

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อหนุนเสริม
การท่องเที่ยวทางราง วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช
**The Guidelines for Developing and Upgrading Tourism Potential
and Products to Support Rail Tourism of Khao Luang
Lifestyle in Nakhon Si Thammarat Province**

กิรฐากร บุญรอด¹

ฐิติมา รัตนพงษ์¹

เพียงพิศ ศรีประเสริฐ¹

พรรณนภา เขียวน้อย^{1*}

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช¹

*e-mail:pannapakhianoi@gmail.com

Kirathakon Boonrod¹

Thitima Rattanapong¹

Piangpis Sriprasert¹

Pannapa Khiawnoi^{1*}

Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University¹

Received: August 28, 2024, Revised: March 1, 2025, Accepted: March 11, 2025

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยเสน่ห์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ยังขาดการศึกษาที่ครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรม ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและยกระดับการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางรางยังต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อสารการตลาดที่ยังไม่เพียงพอ ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่บรรลุศักยภาพอย่างเต็มที่ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวทางรางของนักท่องเที่ยวในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัด นครศรีธรรมราช การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 370 คน โดยใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงสถิติไคสแควร์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชนเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และมีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาแล้วมากกว่า 1 ครั้ง โดยรับทราบข้อมูลจากครอบครัวและคนใกล้ชิด นิยมเดินทางคนเดียว พักค้าง 1 คืน และขึ้นชอบการท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ ด้านความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$) โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านสินค้าและบริการ ($\bar{x} = 3.81$) และต่ำสุดในด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 2.97$) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ ประสบการณ์การท่องเที่ยว แหล่งข้อมูล วัตถุประสงค์การเดินทาง ช่วงเวลา และลักษณะการเดินทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยผลการวิจัยนำไปสู่การเสนอแนวทางการพัฒนา 5 ด้าน ประกอบด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาการสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ แนวทางดังกล่าวจะช่วยยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่ให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ ผลผลิตนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางราง วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Abstract

Rail tourism in the Khao Luang local area of Nakhon Si Thammarat Province has the potential to attract tourists with its natural charm and local culture. However, there is still a lack of comprehensive studies on tourist behavior, satisfaction, and factors influencing travel decision-making, which are crucial for developing tourism products and enhancing services to meet the needs of modern tourists. Additionally, rail tourism faces infrastructure, facilities, and insufficient marketing communication limitations, making the area's tourism development does not reach its full potential. The research objectives include: 1) to study the rail tourism behavior of tourists in the Khao Luang area, Nakhon Si Thammarat Province; 2) to assess tourists' satisfaction with the marketing mix of rail tourism services in the Khao Luang area; 3) to analyze factors related to the marketing mix of rail tourism services in the region; and 4) to propose strategies for enhancing the potential and upgrading rail tourism products in the Khao Luang area, Nakhon Si Thammarat Province. Data were collected through questionnaires administered to 370 Thai tourists selected using convenience sampling. The data analysis employed descriptive statistics, including percentages, means, standard deviations, and Chi-square statistics, to test variable relationships. The results revealed that most tourists were female private employees aged between 31 and 40 years, with a bachelor's degree, marital status, and an average monthly income of 20,001–30,000 baht. Regarding tourism behavior, most had traveled to the area more than once, primarily informed by family and close friends. They preferred traveling alone, staying for one night, and visiting natural attractions. Overall satisfaction was at a moderate level ($\bar{x} = 3.33$), with the highest satisfaction in products and services ($\bar{x} = 3.81$) and the lowest in physical characteristics ($\bar{x} = 2.97$). The relationship analysis showed that age, occupation, income, travel experience, sources of information, travel purposes, travel periods, and travel characteristics were moderately related to satisfaction. The study proposed five development strategies: improving infrastructure and facilities, enhancing marketing communication and promotion, developing workforce capacity, encouraging community involvement, and building collaborative networks. These strategies aimed to elevate the potential of rail tourism in the region and foster sustainable development.

