่าการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายและการกระตุ้นการท่องเที่ยว รองลงมาคือ สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ และมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ มนรัตน์ ใจเอื้อ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม : ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายคือสถานที่หรือช่องทางนำผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากผู้ผลิต

ไปเสนอขายหรือส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยว หมายถึงวิธีการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและค้นข้อมูลได้สะดวก รองลงมาคือ การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และ มีการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่หลากหลายและน่าสนใจ สอดคล้องกับจุฑาธิปต์ จันทรเฑียร (2560) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดสมุทรสงครามจากสภาพแวดล้อมภายในที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ปัญหาการขาดแผนยุทธศาสตร์การตลาดออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและ ค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองและอยากให้การตลาดแบบออนไลน์

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ผู้ให้บริการมีจิตบริการที่ดี รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีความรอบรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และประชาชนในพื้นที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี และมิตรภาพ สอดคล้องกับ นิตยา งามยิ่งยง (2560) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี โดยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจด้านบุคลากรในการให้บริการทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ระบบการจัดการขยะ การดูแลสภาพแวดล้อมโดยรอบ รองลงมาคือความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และแผนที่และป้ายที่แสดงเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการให้ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมี ความสะอาด ปลอดภัย และสะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันสาด ศรีสุวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนของกลุ่มน้ำตาปี กล่าวว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนกลุ่มน้ำตาปีต้องรณรงค์สร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม ความสะอาดของสถานที่ และความ ปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว รองลงมาคือการบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับขวัญดี ศรีไพโรจน์ (2558) ซึ่ง

ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค: กรณีศึกษาตลาดเกาะลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่านักท่องเที่ยวในตลาดเกาะลอยให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสินค้าและบริการในด้านราคา รวมถึงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกายภาพอยู่ในระดับมาก แสดงว่านักท่องเที่ยวในตลาดเกาะลอยพอใจในช่องทางการจัดจำหน่าย พอดีในบุคลากร พอดีในกระบวนการให้บริการ พอดีในราคาและพอใจองค์ประกอบทางกายภาพตลอดจนพอใจในสินค้าและบริการโดยตรงเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป และเพื่อให้ภาครัฐนำไปวางแผนพัฒนางบประมาณได้อย่างครอบคลุมเหมาะสม

2. การวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการวิจัยที่เป็นการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของทั้งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในทุก ๆ อำเภอ

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญดี ศรีไพโรจน์. (2558). การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค: กรณีศึกษาตลาดเกาะลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. *วารสารกระแสวัฒนธรรม* 3-14.ปีที่ 16 ฉบับที่ 30.
- จุฑาธิปต์ จันทรเฑียร. (2560). *แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสมุทรสงคราม*. ดุษฎีนิพนธ์, สาขาวิชาการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, กรุงเทพฯ.
- นิตยา งามยิ่งยง. (2560). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.

- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2552). การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการบริหารการพัฒนา (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มนรัตน์ ใจเอื้อ (2558). รูปแบบการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม : ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. คุษณินพนธ์ สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการ และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ
- วันสาด ศรีสุวรรณ. (2553). การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนของกลุ่มน้ำตาปี. คุษณินพนธ์, สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (14 มีนาคม 2561). จำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกมาเยือนประเทศไทย. ค้นเมื่อ วันที่ 20 ตุลาคม 2561, จาก www.nso.go.th
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- Cooper, Fletcher J., and others. (2012). *Tourism: Principles and Practice*. 3rd ed. Harlow: Pearson Education Ltd.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- UNWTO. (1997). *Tourism 2020 Vision*. Madrid: UNWTO.
- WTO. (1996). *What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*. Retrieved 23 July 2018. from https://www.wto.org/english/news_e/pres96_e/anrep.htm