

กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

Marketing Strategies for Promoting Cultural Tourism in
Khek Noi Subdistrict, Khao Kho District, Phetchaboon

สดุดี คำมี¹ วิภารัตน์ พรพทธิพันธุ์² จุฬา เจริญวงศ์³

Sadudee Kammee, Wipharat Phonphutthiphan, Chula Chalearnwong

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเลือกสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตำบลเข็กน้อย เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) และวิเคราะห์ผลด้วยการตีความ สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) ผลการศึกษา พบว่าสาเหตุหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลเข็กน้อย คือการเดินทางสะดวก ต้องการเที่ยวชมประเพณีปีใหม่เมือง และต้องการชิมอาหารพื้นถิ่น จะเน้นมาเที่ยวในช่วงเทศกาลงานประเพณีปีใหม่เมืองที่จัดขึ้นในช่วงปลายเดือนธันวาคมของทุกปี และมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาดูงานวิถีชีวิตชาวเขาเผ่าม้ง นักท่องเที่ยวที่ต้องการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารพื้นถิ่น การวาดลวดลายลงบนผ้า การปักผ้าลายม้งต่าง ๆ รวมทั้งร่วมกิจกรรมสาธิตการโยนลูกช่วง การยิงธนู การขับร้องเพลงม้งหรือฟอรั่มล่าม้ง แต่นักท่องเที่ยวยังไม่นิยมพักในตำบลเข็กน้อย ในส่วนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย ได้จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมตำบลเข็กน้อย เน้นในด้านการควบคุมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลยุทธ์การตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ควรมี

Received: 2023-04-25 Revised: 2023-07-06 Accepted: 2023-07-10

¹สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Department of Public Administration Faculty of Humanities and Social Sciences Phetchabun Rajabhat University. Corresponding Author e-mail: Sadudee6543@gmail.com

² สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Department of Public Administration Faculty of Humanities and Social Sciences Phetchabun Rajabhat University.

³ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Department of Public Administration Faculty of Humanities and Social Sciences Phetchabun Rajabhat University.

การจัดทำแผ่นพับให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ให้มีความชัดเจน และมีรายละเอียดให้ครบถ้วน เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้ รวมทั้งการจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม อย่างเป็นเอกเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมทำกิจกรรมนั้นได้ เพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

คำสำคัญ (Keywords): กลยุทธ์; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This research is a study of marketing strategies to promote cultural creative tourism in Khek Noi Sub-district, Khao Kho District, Phetchabun Province. It is a qualitative research. Use in-depth interviews. By selecting to interview tourists who come to travel in Khek Noi Sub-district. government official and entrepreneurs related to tourism Use a triangular data check. and analyzing the results by Analytic Induction The results of the study revealed that the main reasons tourists choose to travel in Khek Noi Subdistrict is convenient transportation Want to visit Hmong New Year traditions and want to taste local food Will focus on traveling during the Hmong New Year festival held in late December every year and come to travel to study and observe the way of life of the Hmong hill tribes. Tourists who want to do various activities with the community, whether cooking local food drawing patterns on fabric Embroidery with various Hmong patterns, as well as participating in ball throwing demonstrations, archery, driving Hmong races or Hmong formulas. But tourists still do not like to stay in Tambon Khek Noi. in terms of promoting cultural tourism Khek Noi Subdistrict Administrative Organization Has prepared a plan to develop conservation tourism and cultural Khek Noi Sub-district. Emphasis is placed on controlling and promoting eco-tourism. Marketing Strategies to Promote Cultural Creative Tourism. There should be a pub leaflet with information on routes and culturally creative tourism activities. to be clear and have complete details So that tourists can plan their trip. Including the creation of a website to promote cultural creative tourism independently. To disseminate creative tourism information that tourists can participate in that activity. to attract more tourists to visit etc.