Keywords: Potential Development; Tourism Products; Rail Tourism; Khao Luang Lifestyle; Nakhon Si Thammarat Province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร โดยการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างมีประสิทธิภาพ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งเต็มไปด้วยคุณภาพและคุณค่า (Tourism Authority of Thailand, 2022) ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศอย่างสำคัญ (Purim, Zhang, Sukpatch, & Wichitphongsa, 2023) โดยภูมิภาคต่าง ๆ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Piboonrunroj, Wannapan, & Chaiboonsri, 2023) ในบรรดาภูมิภาคเหล่านี้ จังหวัดนครศรีธรรมราชโดดเด่นด้วยมรดกทางวัฒนธรรมอันอุดมสมบูรณ์และความงามตามธรรมชาติ โดยเฉพาะในพื้นที่เขาหลวง การผนวกการท่องเที่ยวทางรถไฟเข้ากับกลยุทธ์การท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้ถือเป็นโอกาสในการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมในขณะที่ส่งเสริมทางเลือกการเดินทางที่ยั่งยืน (Tourism Authority of Thailand, 2022)

การท่องเที่ยวทางรถไฟได้รับการยอมรับมากขึ้นเรื่อย ๆ ว่าเป็นทางเลือกที่ยั่งยืนแทนรูปแบบการขนส่งที่ปล่อยคาร์บอนเข้มข้นมากขึ้น (Tantivejakul, 2023) โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับทิวทัศน์และสถานที่ทางวัฒนธรรมของภูมิภาคในรูปแบบที่ไม่เหมือนใคร โดยมักจะเข้าถึงพื้นที่ที่เข้าถึงได้น้อยกว่าด้วยวิธีการคมนาคมอื่น ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวทางรถไฟอาจมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวิถีชีวิตและมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นในพื้นที่เขาหลวง (Sangthong, Saephu, & Osarit, 2022) ซึ่งเป็นภูมิภาคที่ขึ้นชื่อในเรื่องวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Chanatana, 2022) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้บรรลุศักยภาพดังกล่าวอย่างเต็มที่ จำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวทางรถไฟถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีขอบเขตของพื้นที่ คือ อำเภอทุ่งสง อำเภอนาบอน อำเภอช้างกลาง อำเภอฉวาง เพื่อศึกษาพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวทางรถไฟถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช และสร้างองค์ความรู้ให้แก่ภาคส่วนต่าง ๆ ในประเทศ นำเอาผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสนับสนุนนโยบายแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทางรางของนักท่องเที่ยวในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางราง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว รวมถึงแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ

การตลาด เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจบริบทของการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัด นครศรีธรรมราช

1. การท่องเที่ยวและบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน การท่องเที่ยวได้รับการยอมรับว่าเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างมีประสิทธิภาพ (Tourism Authority of Thailand, 2022) งานวิจัยหลายชิ้นได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ (Purim, Zhang, Sukpatch, & Wichitphongsa, 2023) และการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ (Piboonrungrroj, Wannapan, & Chaiboonsri, 2023) จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมและความงามตามธรรมชาติที่โดดเด่น (Chanatana, 2022) การท่องเที่ยวทางรางจึงเป็นอีกหนึ่งโอกาสในการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Tourism Authority of Thailand, 2022)

2. การท่องเที่ยวทางรางและความยั่งยืน การท่องเที่ยวทางรางเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นทางเลือกที่ยั่งยืนกว่าการขนส่งรูปแบบอื่นที่มีการปล่อยคาร์บอนสูง (Tantivejakul, 2023) การเดินทางด้วยรถไฟช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับทิวทัศน์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นในมุมมองที่แตกต่างออกไป และยังสามารถเข้าถึงพื้นที่ที่อาจเข้าถึงได้ยากด้วยการขนส่งรูปแบบอื่นได้ (Tantivejakul, 2023) ในบริบทของจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวทางรางมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวิถีชีวิตและมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่เขาหลวง (Sangthong, Saephu, & Osarit, 2022) ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในเรื่องของวิถีชีวิตดั้งเดิมและแหล่งธรรมชาติ (Chanatana, 2022)

3. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การทำความเข้าใจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Andriotis, & Vaughan, 2020) งานวิจัยหลายชิ้นได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ (Cohen, & Cohen, 2020) ผลการศึกษาของ Hudson, & Thal (2022) ชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางและบริการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความสะดวกสบายและความเป็นเอกลักษณ์ของจุดหมายปลายทางยังส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ (Hjalager, 2021) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Environment, Process) เป็นสิ่งสำคัญที่นำไปสู่การกลับมาเยือนซ้ำและการบอกต่อ (Porter, 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ รวมถึงพนักงานผู้ให้บริการมักจะส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยว (Martinez, & Johnson, 2024)

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เช่น อายุ อาชีพ และรายได้ มักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว (Cohen, & Cohen, 2020) นอกจากนี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมา แหล่งข้อมูลที่ได้รับ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และลักษณะการเดินทางก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Hudson, & Thal, 2022) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์เหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับกลยุทธ์การตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Smith, & Yang, 2021)

5. แนวทางการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (Thompson, & Williams, 2023) การสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ช่องทางดิจิทัล (Wilson, & Chen, 2022) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ (Martinez, &

Johnson, 2024) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการทรัพยากรท้องถิ่น (Anderson, Smith, & Wilson, 2023) และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างบูรณาการ (Brown, & Davis, 2023) แนวทางเหล่านี้จะช่วยยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

ประโยชน์คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. การปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด ผลการวิจัยจะให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยในการออกแบบแคมเปญที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถไฟในเขาสถางอาจช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้
2. การเพิ่มประสบการณ์นักท่องเที่ยว การเข้าใจว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ของส่วนประสบการณ์การมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอย่างไร สามารถนำไปสู่การปรับปรุงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ช่วยเพิ่มความน่าดึงดูดของการท่องเที่ยวทางรถไฟ
3. ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสามารถนำไปสู่รายได้ที่สูงขึ้นสำหรับเศรษฐกิจท้องถิ่น รวมถึงการใช้จ่ายโดยตรงกับบริการรถไฟและบริการอื่น ๆ ในนครศรีธรรมราช
4. การกำหนดนโยบายและการดำเนินการ ข้อมูลจากการศึกษาอาจช่วยให้หน่วยงานภาครัฐบาลท้องถิ่นและคณะกรรมการท่องเที่ยวกำหนดนโยบายที่สนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยวทางรถไฟ พร้อมรักษาสมดุลทางนิเวศและมรดกทางวัฒนธรรม
5. การสนับสนุนทางวิชาการ สามารถมีส่วนร่วมในสาขาวิชาโดยการให้ข้อมูลตัวอย่างเกี่ยวกับวิธีการที่การตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งมีประโยชน์สำหรับการศึกษาและการปฏิบัติในอนาคตในบริบทที่คล้ายคลึงกัน

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวทางรางของนักท่องเที่ยวในพื้นที่วิถีถิ่นเขาสถาง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 370 คน โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)
2. เครื่องมือในการวิจัย การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม ที่สร้างมาจากการทบทวนวรรณกรรม ในประเด็นที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การทำความเข้าใจลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้นักวิจัยสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ข้อมูลทั่วไป เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ซึ่งใช้แบบสอบถามลักษณะ Check List เพื่อสะท้อนพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทางราง และความพึงพอใจต่อส่วนประสบการณ์การตลาดการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาสถาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้แบบสอบถามลักษณะ มาตรการส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ Likert 5 ระดับ (1 = พึงพอใจน้อยที่สุด, 5 = พึงพอใจมากที่สุด)
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาสถาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีแบบสะดวก ซึ่งแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และมีค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา (IOC) ที่สูงกว่า 0.50 ทุกข้อ (Polit & Beck, 2021) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวัดจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมอยู่ที่ 0.85 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีมาก (Taber, 2018) และการแปลผลค่าเฉลี่ย (Mean) ของแบบสอบถามใช้เกณฑ์ดังนี้ (Best, & Kahn, 2006) 1) ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20

อยู่ในระดับมาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 อยู่ในระดับปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 อยู่ในระดับน้อย และ 5) ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้ร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อสรุปข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมทางท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงทดสอบ (Test Statistics) ใช้วิธี ไค-สแควร์ (Chi-Square) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ระหว่างข้อมูลพื้นฐานทั่วไป พฤติกรรมทางท่องเที่ยว และส่วนประสมการตลาดบริการที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการวิจัย

การท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยเสน่ห์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้สามารถเสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับการให้บริการได้อย่างตรงจุด ซึ่งจากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 370 คน พบว่า ผู้เดินทางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.51) อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 28.11) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 65.14) และสถานภาพสมรส (ร้อยละ 62.16) ส่วนใหญ่อยู่ในอาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 22.70) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 39.73) ข้อมูลเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการวางแผนการศึกษา โดยมุ่งเน้นไปที่ 4 วัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พฤติกรรมทางท่องเที่ยวทางรางของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370 คน พบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราชมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 57.03) โดยทราบข้อมูลจากครอบครัว ญาติและคนรัก (ร้อยละ 32.70) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน (ร้อยละ 33.24) ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแบบจำนวน 1 คืน (ร้อยละ 47.84) และนิยมเดินทางมาคนเดียว (ร้อยละ 36.22) โดยกิจกรรมที่นิยมกระทำเมื่อมาท่องเที่ยวทางรางในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 28.65) นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวทางรางในจังหวัดนครศรีธรรมราช อีกครั้ง แต่ยังไม่ทราบช่วงเวลา (ร้อยละ 67.03) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 พฤติกรรมทางท่องเที่ยวทางรางของนักท่องเที่ยวทางรางในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	พฤติกรรมทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางรถไฟ			ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว		
1) ครั้งแรก	159	42.97	1) 1 คืน	177	47.84
2) มากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป	211	57.03	2) 2 คืน	165	44.59
			3) 3 คืน	23	6.22
			4) มากกว่า 4 คืนขึ้นไป	5	1.35
รวม	370	100.00	รวม	370	100.00
แหล่งรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว			ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1) เพื่อน	115	31.08	1) คนเดียว	134	36.22
2) ครอบครัว/ญาติ/คนรัก	121	32.70	2) เพื่อน/ครอบครัว/คนรัก	117	31.62
3) หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	8	2.16	3) เพื่อนร่วมงาน	82	22.16
4) อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์	98	26.49	4) อื่น ๆ	37	10.00

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5) อื่น ๆ	28	7.57			
รวม	370	100.00	รวม	370	100.00
วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว			กิจกรรมที่นิยมกระทำเมื่อมาท่องเที่ยวทางราง		
1) ท่องเที่ยวและพักผ่อน	123	33.24	1) ชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	106	28.65
2) เยี่ยมญาติ / เพื่อน	105	28.38	2) ชมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	96	25.95
3) ประชุม / สัมมนา	42	11.35	3) เรียนรู้วิถีชีวิต	52	14.05
4) ติดต่อธุรกิจ	64	17.30	4) ไหว้พระและมูเตลู	87	23.51
5) อื่น ๆ	36	9.73	5) อื่น ๆ	29	7.84
รวม	370	100.00			
ความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยว					
1) กลับมาอีกครั้งภายใน 1 สัปดาห์	37	10.00			
2) กลับมาอีกครั้งภายใน 1 เดือน	84	22.43			
3) กลับมาอีกครั้งแต่ไม่ทราบช่วงเวลา	248	67.03			
4) ไม่ต้องการกลับมา	2	0.54			
รวม	370	100.00			

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 370 คน พบว่า ภาพรวมมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$, S.D. = 0.132) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงตามลำดับ 3 ลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{x} = 3.81$, S.D. = 0.341) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.317) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.41$, S.D. = 0.355) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 2.97$, S.D. = 0.355) น้อยที่สุด (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวงจังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ด้านสินค้าและบริการ (Product)	3.81	0.341	มาก
2. ด้านราคา (Price)	3.16	0.386	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	3.26	0.377	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.41	0.355	ปานกลาง
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	3.64	0.317	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)	2.97	0.355	ปานกลาง
7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	3.12	0.366	ปานกลาง
รวม	3.33	0.132	ปานกลาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและ

ยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวทางราง วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบไค-สแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 กลุ่มตัวแปร คือ ด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ได้แก่ อายุ (Sig 2-tailed=0.000, R=0.269) อาชีพ (Sig 2-tailed=0.000, R=0.255) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Sig 2-tailed=0.000, R=0.242) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ โดยมีความสัมพันธ์ระดับน้อย ได้แก่ การศึกษา (Sig 2-tailed=0.004, R=0.159) และสถานภาพ (Sig 2-tailed=0.003, R=0.145) ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ (Sig2-tailed=0.128, R=0.056) และด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ได้แก่ ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Sig2-tailed=0.000, R=0.259) แหล่งรับทราบข้อมูล (Sig 2-tailed=0.000, R=0.237) วัตถุประสงค์ในการเดินทาง (Sig 2-tailed=0.000, R=0.251) ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว (Sig 2-tailed=0.000, R=0.256) และลักษณะการเดินทาง (Sig 2-tailed=0.000, R=0.255) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ โดยมีความสัมพันธ์ระดับน้อย ได้แก่ กิจกรรมที่จะกระทำ (Sig 2-tailed=0.000, R=0.189) ส่วนความต้องการท่องเที่ยวทางรางไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ (Sig 2-tailed=0.72, R=0.069) (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปร กลุ่มที่ 1 ด้าน ข้อมูลทั่วไป	ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทาง การตลาดบริการ			ตัวแปรกลุ่มที่ 2 ด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว	ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทาง การตลาดบริการ		
	Sig 2- tailed	Cramer's V	ความ สัมพันธ์		Sig 2- tailed	Cramer's V	ความ สัมพันธ์
เพศ	0.128	0.075	ไม่ สัมพันธ์	ประสบการณ์ ท่องเที่ยว	0.000*	0.259	ปานกลาง
อายุ	0.000*	0.269	ปานกลาง	แหล่งรับข้อมูล	0.000*	0.237	ปานกลาง
การศึกษา	0.004*	0.159	น้อย	วัตถุประสงค์การเดินทาง	0.000*	0.251	ปานกลาง
สถานภาพ	0.003*	0.145	น้อย	ช่วงเวลาการเดินทาง	0.000*	0.256	ปานกลาง
อาชีพ	0.000*	0.255	ปานกลาง	กิจกรรมที่จะกระทำ	0.000*	0.189	น้อย
รายได้เฉลี่ย	0.000*	0.242	ปานกลาง	ลักษณะการเดินทาง	0.000*	0.255	ปานกลาง
				ความต้องการท่องเที่ยวซ้ำ	0.720*	0.069	ไม่ สัมพันธ์

หมายเหตุ: * มีความสัมพันธ์หรือแตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรม ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง สามารถนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน

1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นประเด็นเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ เนื่องจาก ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพน้อยที่สุด จึงควรเร่งพัฒนาระบบความปลอดภัยและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงป้ายบอกทางและสื่อ

ความหมายให้ชัดเจน และยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ และจุดพักผ่อน ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การพัฒนาการสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัลมีความสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการพัฒนาเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน สำหรับการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัยจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือน

3) การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การยกระดับคุณภาพการบริการผ่านการพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะการให้บริการ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ และความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อให้สามารถให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

4) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนจะช่วยรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นและสร้างความยั่งยืนให้การท่องเที่ยวในพื้นที่

5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือเพื่อร่วมกันวางแผน พัฒนา และแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างบูรณาการ

การดำเนินการตามแนวทางข้างต้นจะช่วยยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวงให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระยะยาว การพัฒนาที่คำนึงถึงทั้งด้านกายภาพ การตลาด บุคลากร และการมีส่วนร่วมของชุมชนจะช่วยสร้างความสมดุลและความยั่งยืนให้การท่องเที่ยวในพื้นที่

