

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

Guidelines for tourism promotion in Mueang District SuphanBuri Province

Received 17 May 2022

Revised 31 May 2022

Accepted 18 July 2022

สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, พิมพร ศรีรุ่งเรือง,
คณศ ภัคดีภักดี, ภวรัญชน์ เกษมสวัสดิ์,
และอดิگانต์ จันทรรักงาม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Siriluk Pichainarongk, Pimporn Srirungraung,
Kanet Pakdeepak, Phavarun Kasemsawas,
and Atikarn Chanrakngam
Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีขอบเขตการวิจัยจะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว และศึกษา ปัญหาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทาง ไปท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี ในเดือนตุลาคม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ SPSS ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา ด้านการเข้าถึง มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง เข้าใจง่าย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุดด้านสิ่งแวดล้อมจะพบว่าสิ่งแวดล้อมเพียงพอกับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ร้านอาหาร แรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวมากที่สุดด้านกิจกรรมต่างๆ จะพบว่ากิจกรรมที่ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุดด้านที่พัก จะพบว่าสิ่งแวดล้อมในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพักเป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมากที่สุด

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยว, จังหวัดสุพรรณบุรี, แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

The purpose of this research was to find guidelines for tourism promotion in Mueang District, Province in Suphanburi Province. With the scope of research to study tourism promotion guidelines and study tourism promotion problems in Mueang District, Suphanburi

Province. By using quantitative research methods Use to collect data from questionnaires from tourists traveling Travel in Mueang District, Suphanburi Province in October from a sample of 400 people, the instrument used in the analysis was SPSS. The results showed that the majority of tourists are female. Age between 20 - 30 years old have an education level Bachelor's degree or higher, most are students/students in access There are signs throughout the route, easy to understand, are the motivation for traveling most. Facilities Will find enough facilities for tourists such as toilets, restaurants, incentives for traveling the most Various activities Will find that non-changing activities that are against the morals, ethics, and laws are the most motivating reasons for visiting a place of residence. Is the most motivation to travel

Keyword: Tourism promotion, SuphanBuri Province, Guidelines for tourism promotion

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญต่อหลายประเทศที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศสร้างอาชีพและรายได้แก่ประชาชน อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งและมีการพัฒนาและสร้างสรรค์ แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลาที่มีการแข่งขันทางการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นทั้งระหว่างประเทศ และตัวธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะมีการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวภายในประเทศ รัฐบาลมีนโยบายชัดเจนให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชนด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่ “เมืองรอง” มากขึ้น เพื่อให้เม็ดเงินมาสะพัดที่เมืองรองและกระจายลงสู่ท้องถิ่น หนุนให้เกิดการกระจายรายได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ตามนโยบายลดความเหลื่อมล้ำ (สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์, 2561) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังเมืองท่องเที่ยวเมืองรองเพิ่มขึ้นในระยะข้างหน้า หลายจังหวัดยังมีที่ต้องพัฒนา อาทิ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบการขนส่งสาธารณะในจังหวัด ให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งนี้มีข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแต่มีจุดเด่นการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและวัฒนธรรม ที่สามารถนำมาต่อยอดด้านการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวขณะนี้ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ผสมผสานความเป็นท้องถิ่นและความทันสมัยเข้าด้วยกัน โดยการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นหลายแห่ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนึ่งในจังหวัดการท่องเที่ยวเมืองรองของภาคกลางที่มีเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิต มีแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิต เชิงประวัติศาสตร์ พุทธศาสนา และแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยว กระจายในอยู่ในทุกอำเภอ สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดชั้นนำในด้านแหล่งผลิตอาหารและผลิตภัณฑ์คุณภาพมาตรฐานสู่สากล เป็นศูนย์ กลางการศึกษา การกีฬา และการ

ท่องเที่ยว โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดี และยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีทั้งหมดปี 2018 จำนวน 491,738 คน และในปี 2019 จำนวน 481,719 หากเทียบ มีจำนวนท่องเที่ยวลดลง -1.97% รายได้จากนักท่องเที่ยวปี 2018 เป็นจำนวน 707.75 และในปี 2019 เป็นจำนวน 687.25 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้ลดลง -2.90% (กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา, 2562) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ และต้องการที่จะศึกษาแรงจูงใจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ให้สวยงาม และคงอยู่กับชาวจังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์

เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดในจังหวัดสุพรรณบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้ทราบถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Roscoe, 1969 (กุสุมาลี โพธิ์ปัสสา, 2554 อ้างถึง Roscoe, 1969) จำนวน 400 เครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในส่วนแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีมีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวใน

เดือน ตุลาคม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีของ Roscoe ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% คิดเป็นร้อยละ 100 จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	142	35.5
หญิง	258	64.5
รวม	400	100

ตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 20 ปี	70	18.8
20 - 30 ปี	139	34.8
31 - 40 ปี	92	23.0
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	94	23.5
รวม	400	100

ตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม อายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือประถมศึกษา	7	1.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	2.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	64	16
อนุปริญญา หรือ ปวส.	66	16.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	252	63.0
รวม	400	100

ตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	138	34.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	16.0
พนักงานเอกชน	106	26.5
ธุรกิจส่วนตัว	70	17.5
อื่นๆ	9	5.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอเมืองสุพรรณบุรี

แรงจูงใจเดินทางมา ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					ค่า เฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านการเข้าถึง							
1. เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้หลายเส้นทาง	150 (37.5%)	160 (40%)	81 (20.2%)	7 (1.8%)	2 (0.5%)	4.122	0.824
2. สภาพถนนมีความ สะดวกสบายตลอด เส้นทาง	16.7 (41.8%)	161 (40.2%)	65 (16.2%)	6 (1.5%)	1 (0.2%)	4.217	0.785
3. มีป้ายบอกทางตลอด เส้นทางเข้าใจง่าย	115 (28.8%)	201 (50.2%)	76 (19%)	7 (1.8%)	1 (0.2%)	4.055	0.153
4. มีรถโดยสารสาธารณะ ให้บริการสม่ำเสมอ	90 (22.5%)	138 (34.5%)	111 (27.8%)	55 (13.8%)	6 (1.5%)	3.621	1.025
5. มีเส้นทางเชื่อมโยงไป ยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ สะดวก	150 (37.5%)	167 (41.8%)	64 (16%)	14 (3.5%)	5 (1.2%)	4.107	0.881

ตารางที่ 5 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมา ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านสิ่งดึงดูดใจทาง การท่องเที่ยว							
1. ชื่อเสียงของแหล่ง ท่องเที่ยว	150 (37.5%)	150 (37.5%)	80 (20%)	20 (5%)	0 (0%)	4.107	0.878
2. ความเหมาะสมของภูมิ ทัศน์อากาศถ่ายเทสะดวก และปราศจากกลิ่นไม่พึง ประสงค์	127 (31.8%)	192 (48%)	73 (18.2%)	8 (2%)	0 (0%)	4.095	0.756
3.ความมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว ของแหล่ง ท่องเที่ยว	139 (34.8%)	203 (50.8%)	54 (13.5%)	4 (1%)	0 (0%)	4.192	0.697
4.ความสวยงามและความ สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	153 (38.2%)	180 (45%)	63 (15.8%)	2 (0.5%)	2 (0.5%)	4.200	0.752
5.ความหลากหลายของ กิจกรรมสินค้าและของที่ ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว	133 (33.2%)	171 (42.8%)	89 (22.2%)	6 (1.5%)	1 (0.2%)	4.072	0.796
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							
1. การบริการศูนย์รับเรื่อง ร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว และจุดบริการตำรวจ ท่องเที่ยว	113 (28.2%)	125 (31.2%)	119 (29.8%)	41 (10.2%)	2 (0.5%)	3.765	0.991
2. ที่จอดรถมีจำนวน เพียงพอกับปริมาณ นักท่องเที่ยว	134 (33.5%)	174 (43.5%)	88 (22%)	4 (1%)	0 (0%)	4.095	0.766
3. สิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร	108 (27%)	203 (50.8%)	86 (21.5%)	3 (0.8%)	0 (0%)	4.040	0.717
4. มีร้านขายของที่ระลึก และสินค้าสะท้อนอัต ลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว	143 (35.8%)	168 (42%)	82 (20.5%)	5 (1.2%)	2 (0.5%)	4.112	0.804