Keywords: Strategy; Cultural Tourism

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างยิ่งและมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นอีกในอนาคต เพราะการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุน มีการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ เป็นการช่วยสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน จึงควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐาน และส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยว และนำรายได้จากการท่องเที่ยวมาพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป (สุภาพร วิชัยดิษฐ์, 2559) นอกจากนี้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหนทางในการแก้ปัญหาของภาครัฐและเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้เข้าสู่ชนบทได้อย่างทั่วถึง โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสืบสานวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างและกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้ชุมชนสามารถเลี้ยงชีพได้ และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำให้เป็นชุมชนเข้มแข็งได้ โดยผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในชุมชนก็เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีความโดดเด่นในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งซึ่งหากสามารถปรับปรุงคุณภาพทุกตำบลให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ คาดว่าจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศได้

อีกทั้งจากการเติบโตของการท่องเที่ยวในประเทศไทยภายใต้ความหลากหลายของวัฒนธรรมในประเทศไทยส่งผลให้มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ หนึ่งในการท่องเที่ยวนั้นคือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต พิพิธภัณฑสถาน การแสดง แหล่งโบราณคดี ศิลปะ ละคร การแสดงดนตรี หัตถกรรมงานฝีมือ ประเพณีทางศาสนา เป็นต้น ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีความผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีกิจกรรมที่ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะประกอบด้วย กระบวนการทางด้านการทรัพยากรทางวัฒนธรรม องค์กรชุมชน การเรียนรู้ และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมไปในทางที่ดีขึ้นในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (อรอุมา เทพละสกุล และนาฬิกา อดิศักดิ์, 2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นมุ่งเน้นความจริงแท้ของชุมชน การสร้างคุณค่าจากวิถีชีวิตนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ร่วมกับเจ้าบ้านผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง เมื่อกลับมามองที่ชุมชนเองที่ชุมชนนั้นได้รับประโยชน์ที่เอื้อมาจากการท่องเที่ยวในแง่ของการดำรงรักษาไว้ซึ่งประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นสืบไป

ตำบลเข็กน้อย นับเป็นตำบลหนึ่งของ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แต่ยังไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวมากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ตำบลแคมป์สน และตำบลเขาค้อเป็นส่วนใหญ่ ประกอบกับมีข้อจำกัดในการลงทุนด้านการท่องเที่ยวของตำบลเข็กน้อย ซึ่งมีอยู่หลายปัจจัย เช่น ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ขาดแหล่งโบราณสถานที่น่าสนใจ ประกอบกับประเพณีและ

วัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งก็ไม่แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ของภาคเหนืออย่างเด่นชัด แต่อย่างไรก็ตามตำบลเข็กน้อยก็พอมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่บ้าง โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ หมู่บ้านวัฒนธรรมม้งเข็กน้อย ถึงแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมจะไม่แตกต่างกันจากจังหวัดอื่น ในภูมิภาคเหนือแต่ตำบลเข็กน้อย ก็ยังคงมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมอย่างมากในช่วงเทศกาลปีใหม่ม้งซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงปลายเดือนธันวาคมของทุกปี แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียวคงไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่าที่ควรจึงต้องนำเอาแผนยุทธศาสตร์ มาเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาและต้องการที่จะพัฒนาให้ตำบลเข็กน้อย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ถึงแม้ว่าตำบลเข็กน้อยเป็นเพียงตำบลที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เป็นทางผ่านเพื่อไปสู่จังหวัดอื่นในเหนือเท่านั้น แต่หากมีการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ให้ถูกด้าน ตำบลเข็กน้อยก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มประชาชนในพื้นที่ร่วมกันสร้างตำบลเข็กน้อย ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น สิ่งที่จะช่วยกระตุ้นประคองให้สามารถธำรงรักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของตน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้จากสังคมภายนอก คือ การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้มีบทบาทหน้าที่ที่มีอำนาจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง โดยกำหนดแนวทาง การพัฒนาชี้แจงมาตรฐานที่ตอบสนองการให้บริการในการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อเกิดการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ควบคู่กันไป และสร้างพื้นฐานความยั่งยืนจากทุก ๆ ภาคส่วนให้มีการธำรงรักษาสืบต่อไปจากรุ่นสู่รุ่นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นอุปสรรคและส่งเสริมที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อย
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อย

วิธีการดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อย ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้เลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งเป็น

ข้อมูลทุติยภูมิ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิกับนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในตำบลเข็กน้อย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในตำบลเข็กน้อย เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