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวทางรางวิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบประเด็นที่สำคัญที่สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะตัว ในด้านประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงในช่วงวัยทำงานอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ลักษณะทางประชากรศาสตร์นี้สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อและการศึกษาในระดับที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gössling, & Higham (2020) ที่ระบุว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงและมีรายได้ดีมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากขึ้น ในส่วนของด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบรูปแบบที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยมาเยือนมากกว่า 1 ครั้ง โดยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านการบอกต่อจากครอบครัว ญาติ และคนรัก ซึ่งสะท้อนถึงความประทับใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมา วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง คือ การท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยนิยมพักค้างคืน 1 คืน และมีลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจ คือ นิยมเดินทางคนเดียว กิจกรรมที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสดงความต้องการที่จะกลับมาเยือนอีกครั้ง แม้จะยังไม่ได้กำหนดช่วงเวลาแน่นอน สอดคล้องกับแนวคิดของ Hjalager (2021) ที่ว่า ความสะดวกสบายและความเป็นเอกลักษณ์ของจุดหมายปลายทางมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวงมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเยือนซ้ำ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวงให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

โดยเฉพาะการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว และการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งเป็นจุดดึงดูดหลักของพื้นที่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผลการวิจัยที่น่าสนใจและมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ สำหรับด้านสินค้าและบริการ รวมถึงด้านพนักงานผู้ให้บริการ ได้รับความพึงพอใจในระดับสูง โดยนักท่องเที่ยวประเมินว่า ผลผลิตทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร และธุรกิจของฝากของที่ระลึก สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในด้านการให้ข้อมูลที่ละเอียด ถูกต้อง และการสื่อสารที่สุภาพ รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Andriotis, & Vaughan (2020) ที่เน้นย้ำความสำคัญของการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และกระบวนการให้บริการ ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นโอกาสในการพัฒนา อย่างไรก็ตามประเด็นที่น่ากังวล คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งถูกระบุว่าเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในประเด็นความปลอดภัย ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม และป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ และที่น่าสนใจคือ กระบวนการสื่อสารการตลาดยังพึ่งพาการบอกต่อแบบปากต่อปากมากกว่าการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (2021) ที่เน้นย้ำว่า การพัฒนาศักยภาพของผลผลิตทางการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน แม้จะมีข้อจำกัดบางประการ แต่ศักยภาพโดยรวมของการท่องเที่ยวในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวงยังอยู่ในระดับที่น่าพอใจ สะท้อนผ่านจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การพัฒนาในด้านลักษณะทางกายภาพ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการ และการปรับปรุงกระบวนการสื่อสารการตลาด จะเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระยะยาว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมการตลาดบริการการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยแสดงให้เห็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่น่าสนใจระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการตอบสนองต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โดยการวิเคราะห์พบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยอายุเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงสุด ($R=0.269$) ตามด้วยอาชีพ ($R=0.256$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($R=0.242$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cohen, & Cohen (2020) ที่พบว่า ปัจจัยด้านอายุและรายได้ต่อเดือนมีผลต่อความพึงพอใจในผลผลิตทางการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านการศึกษา ($R=0.159$) สถานภาพ ($R=0.145$) และกิจกรรมที่ต้องการจะทำ ($R=0.189$) แสดงความสัมพันธ์ในระดับน้อย แต่ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติที่น่าสนใจ คือ เพศและความต้องการท่องเที่ยวไม่แสดงความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการ และผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Hudson, & Thal (2022) ที่เน้นย้ำความสำคัญของการจัดการผลผลิตทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาว่า ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญต่อการวางแผนการตลาดและการพัฒนาผลผลิตทางการท่องเที่ยว โดยควรให้ความสำคัญกับการออกแบบประสบการณ์และบริการที่ตอบสนองต่อกลุ่มอายุ อาชีพ และระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ในขณะที่การพัฒนากลยุทธ์การตลาดอาจไม่จำเป็นต้องแบ่งแยกตามเพศ เนื่องจากไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในด้านนี้ การเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยในการพัฒนาผลผลิตทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตามที่ Smith, & Yang (2021) ได้เสนอแนะไว้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่วิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช นำเสนอประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาในการยกระดับการท่องเที่ยวของพื้นที่ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นประเด็นเร่งด่วนที่ต้องได้รับการปรับปรุง โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัยและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thompson, & Williams (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การปรับปรุงระบบป้ายบอกทางและสื่อความหมาย รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ จะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ

การยกระดับระบบการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นอีกประเด็นสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการ Wilson, & Chen (2022) ได้เน้นย้ำว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย แต่ยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจผ่านการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนและน่าสนใจ

การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สำคัญ Martinez, & Johnson (2024) ได้แนะนำให้พัฒนาทักษะการให้บริการและการสื่อสารภาษาต่างประเทศของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการท่องเที่ยวทางรางที่ต้องการการประสานงานและการให้บริการที่มีมาตรฐานสูง

การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นประเด็นที่ไม่ควรมองข้าม Anderson, Smith, & Wilson (2023) ได้ชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว แต่ยังช่วยรักษาและส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นซึ่งเป็นจุดดึงดูดสำคัญของการท่องเที่ยวทางราง

ท้ายที่สุด การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน จะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา Brown, & Davis (2023) ได้เสนอว่า ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

สรุป

จากการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวทางรางในวิถีถิ่นเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวและประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงในวัยทำงานที่มีการศึกษาสูงและรายได้ปานกลาง นักท่องเที่ยวเหล่านี้มักเดินทางซ้ำและได้รับข้อมูลจากการบอกต่อ ซึ่งสะท้อนถึงความประทับใจในประสบการณ์ที่ผ่านมา นอกจากนี้ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวยอดนิยม คือ การเยี่ยมชมสถานที่ทางธรรมชาติและแสดงความประสงค์ที่จะกลับมาเยือนอีกครั้ง

ด้านส่วนประสมการตลาดได้รับความพึงพอใจในระดับสูง โดยสินค้าและบริการในพื้นที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังคงมีโอกาสนในการพัฒนาเพิ่มเติม โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารการตลาดและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การวิจัยยังพบว่าปัจจัยด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้มีความสัมพันธ์ที่สำคัญกับส่วนประสมการตลาด ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบประสบการณ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้โดยเฉพาะเจาะจงในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นประเด็นเร่งด่วน ซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับปรุงในด้านความปลอดภัยและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

การยกระดับระบบการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัลจะช่วยเพิ่มการเข้าถึงและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวทางรางในวิถีถิ่นเขาหลวงต้องมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัย รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อรักษาและส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นกลยุทธ์สำคัญในการยกระดับและพัฒนาการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่ให้มีศักยภาพสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงและมีรายได้ดี ซึ่งพบว่า มีความต้องการในการใช้บริการที่พักที่มีคุณภาพสูง ร้านอาหารที่ให้บริการอาหารพื้นเมือง และของฝากที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ควรส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้เหมาะสมกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

การปรับปรุงการบริการในขบวนรถไฟและสถานีท่องเที่ยว ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงกับการใช้บริการขบวนรถไฟด่วนพิเศษดีเซลรางและตู้บริการชั้น 1 และ 2 แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเมื่อเดินทางกับครอบครัว ดังนั้น การปรับปรุงการบริการในขบวนรถไฟให้มีความสะดวกสบายมากขึ้นสำหรับครอบครัว เช่น การจัดที่นั่งที่เหมาะสมและบริการเสริมสำหรับเด็ก รวมถึงการปรับปรุงสถานีท่องเที่ยวให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เป็นต้น จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น การสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้าน การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น และการร่วมกิจกรรมการเกษตรแบบดั้งเดิม จะช่วยสร้างความประทับใจและความพึงพอใจในระดับสูงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มีการบอกต่อและการกลับมาเยี่ยมชมเยือนซ้ำ

การพัฒนาแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ ควรใช้ผลการวิจัยในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เน้นการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ เช่น การใช้สื่อดิจิทัลในการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวทางรางในพื้นที่เขาหลวง โดยเฉพาะในด้านการกระจายรายได้สู่ชุมชน การจ้างงานในท้องถิ่น และการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตชุมชน เพื่อให้เข้าใจถึงประโยชน์และผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างครอบคลุม

การเปรียบเทียบกับพื้นที่ท่องเที่ยวทางรางอื่น ๆ ในประเทศไทย การศึกษาควรเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางรางในเขาหลวงกับพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย เพื่อหาแนวทางที่ดีที่สุดในการยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมถึงการนำเสนอแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) จากพื้นที่อื่น ๆ มาปรับใช้