ตารางที่ 5 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมา ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านกิจกรรมต่างๆ							
1. ความหลากหลายของกิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ	190 (47.5%)	151 (37.8%)	53 (13.2%)	5 (1.2%)	1 (0.2%)	4.310	0.765
2. กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อ หลัก คุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย	125 (31.2%)	210 (52.5%)	55 (13.8%)	10 (2.5%)	0 (0%)	4.125	0.731
3. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างดี	127 (31.8%)	146 (36.5%)	109 (27.2%)	15 (3.8%)	3 (0.8%)	3.947	0.898
ด้านที่พัก							
1. ความสะอาดของห้องพักและบริเวณโดยรอบ	145 (36.2%)	160 (40%)	85 (21.2%)	10 (2.5%)	0 (0%)	4.100	0.816
2. ห้องพักระบายกลิ่นอับ ลักษณะชุมชน	121 (30.2%)	176 (44%)	94 (23.5%)	8 (2%)	1 (0.2%)	4.020	0.800
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก	129 (32.2%)	182 (45.5%)	86 (21.5%)	10 (2.5%)	1 (0.2%)	4.030	0.800
4. ที่พักมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน	129 (32.2%)	182 (45.5%)	80 (20%)	8 (2%)	1 (0.2%)	4.075	0.787
5. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและ เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก	121 (30.2%)	186 (46.5%)	85 (21.2%)	8 (2%)	0 (0%)	4.050	0.770

ตารางที่ 5 แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองสุพรรณบุรี พบว่า ด้านการเข้าถึง มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง เข้าใจง่าย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ส่วนมีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้สะดวก เป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาก ส่วนสภาพถนนมีความ

สะดวกสบายตลอดเส้นทางและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง เป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อย และในส่วนมีทรัพยากรสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จะพบว่าความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยว จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ส่วนความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อากาศถ่ายเทสะดวก และปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมาก ส่วนความสวยงามและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจการเดินทางมาเที่ยวปานกลาง และในส่วนชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะพบว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอแก่นักท่องเที่ยวเช่น ห้องสุขา ร้านอาหาร แรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวมากที่สุด ส่วนที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวมาก ส่วนร้านขายของที่ระลึกและสินค้าสะท้อนอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวแรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวปานกลาง และในด้านการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยว แรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านกิจกรรมต่างๆ จะพบว่ากิจกรรมที่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ส่วนความหลากหลายของกิจกรรมที่มีความน่าสนใจเช่น กิจกรรมไหว้พระ เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมากที่สุด และในส่วนเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรมได้ดี เป็นแรงจูงใจการเดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านที่พัก จะพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมากที่สุด ส่วนราคาเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก และที่พักรมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน แรงจูงใจเดินทางเที่ยวมาก ส่วนห้องพักสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน จูงใจให้เดินทางท่องเที่ยวปานกลาง และในส่วนความสะอาดของห้องพักและบริเวณโดยรอบ แรงจูงใจให้เดินทางมาเที่ยวบ่อย

ตารางที่ 6 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

แรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	หญิง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig
ด้านการเข้าถึง				
1. เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้ หลายเส้นทาง	4.16 0.84	4.09 0.79	0.837	0.165
2. สภาพถนนมีความ สะดวกสบายตลอด เส้นทาง	4.30 0.75	4.17 0.80	1.615	0.745
3. มีป้ายบอกทางตลอด เส้นทาง เข้าใจง่าย	4.09 0.73	4.03 0.76	0.719	0.366

ตารางที่ 6 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	หญิง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig
4. มีรถโดยสารสาธารณะ ให้บริการสม่ำเสมอ	3.67 1.01	3.60 1.03	0.702	0.570
5. มีเส้นทางเชื่อมโยงไป ยัง แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้ สะดวก	4.19 0.89	4.06 0.87	1.392	0.083
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการ ท่องเที่ยว				
1. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.04 0.93	4.09 0.84	-0.553	0.341
2. ความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อากาศถ่ายเทสะดวก และ ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์	4.14 0.77	4.06 0.74	0.899	0.334
3.ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของแหล่งท่องเที่ยว	4.21 0.77	4.18 0.64	0.399	0.009*
4.ความสวยงามและความ สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.16 0.82	4.22 0.71	-0.749	0.387
5.ความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยว	4.18 0.78	4.01 0.79	2.070	0.165
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. การบริการศูนย์รับเรื่อง ร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว และ จุดบริการตำรวจท่องเที่ยว	3.85 1.01	3.71 0.97	1.411	0.747
2. ที่จอดรถมีจำนวน เพียงพอ กับปริมาณ นักท่องเที่ยว	4.09 0.74	4.09 0.77	0.069	0.478
3. สิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร	4.09 0.71	4.01 0.71	1.066	0.314