2. กลุ่มเป้าหมายของการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลเข็กน้อย จำนวน 6 คน ได้แก่ ธุรกิจที่พัก (โรงแรมและโฮมสเตย์) จำนวน 3 คน และธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 3 คน

2. เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลเข็กน้อย จำนวน 4 คน ดังนี้ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย นักวิชาการท่องเที่ยว นักพัฒนาชุมชน และนักวิเคราะห์นโยบายและแผน

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตำบลเข็กน้อย โดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวนกลุ่มละ 4 คน ซึ่งแต่ละกลุ่มมีลักษณะดังต่อไปนี้ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวงานประเพณีปีใหม่ม้ง หรือเป็นการมาท่องเที่ยว เป็นครั้งแรก มีอายุ 25 – 60 ปี กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวหมู่บ้านวัฒนธรรมม้ง หรือเป็นการมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีอายุ 25 – 60 ปี และกลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีเข็กน้อยมีอายุ 25 – 60 ปี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเป็นการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้คำถามปลายเปิด (Open-end Question) เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบได้อย่างอิสระและเป็นการให้แสดงความคิดเห็น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่คณะผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยดำเนินการจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของชุมชน ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ลักษณะวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในชุมชน รวมถึงรายชื่อผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลเข็กน้อย เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนและบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาว่า ครอบคลุมทุกวัตถุประสงค์หรือไม่ และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อค้นหาคำตอบตามประเด็นของปัญหาการวิจัยต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งข้อมูลทั้งหมดเป็นข้อมูลเชิง

คุณภาพ ดังนั้น จะใช้การวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า คือ การตรวจสอบด้านข้อมูล ผู้วิจัย และวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
2. การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย คือ เป็นการวิเคราะห์โดยการตีความจากข้อมูลที่ได้และสรุปเป็นประเด็นตามกรอบแนวคิดในการวิจัย (สมิทร สุวรรณ, 2558)

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ตำบลเช็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้สรุปผลการวิจัยจากการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว

สาเหตุของการมาท่องเที่ยวตำบลเช็กน้อยนั้น ได้แก่ การเดินทางสะดวก เนื่องจากตำบลเช็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ไม่ไกลมากนักจากบ้านต้น สามารถมาเที่ยวภายใน 1 วัน มาทำธุระ หาเพื่อน ก็เลยมาเที่ยวด้วย และเคยได้ยินเรื่องราวของบ้านเช็กน้อยมานานแล้ว จึงอยากมาเที่ยว ส่วนช่วงที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวเป็นประจำ คือ ประเพณีปีใหม่ม้ง ซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงปลายเดือน ธันวาคม ของทุกปี การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวตำบลเช็กน้อย รับทราบจากการค้นหาข้อมูลเองจากอินเทอร์เน็ต มีการอ่านรีวิวจากคนที่เคยมาท่องเที่ยวบ้าง แล้วส่วนใหญ่จะทราบข้อมูลงานเทศกาลที่จัดเป็นประจำอยู่แล้วว่าจะมีในช่วงเดือนใด เพราะมาเที่ยวเป็นประจำทุกปี ในเรื่องของที่พักภายในตำบลเช็กน้อยนักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยนิยมพัก เนื่องจากส่วนใหญ่มาเที่ยวแค่วันเดียว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวทุกคนจะกลับมาเที่ยวตำบลเช็กน้อยอย่างแน่นอน เนื่องจากขึ้นขอบบรรยากาศ วิวสวยเป็นภูเขา อาหารแปลกและอร่อย ราคาไม่แพง อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลเช็กน้อยนั้นยังคงเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์