การวิจัยเชิงทดลองในด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก การศึกษาเชิงทดลองที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในขบวนรถไฟและสถานีท่องเที่ยว จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับความพึง

พอใจของนักท่องเที่ยวและผลกระทบต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและมีเอกลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวทางรางในวิถีถิ่นเขาหลวง

References

- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2020). Urban residents' attitudes towards tourism development: The case of Crete. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(4), 531-552.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1678920>
- Anderson, J., Smith, B., & Wilson, C. (2023). Community participation in sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 145-162.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2006). *Research in Education* (10th ed.). Pearson Education.
- Brown, R., & Davis, M. (2023). Stakeholder collaboration in tourism development: A case study approach. *Tourism Management*, 45, 78-92.
- Chanatana, S. (2022). The potential of tourism and development strategies in Nakhon Si Thammarat. *Journal of the Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Phranakhon University*, 6(1), 94-106. [In Thai]
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2020). New directions in the sociology of tourism. *Current Issues in Tourism*, 23(9), 1000-1015. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1594715>
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons.
- Gössling, S., & Higham, J. (2020). Tourism and carbon emission reduction: towards a critical research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2), 224-244. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1677070>
- Hjalager, A. M. (2021). *Tourism Destination Development: Turns and tactics*. Routledge.
- Hudson, S., & Thal, K. (2022). The impact of social media on tourism consumer behavior. *Journal of Travel Research*, 61(2), 345-360. <https://doi.org/10.1177/00472875211009860>
- Kaiyorawan, Y. (2022). Analysis of completely randomized block design plans. *Journal of Industrial Technology Academic: Suan Sunandha Rajabhat University*, 10(2), 23-36. [In Thai]
- Martinez, S., & Johnson, K. (2024). Service quality enhancement through personnel development in tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 234-248.
- Piboonrunroj, P., Wannapan, S., & Chaiboonsri, C. (2023). The Impact of Gastronomic Tourism on Thailand Economy: Under the Situation of COVID-19 pandemic. *SAGE Open*, 13(1), 1-10.
<https://dx.doi.org/10.1177/21582440231154803>
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2021). *Nursing research: Generating and Assessing Evidence for Nursing Practice* (11th ed.). Wolters Kluwer.
- Porter, M. E. (2021). *Competitive Advantage of nations: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Purim, S., Zhang, W., Sukpatch, K., & Wichitphongsa, W. (2023). Tourist behavior and sustainable tourism policy planning in the COVID-19 era: insights from Thailand. *Sustainability*, 15(7), 5724.
<https://dx.doi.org/10.3390/su15075724>
- Richards, G. (2021). Cultural tourism: a review of recent research and trends. *Journal of Tourism Futures*, 7(1), 36-50.

- Sangthong, M. T., Saephu, K. W., & Osarit, S. R. (2022). The relationship between perceived image and perceived service quality of the public using railway stations in Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of Management Technology*, 3(2), 1-14. [In Thai]
- Smith, M., & Richards, G. (2020). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge.
- Smith, M. K., & Yang, X. (2021). Gender differences in tourism experiences: a comparative analysis. *Annals of Tourism Research*, 89, 103198. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103198>
- Tantivejakul, N. (2023). The state railway of Siam and the origin of tourism public relations in Thailand (1917–1941). *Corporate Communications: An International Journal*, 28(2), 123-140. <https://dx.doi.org/10.1108/ccij-12-2022-0168>
- Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Res Sci Educ*, 48(6), 1273-1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Tourism Authority of Thailand. (2020). *Annual Report on Tourism in Thailand 2020*. Tourism Authority of Thailand. [In Thai]
- _____. (2022). *Strategic Plan for Tourism Development in Nakhon Si Thammarat 2022-2026*. [In Thai]
- Thompson, J. (2022). Infrastructure development and its impact on tourism growth. *Journal of Infrastructure Development*, 14(2), 89-104.
- Thompson, R., & Williams, S. (2023). Infrastructure development and tourism attraction: a global perspective. *Tourism Planning & Development*, 18(4), 412-428.
- Wilson, P., & Chen, L. (2022). Digital marketing strategies in tourism: emerging trends and opportunities. *Journal of Travel Research*, 61(3), 289-304.