ตารางที่ 6 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	หญิง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig
4. มีร้านขายของที่ระลึก และ สินค้าสะท้อนอัตลักษณ์สถานที่ ท่องเที่ยว	4.15 0.78	4.08 0.81	0.783	0.647
ด้านกิจกรรมต่างๆ				
1. ความหลากหลายของ กิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ	4.28 0.84	4.32 0.71	-0.412	0.086
2. กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อ หลัก คุณธรรม จริยธรรม และ กฎหมาย	4.12 0.75	4.12 0.72	0.036	0.564
3. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้อย่างดี	3.95 0.96	3.94 0.85	0.053	0.039
ด้านที่พัก				
1. ความสะอาดของห้องพักและ บริเวณโดยรอบ	4.16 0.84	4.06 0.79	1.127	0.072
2. ห้องพักระท้อนถึงอัตลักษณ์ ชุมชน	4.04 0.83	4.00 0.78	0.542	0.513
3. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ ของห้องพัก	3.94 0.07	0.77 0.80	-0.604	0.274
4. ที่พักมีความปลอดภัย แก่ชีวิต และทรัพย์สิน	4.11 0.81	0.77	0.842	0.280
5. สิ่งอำนวยความสะดวกใน ห้องพักมีความเหมาะสมและ เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก	4.02 0.79	4.06 0.75	-0.420	0.690

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบทางสถิติ t-test พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อกิจกรรมท่องเที่ยว โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวและอายุ พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.26 ให้ความสำคัญการมีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ มากกว่าบุคคลอายุ 20 – 30 ปี ส่วนชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า บุคคลที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.36 ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงแหล่งท่องเที่ยว มากกว่า บุคคลอายุ 31 – 40 ปี ส่วนความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อากาศถ่ายเทสะดวกและปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ พบว่า บุคคลที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.274 ให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อากาศถ่ายเทสะดวกและปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ มากกว่า บุคคลอายุ 20 -30 ปี ส่วนความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.41 ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่า บุคคลอายุ 20 – 30 ปี ส่วนการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวพบว่าบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.25 ให้ความสำคัญกับการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวมากกว่า บุคคลอายุ 20 – 30 ปี ส่วนที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว พบว่า บุคคลอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.31 ให้ความสำคัญกับมีที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่า บุคคลที่มีอายุ 20 – 30 ปี ส่วน สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.32 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร มากกว่า บุคคลที่มีอายุ 20 -30 ปี ส่วนความหลากหลายของกิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ พบว่า บุคคลที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.21 ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของกิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ มากกว่าบุคคลที่มีอายุ 20 – 30 ปี ส่วนกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมายพบว่าบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.29 ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย มากกว่า บุคคลที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ส่วนเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้ดี พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.28 ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้ดี มากกว่า บุคคลที่มีอายุ 20 -30 ปี ส่วนที่พักมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.28 ให้ความสำคัญกับที่พักมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน มากกว่าบุคคลที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.24 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพักมากกว่า บุคคลที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป

เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวและระดับการศึกษา จะพบว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.78 ให้ความสำคัญกับ การบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนราคาเหมาะสมกับ

คุณภาพของห้องพัก บุคคลที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 4.17 ให้ความสำคัญมากกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา หรือ ปวส. ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก บุคคลที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 4.23 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก มากกว่า บุคคลที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา หรือ ปวส.

เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวและอาชีพ พบว่าบุคคลที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.94 ให้ความสำคัญกับการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยว มากกว่าพนักงานเอกชน ส่วนที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว บุคคลที่มีอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.29 ให้ความสำคัญกับที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว มากกว่า พนักงานเอกชน ในส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร บุคคลที่มีอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.53 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร มากกว่านักเรียน/นักศึกษา ส่วนเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้อย่างดี บุคคลที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.12 ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้อย่างดี มากกว่าพนักงานเอกชน ส่วนบุคคลที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.21 ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องพักและบริเวณโดยรอบ มากกว่าพนักงานเอกชน ส่วนบุคคลที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 4.14 ให้ความสำคัญกับห้องพัก สะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน มากกว่า พนักงานเอกชน และในส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก บุคคลที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.18 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก มากกว่าพนักงานเอกชน

อภิปรายและข้อเสนอแนะในการวิจัย

เนื่องจาก สถานการณ์ในช่วงนี้มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลให้การเก็บแบบสอบถามติดขัด เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลง และ นักท่องเที่ยวอยากให้มีการจัดการสภาพถนนให้ดีขึ้น อยากให้มีจุดกระจายรถสาธารณะเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในอำเภอเมืองสุพรรณบุรีและยังอยากให้มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนกว่านี้ เนื่องจากถนนส่วนมากขยายเส้นทางใหม่ๆ ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวอยากให้มีการจุดเช่ารถเพิ่มเพื่อความสะดวกสบายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2562). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดสุพรรณบุรี (Online). https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411., 13 กุมภาพันธ์ 2563.
- กัลยา สมมาตย์. (2550). สภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรม การท่องเที่ยวปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว รวมทั้งเปรียบเทียบปัญหา และโอกาสทางการตลาดของ