2. ความต้องการและความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าม้ง

นักท่องเที่ยวมีความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในตำบลเช็กน้อยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดี มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม เป็นการท่องเที่ยวแบบสบาย ๆ ไม่ต้องเร่งรีบ น่าจะมีความสุข นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต่างชื่นชอบในการเที่ยวชมหมู่บ้านวัฒนธรรมม้งนับเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าม้ง ร้านอาหารต่าง ๆ มีความเป็นเอกลักษณ์ อร่อย และราคาไม่แพง มีความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป แต่คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จัก และขาดการดูแลพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สุดท้ายความคิดเห็นอื่น ๆ ต่อการท่องเที่ยวภายในตำบลเช็กน้อย นั้น นักท่องเที่ยวอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ ภาครัฐต้องเข้ามาสนับสนุนการทำเส้นทางท่องเที่ยว ปรับปรุงป้ายบอกทาง แผนที่ต่างๆ เนื่องจากข้อมูลไม่ชัดเจน และป้ายมีตัวอักษรเล็กเกินไป มองไม่ค่อยเห็น ปรับปรุงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในเรื่องของพนักงานและ

บรรยากาศให้ดูดีกว่านี้ พร้อมกันเสนอแนะอยากให้มีธุรกิจร้านซ่อมจักรยาน และจัดทริปปั่นจักรยานในช่วงฤดูหนาว

3. ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าม้ง

ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ และความต้องการท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านวัฒนธรรมม้ง จากการส่งเสริมของภาครัฐพบว่า ในปี 2561 “บ้านเข็กน้อย” หมู่ที่ 4 ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้รับการคัดเลือกให้เป็น “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต้นแบบ” ภายใต้โครงการ “ไทยนิยมยั่งยืน” ที่รัฐบาลมุ่งมั่น สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้ชุมชน เพื่อนำไปสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง และชาวบ้านในชุมชนมีความสุขอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามแม้ว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากจะรู้จัก “บ้านเข็กน้อย” เป็นอย่างดีอยู่แล้ว แต่เมื่อได้เข้าร่วมโครงการ “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” เรื่องราวต่างๆ ที่เป็นเสน่ห์ของที่นี่ ก็ได้รับการบอกเล่ามากขึ้น งานฝีมือต่างๆ ได้รับการพัฒนาเพื่อให้เป็นของขวัญของฝากที่สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน เป็นโอกาสให้ทุกคนได้ร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งดีงามร่วมกันมากยิ่งขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ ภาครัฐมียุทธศาสตร์อนุรักษ์วัฒนธรรม และโครงการสร้างบ้านแปลงเมืองลับแล หนึ่งในยุทธศาสตร์ดังกล่าว

4. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

ถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีการรณรงค์ให้มีการจัดโครง แต่กลับไม่ได้รับความนิยมมากนัก การจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ซึ่งภาครัฐยังไม่เข้าใจในการบริการการท่องเที่ยว จึงทำให้ดำเนินการล่าช้า ตำบลเข็กน้อยไม่ได้ถูกวางผังเมืองเพื่อรองรับกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และผู้นำก็มีส่วนสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นผู้วางนโยบายและสนับสนุนงบประมาณ ที่ผ่านมาผู้นำจะเป็นผู้ควบคุมการท่องเที่ยวว่าจะให้เป็นไปในทิศทางใด ซึ่งอาจจะไปเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงการก่อสร้างสิ่งต่าง ๆ ขึ้นมาใหม่ ที่อาจจะเป็นการทำลายทรัพยากรธรรมชาติได้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวไม่เกิดความยั่งยืน

5. กลยุทธ์การตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งเข็กน้อย ประกอบด้วย

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วยวิธี SWOT Analysis ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้วยวิธี SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
1. ตำบลเข็กน้อย เป็นตำบลที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านชาติพันธุ์ เช่น อาหาร วิถีชีวิต การแต่งกาย ประเพณี	1. ร้านอาหารมีน้อย และมีขนาดเล็กเปิดขายหน้าบ้าน 2. การจัดการควบคุมความสะอาดของร้านอาหารยังไม่ดีเท่าที่ควร

2. มีสภาพภูมิประเทศที่มีภูเขาล้อมรอบ
อากาศเย็นตลอดปีและมีหมอกหนาในช่วง
ปลายฝนต้นหนาว

3. ห้องน้ำสาธารณะมีน้อย อยู่ตามสถานที่
ราชการ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
3. มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยว และ ดูแลรักษาความปลอดภัย	4. ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน
4. มีประชาชนชาวบ้าน และภูมิปัญญาท้องถิ่น	5. ถนนบางสายในหมู่บ้านยังขาดการปรับปรุง ดูแลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. เป็นตำบลที่มีชื่อเสียงและเป็นชุมชนมั่งคั่ง ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย	6. ขาดการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง และ สม่ำเสมอ
	7. ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องอาจเพราะ งบประมาณไม่เพียงพอ
	8. สถานที่จอดรถไม่เพียงพอที่รองรับ นักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ
	9. ประชาชนในพื้นที่ขาดการรับรู้การ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างทั่วถึง

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้วยวิธี SWOT Analysis

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
1. มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่หลากหลาย ที่ สามารถเชื่อมโยงให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิง นิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1. สภาพเศรษฐกิจไม่ต้อยดีนัก น้ำมันแพง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายน้อยลง
2. เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับถนน สายหลัก สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยัง จังหวัดใกล้เคียงได้	2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีการ เปลี่ยนแปลงเน้นบริโภคนิยมมากกว่าอนุรักษ์ นิยม
3. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำ ให้มีช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ได้หลากหลายช่องทาง เช่น Facebook Tiktok หรือการจัดทำ Web page เพื่อให้นักท่องเที่ยว กลุ่มต่าง ๆ สามารถเข้าถึงได้	3. งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ค่อนข้างจำกัด และไม่ต่อเนื่อง
	4. อาสาสมัครในแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย เนื่องจากประชาชนในพื้นที่ไม่ให้ความ ร่วมมือเท่าที่ควร
	5. ขาดการควบคุม ส่งเสริม และพัฒนาสินค้า ชุมชนให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่า ของสินค้าชุมชน

ตารางที่ 2 (ต่อ)

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
4. ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมประเพณีปีใหม่ม้ง	
5. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน	

5.2 กลยุทธ์การตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งเช็กน้อย

จากการที่นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในตำบลเช็กน้อยนั้น เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมเป็นที่นิยม และทำให้เช็กน้อยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในฐานะของการเป็นชุมชนชาวเขาเผ่าม้งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ดังนั้น จึงควรมีการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้

- การจัดทำแผ่นพับให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ให้มีความชัดเจน และมีรายละเอียดให้ครบถ้วน เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้

- การจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมอย่างเป็นเอกเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมทำกิจกรรมนั้นได้ เพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการนำเสนออัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้ทราบ และเป็นช่องทางการติดต่อระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเรื่องของการท่องเที่ยว

- อาจจะมีการจัดกิจกรรมการแข่งขันขี่รถแข่งไม้หรือฟอรมูล่าม้งประจำปีในช่วงฤดูหนาว พร้อมกับมีรางวัลต่าง ๆ เช่น เงินสด ตัวเครื่องบินไป-กลับ ที่พักโฮมสเตย์ เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ตำบลเช็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตำบลเช็กน้อยเพียง 1 วัน เนื่องจากเที่ยววันเดียวก็ครบแล้ว ตำบลเช็กน้อยไม่ได้มีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมากนัก ทำให้ไม่นิยมพักค้างคืน ซึ่งตรงกับการศึกษางานวิจัยหลาย ๆ เรื่อง ทั้งงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (อาทิตย์ แสงอย่าง, 2553) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง (สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวิณรัตน์ แสงสิริโรจน์, 2555) และงานวิจัยเรื่อง