- แหล่งท่องเที่ยว. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดบัณฑิตวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. (Online). <http://library.ap.tu.ac.th/dublin.php?ID=13399126144>., 16 ตุลาคม 2562
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี. (2555). ประวัติความเป็นมา. (Online). <http://www.tatsuphan.net/Shistory.html>., 16 ตุลาคม 2562
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี. (2555). งานนมัสการหลวงพ่อโต. (Online). <http://www.tatsuphan.net/Stradition.html> 1 มีนาคม 2563
- กรุงเทพธุรกิจ. (2557). ททท.สุพรรณเปิดแผนตลาด ปี 58 ดึงนักท่องเที่ยวกลุ่ม AEC (Online). <https://www.smethailandclub.com/news-2516-id.html>., 28 มกราคม 2563
- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2552). มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักมาตรฐานการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- กรวรรณ สังขกร. (2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา: เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา. ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาภูมิภาควิชา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2554). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของหน่วยงานในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชีวานันท์ วุฒิพันธ์. (2550). ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการโรงแรมประเภทเต็นท์ กรณีศึกษาเขาเขียว เอส ตา เต๋ รีสอร์ท จังหวัดชลบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการโรงแรมและภัตตาคาร, วิทยาลัยดุสิตธานี.
- ชนาธิป แห่งกระโทก. (2558). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเยาวราช. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ดร.จิตติพันธ์ จันทร์หอม. (2557). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอภูมิปัญญาของชาวไทยทรงดำ ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ดร. ขวัญกมล ดอนขวา. (2557). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเชิงเหนือ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ตันติกร โคตรซารี. (2557). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา พระธาตุประจำวันเกิด จังหวัดนครพนม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี. (2560). แผนพัฒนาท้องถิ่นสี่ปีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี พ.ศ. 2561 – 2564 (Online). <http://www.suphancity.go.th/pragad/10.02.60.pdf>., 2 มีนาคม 2563

- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษา วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นางสาวประภาวี วงษ์บุตรศรี. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- นางสาวประภาวี วงษ์บุตรศรี. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- พยอม ธรรมบุตร. (2550). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การจัดการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2552). การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชน. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ศรัณพร ขวนเกริกกุล. (2561). กลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรอง จังหวัดสิงห์บุรี. บริหารธุรกิจ วิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมहनุนตลาดไทยเที่ยวไทย. (Online). <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/>, 8 กุมภาพันธ์ 2563.
- ศศิพร บุญชู. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจ ม ห า บั ณฑิต , มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศศิกานต์ กุลวานิช. (2553). การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเทศบาลเมืองตะกั่วป่า อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต การปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศรินทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุรียรัตน์เตชะทวิวรรณ. (2550). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว:เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ. ขอนแก่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2552). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

- สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์. (2561). นโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรอง. สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ (Online). http://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/, 8 กุมภาพันธ์ 2563
- หทัยชนก ฉิมบ้านไร่. (2557). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรรณพ เนตรทิพย์. (2552). การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในตำบลดงพญา อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- อารียา พนมไพร. (2558). ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยรรางเทศบาลนครเชียงราย ทุนวิจัยขนาดเล็ก (HRS). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2700 – 1001. (2562). ความหมายของการท่องเที่ยว. (Online). <https://sites.google.com/site/xutsahkrmthxngtheiyw27001001/3-nak-thxng-theiyw/3-1-khwam-hmay-khxng-nak-thxng-theiyw.>, 16 ตุลาคม 2562.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2554). จิตวิทยาบริการ *Service Psychology*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: อักษรสยามการพิมพ์. 17 มีนาคม 2563.
- Suphan.BIZ. (2519). คติโบราณ “ห้ามมิให้เจ้านายเสด็จไปเมืองสุพรรณ”. (Online). <http://www.suphan.biz/suphanhistory.htm>,. 16 ตุลาคม 2562.
- Welovesuphan. (2019). งานนมัสการหลวงพ่อดโต. (Online). <http://welovesuphan.com/th/>,. 16 ตุลาคม 2562.