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสาคร (วรธรรม จันทิษฐ์, 2552) ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถส่วนตัว เพื่อต้องการมาพักผ่อน และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน ดังนั้น จึงนำเสนอเส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความหลากหลาย สามารถท่องเที่ยวได้ภายใน 1 วัน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกแวะตามจุดได้ตามความต้องการ ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่มี และผลกำลังของตนเอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวตำบลเชิงน้อย จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวทุกคนมีความสนใจ มีความต้องการให้มีเส้นทางที่หลากหลาย และพัฒนาเส้นทางให้มีความปลอดภัย โดยมองว่าตำบลเชิงน้อยมีความเหมาะสมด้วยการมีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ดังนั้น ควรจะเป็นการพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษา บ้านวังน้ำมอก จังหวัดหนองคาย (อิทธิพล โกมล, 2553) ที่ได้ศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เกิดจากการรวมกลุ่มโฮมสเตย์ โดยอาศัยจุดขายในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ ในส่วนสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้มีการปรับปรุง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ดีกว่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน (สำรวย เมฆวรรุฒ, 2550) ที่ได้ศึกษาพบว่า ภาครัฐต้องเข้ามาจัดการในเรื่องสาธารณูปโภค การประชาสัมพันธ์ การจัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และการของบประมาณในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริม คือ การที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นตำบลเชิงน้อยเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรม 8 วิถี ที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบด้วย ภาษา อาชีพ การแต่งกาย อาหาร ศิลปะท้องถิ่นที่อยู่อาศัย ประเพณี และความเชื่อ อีกทั้งได้รับการคัดเลือกให้เป็น “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต้นแบบ” ภายใต้โครงการ “ไทยนิยมยั่งยืน” ที่รัฐบาลมุ่งมั่น สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้ชุมชน เพื่อนำไปสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็ง และชาวบ้านในชุมชนมีความสุขอย่างยั่งยืน ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ได้แก่ บุคลากร และชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ งบประมาณสนับสนุนที่ไม่เพียงพอ ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษากลยุทธ์การตลาด เพื่อนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล, 2561) พบว่าปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี เกิดจากการเศรษฐกิจเติบโตอย่างช้าๆ เนื่องจากรายได้ในชุมชนน้อย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือในการสร้างจุดสนใจ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและจริงจัง ขาดการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนด้านการให้ความรู้ที่ถูกต้องในการใช้เทคโนโลยีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ลุ่ม อยู่ติดแม่น้ำสายหลัก ๆ มีความเสี่ยงต่อภัยธรรมชาติคนรุ่นใหม่ไม่มาสืบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ เครือข่ายและกิจกรรมการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลง มุ่งสร้างภาพลักษณ์และสื่อความหมายของการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งให้ชัดเจน เน้นการจับจ่ายสินค้าและบริการของชุมชน ส่งเสริมการตลาดผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน กล่าวว่าการส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปากเป็นการนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและคุณภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนและเกิดการบอกต่อไปยัง นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยเฉพาะการบอกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, การเขียน Blog เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน (มนรัตน์ ใจเอื้อ, 2559)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าม้งอย่างยั่งยืน โดยการกำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจนให้ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชนและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจชุมชน เพื่อให้มีความมั่นคงยั่งยืน

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนในด้านประเพณีท้องถิ่น หรือการประกอบอาชีพของชุมชน พัฒนาด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านความรู้ในท้องถิ่น ด้านเครือข่ายการท่องเที่ยว ด้านประชาสัมพันธ์ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง มีการจัดบันทึกข้อมูลการปฏิบัติงานหรือการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นข้อบกพร่องเพื่อนำไปสู่การแก้ไขและปรับปรุงการปฏิบัติงาน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นกลยุทธ์การตลาด เช่น สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจเทคโนโลยีกฎหมายและการเมือง รวมทั้งปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ด้านสังคมด้านจิตวิทยา เพื่อให้การศึกษารูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์มากขึ้น

2.3 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ทราบข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ครบถ้วนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- มนรัตน์ ใจเอื้อ. (2559). รูปแบบการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม: ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*. 12(3). 12-24.
- วรธมน จันทิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาด

- น้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สุภาพร วิชัยดิษฐ์. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 10(1).166-179.
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวีณรัตน์ แสงศิริโรจน์. (2555). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง. ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ 2555.
- สมิตร สุวรรณ. (2558). การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy Formulation), กรุงเทพฯ : เพชรเกษมพรีนติ้ง, หน้า 14.
- อรอุมา เตพละสกุล และนาฬิกา อติภัก. (2555). การสร้างและธรรมาภิบาลความยั่งยืนของชุมชนผ่านท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีประเทศไทย. สืบค้นวันที่ 18 เมษายน 2564 : <http://www.dasta.or.th>.
- อาทิตย์ แซ่ย่าง. (2553). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อิทธิพล โกมล. (2553). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาบ้านวังน้ำมอก อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองคาย.