

การพัฒนาการตลาดแบบบูรณาการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
The Development of Integrated Marketing and Tourist Attractions
of Cultural Tourism along the Trails of Travel Poetry: Niras Meung
Petch by Sunthonphu, a Renowned Poet

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช¹ เสรี วงษ์มณฑา² ชวลีย์ ณ ถลาง³ ชุชนะ เทชคณา⁴
Yutthapoom Suwannavej, Seri Wongmontha, Chawalee Na Thalang
Chusana Techakana

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ 1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี 2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติใช้ในการศึกษา คือ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ 1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ร้อยละ 52.25 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 30.00 มีอายุ 20 ถึง 29 ปี ร้อยละ 51.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 59.00 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 37.25

Received: 2023-07-12 Revised: 2023-07-27 Accepted: 2023-07-28

¹ หลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม: วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร Doctor of philosophy Degree in Tourism and Hotel Management : College of Management University of Phayao, Bangkok Campus. Corresponding Author e-mail: pakamas.ch@rmutp.ac.th

² หลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม: วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร Doctor of philosophy Degree in Tourism and Hotel Management : College of Management University of Phayao, Bangkok Campus.

³ หลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม: วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร Doctor of philosophy Degree in Tourism and Hotel Management : College of Management University of Phayao, Bangkok Campus.

⁴ หลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม: วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร Doctor of philosophy Degree in Tourism and Hotel Management : College of Management University of Phayao, Bangkok Campus.

มีอาชีพอิสระ ร้อยละ 27.75 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 2.ทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า มีป้ายราคาสินค้า ราคาอาหารและราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความชัดเจน ราคาสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสม นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก และมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่ายมีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และสื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ มีเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็วถูกต้อง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม มีขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมในการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่มีทักษะ มีความรู้ในการให้ข้อมูลเฉพาะด้านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่มีข้อมูลที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์สามารถเข้าใจและอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ (Keywords): การพัฒนาการตลาดแบบบูรณาการ; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

The objectives of this research were: (1) To study the demographic characteristics of Thai tourists traveling to Phetchaburi Province; and (2) To study the relationship between demographic characteristics and the cultural tourism service marketing mix in Phetchaburi Province along the route described in Sunthonphu's poetic travelogue, the Niras Mueng Petch. The research is quantitative, with a sample consisting of 400 tourists. Data was collected by means of a questionnaire. Statistics used in the study are frequency and percentage. The confidence level of the findings is 95% (i.e. a significance of 0.05). The results indicate that: (1) Of the tourists traveling to Phetchaburi Province, 52.25% were female, 30.00% were 20 to 29 years old, 51.50% held a bachelor's degree or equivalent, 59.00% were married, 37.25% were self-employed, and 27.75% had a monthly income of 15,001–20,000 baht; (2) In general, the tourists' attitude toward the marketing mix was as follows: The tourist attractions were ready to accommodate tourists. Travel purchases were worth the expense. There were clear price tags on products, food, and souvenirs. Prices of the souvenirs were reasonable. Tourists could easily book accommodation, restaurants, and activities through online media, and travel information was easily accessible

through websites. There was continuous advertising and publicity for tourist attractions, and various marketing media were used to promote tourism: the Internet, print media, and television. Staff were capable, knowledgeable, willing, and attentive. There were variety of tourist attractions. The tourist attractions had a beautiful atmosphere. The operating procedure for tourism met the required standard, and prohibitions and suggestions were provided in tourist attractions. There were activities that met the needs of tourists, and skillful and knowledgeable staff provided specific and up-to-date information about tourist attractions.

Keywords: integrated marketing; cultural tourism; Phetchaburi province

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนา มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้ด้วยโอกาสและความหลากหลายของทรัพยากรที่มีมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตของผู้คนและอัยาศัยไมตรีที่ดึงดูดของคนไทย (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)

นิตยสาร CEO World ได้จัดอันดับประเทศที่มีวัฒนธรรมทรงอิทธิพลต่อโลก “World’s Best Countries for Cultural Heritage Influence, 2021” พบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 5 ของโลก รองลงมาจากประเทศอิตาลี กรีซ สเปน และอินเดีย ตามลำดับ (นิตยสาร CEO World, 2564) และผลสำรวจการท่องเที่ยวของไทยในปี 2563 สำหรับเมืองหลัก-เมืองรอง 10 อันดับแรกของเมืองหลักที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี ภูเก็ต สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี กระบี่ เพชรบุรี และนครราชสีมา โดยจังหวัดเพชรบุรีเป็น 1 ใน 10 เมืองหลักที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 13,549 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

จังหวัดเพชรบุรี เป็นเมืองด่านสำคัญระหว่างภาคกลางและภาคใต้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีธรรมชาติและภูมิประเทศที่สวยงาม มีพื้นที่ชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย ส่งผลให้มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่มีชื่อเสียงและยังคงธรรมชาติอันงดงามสมบูรณ์ในหลากหลายรูปแบบ (แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ. 2561-2565) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น นั้น มีรูปแบบในการสร้างกระแสความนิยมด้วยการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏในบทประพันธ์มาเป็นจุดขายหรือการท่องเที่ยวตามรอย (Through the Trails Tourism) ซึ่งจะสามารถกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยวรรณคดีหรือวรรณกรรมที่มีชื่อเสียง การไปเยือนยังสถานที่ที่ได้รับอิทธิพลด้วยการชม การดู การฟัง ด้วยตนเองแล้วเกิดความประทับใจ วิธีการนี้จึงเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนจากมรดกทางวัฒนธรรมด้าน

วรรณกรรม หรือกวีนิพนธ์ สามารถสร้างเงิน สร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน และยกระดับเศรษฐกิจชุมชนได้

จังหวัดเพชรบุรีตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองด่านสำคัญระหว่างภาคกลางและภาคใต้ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเนื่องจากมีสภาพทางธรรมชาติและภูมิประเทศที่สวยงาม หลากหลาย ตลอดจนมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย ส่งผลให้มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่มีชื่อเสียงและยังคงธรรมชาติอันงดงามสมบูรณ์ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นในจังหวัดเพชรบุรี สามารถจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ เมือง 3 วัง คือ พระนครคีรี พระราชมราชนิเวศน์ และพระราชนิเวศมฤคทายวัน รวมถึงเมือง 3 ทะเล คือ ทะเลเมืงทราย ทะเลโคลน และทะเลหมอก นอกจากนั้น ยังเป็นเมือง 3 รส คือ รสหวานของตาลโตนด รสเค็มของเกลือสมุทร และรสเปรี้ยวของมะนาว (แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ. 2561-2565)

จากวิสัยทัศน์ของจังหวัดเพชรบุรี ได้กล่าวถึง การสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงอนุรักษ์ ธรรมชาติและพัฒนาคิดใจไว้อย่างน่าสนใจว่า เมืองเพชรบุรีหรือเมืองพริบพลี เป็นเมืองหน้าด่านในสมัยโบราณ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ มรดกโลกอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ล่องเรือชมแม่น้ำเพชร สายน้ำสำคัญที่นำน้ำมาประกอบในพิธีพิพัฒน์สัตยา เล่ากันว่าน้ำในแม่น้ำเพชรมีรสหวาน มีแสงระยิบระยับในเวลาค่ำคืน เหมือนเพชรพลอย สมบัติแม่น้ำเพชร ท่องเที่ยวชมชนตลาดริมน้ำ ชมภาพวาดสะท้อนวิถีชีวิตชุมชนคนไทยเชื้อสายจีน อ่านเรื่องสั้นของกวีซีไรต์ มนต์ จรรย์รงค์ ชิมขนมไทยโบราณ ชมนมหวานเมืองเพชร สัมผัสวิถีชุมชน วัฒนธรรมเก่า ชื่นชมศิลปะสกุลช่างเมืองเพชร ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ สัมผัสเมืองเก่าเล่าเรื่องเมืองมรดกทางวัฒนธรรม เที่ยววัดชมวัง และงานปั้นเครื่องเคลือบสมัยอยุธยา (สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี, 2561)

อีกทั้งเพชรบุรียังเป็นจังหวัดหนึ่งในโครงการไทยแลนด์รีเวียรา พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคใต้ตอนบน หรือถนนเลียบชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทย (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) โดยเริ่มตั้งแต่จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งทะเลที่มีความหรูหรา มีคุณภาพและมีความหลากหลายเช่นเดียวกับรีเวียราของประเทศฝรั่งเศส และรีเวียราของประเทศอิตาลี เพื่อดึงดูดการลงทุนและการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวสู่ระดับนานาชาติ (มติชนออนไลน์, 2564)

กวีนิพนธ์เรื่อง “นิราศเมืองเพชร” ของกวีเอกสุนทรภู่แต่งขึ้นในปี พ.ศ. 2388 แต่นิราศเรื่องนี้มีการค้นพบฉบับลายมือเขียนเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2529 โดยศาสตราจารย์ภิกษา ล้อม เพ็งแก้ว ทำให้ทราบว่าบรรพชน ฝ่ายมารดาของสุนทรภู่น่าจะเป็นชาวเมืองเพชรบุรี และเส้นทางในนิราศเมืองเพชรเริ่มต้นเดินทางออกจากท่าเรือหน้าวัดอรุณราชวรารามมุ่งหน้าสู่จังหวัดเพชรบุรี เนื้อหาที่ปรากฏในวรรณคดีหรือบทกวีนิพนธ์ย่อมแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ตลอดจนวัฒนธรรมที่เป็นมรดกอันล้ำค่า จากยุคสมัยหนึ่ง บันทึกหน้าประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ผ่านการเรียงร้อยถ้อยกวีนิพนธ์ของผู้แต่งซึ่งเยาวชนในรุ่นหลัง สามารถเรียนรู้ เรื่องราวต่าง ๆ เหล่านั้นผ่านบทกวีนิพนธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ กวีนิพนธ์เรื่องนิราศเมืองเพชรมีตัวอย่างคำกลอนมากมายที่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดเพชรบุรีในด้านต่าง

ๆ อาทิ การนำเสนอภาพสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากความเชื่อของ คนไทยในเรื่องการบนบานศาลกล่าวและการไหว้พระขอพรสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยสุนทรภู่ได้อธิฐานขอพรในเวลาที่จะเดินทางไปเมืองเพชรบุรีในบทกลอนดังนี้

ลงนาวาหน้าวัดนมัสการ อธิฐานถึงคุณกรุณา (นิราศเมืองเพชร: สุนทรภู่)
นอกจากนั้นวรรณคดีดังกล่าวยังได้แสดงถึงวัฒนธรรมของอาหารไทยและขนมไทยโบราณที่น่าสนใจ โดยพรรณนาว่า

ไฉ่คิดถึงพึงบุญท่านขุนแพ่ง ไปหน้าแล้งรับแขกแรวส้นต์

ตำข้าวเม่าน้ำตาลทั้งหวานมัน ไปด้วยกันคั้นขยำน้ากะทิ (นิราศเมืองเพชร: สุนทรภู่)

จากคำประพันธ์แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่ากวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาตามรอยวัฒนธรรมอย่างมีความสุข อิมเมไปกับการได้สัมผัสด้วย รูป รส กลิ่น เสียง หรือแม้กระทั่งการได้มีโอกาสได้ลงมือทำเพื่อ “ตามรอย” วัฒนธรรมเหล่านั้น กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงนับเป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถ สร้างความประทับใจได้อย่างแยบยลล้นมีที่มาจากการใช้ “บทกวีนิพนธ์” ของกวีหรือผู้แต่งที่ได้รับสรรครจนา บทประพันธ์ไว้อย่างมีศิลปะ

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การพัฒนาการตลาดแบบบูรณาการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะเมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรในเบื้องต้นเจริญก้าวหน้า สามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน จะสามารถสร้างศักยภาพของประเทศไทยในการ ให้บริการสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ ส่งผลต่อประเทศไทยและนานาชาติ รวมถึงยังสามารถใช้เป็น เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยใช้สถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก เกิดความต้องการเดินทางมาสัมผัส สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น สร้างงานและสร้างรายได้มวลรวมอย่างมหาศาล นำไปสู่ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2579 ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดบริการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติใช้ในการศึกษา คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อได้ค่าความเชื่อมั่นแล้ว หากค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.70 ลงมาต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขจนกว่าจะเป็นเครื่องมือที่สมบูรณ์ หลังจากได้ทำการทดสอบเครื่องมือแล้วได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.953 ถือว่าข้อมูลมีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง และอำเภอบ้านแหลม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงครอบคลุม เนื้อหาอย่างสมบูรณ์ นำมาใช้อย่างเป็นขั้นตอนเพื่อเป็นการพัฒนาการตลาดแบบบูรณาการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีตามรอยวิถีพนัสนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อสอดคล้องกับความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้กล่าวไว้ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การประเมินผลแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการตรวจสอบและคัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก นำแบบสอบถามที่ตอบคำถามทุกรายการครบถ้วนสมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ครบถ้วนมาจัดกลุ่มและนับคะแนนลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

4. แบบสอบถามตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามตอนที่ 2 – 4 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีคำตอบและกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีการของเร็นลิส เอ.ลิเคิร์ท (Rating A. Likert) คือ ลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2554)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ต้องการทราบถึงจำนวน ตัวอย่างที่จำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น สถิติที่ใช้ในการศึกษา คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถิติที่ใช้ในการศึกษา คือ ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	191	47.75
1.2 หญิง	209	52.25
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 20 ปี	28	7.0
2.2 20 – 29 ปี	120	30.0
2.3 30 – 39 ปี	95	23.75
2.4 40 – 49 ปี	72	18.0
2.5 50 – 59 ปี	76	19.0
2.6 ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	9	2.25
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	169	42.25
3.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	204	51.0
3.3 สูงกว่าระดับปริญญาตรี	27	6.75

รวม	400	100.00
4. สถานภาพ		
4.1 สมรส	236	34.50
4.2 โสด	136	59.0
4.3 หย่าร้าง	26	6.50
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
5.1 อาชีพอิสระ	149	37.25
5.2 ธุรกิจส่วนตัว	101	25.25
5.3 นักเรียน / นักศึกษา	47	11.75
5.4 พนักงานบริษัทเอกชน	41	10.25
5.5 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	40	10.00
5.6 อื่น ๆ	22	5.50
รวม	400	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท	59	14.75
6.2 15,001 – 20,000 บาท	111	27.75
6.3 20,001 – 25,000 บาท	98	24.50
6.4 25,001 – 30,000 บาท	58	14.50
6.5 30,001 – 35,000 บาท	42	10.50
6.6 35,001 – 40,000 บาท	11	2.75
6.7 มากกว่า 40,001 บาท	21	5.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.25 ช่วงอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 29 ปี ร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 30 – 39 ปี ร้อยละ 23.75 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 42.25) สถานภาพ ส่วนใหญ่สถานภาพสมรส (ร้อยละ 59.00) รองลงมา คือ สถานภาพโสด ร้อยละ 34.50 อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระ ร้อยละ 37.25 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.25 รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีช่วงรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 27.75 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 24.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.42	0.612	มาก
1.2 สินค้าของฝากที่ระลึก และสินค้าเบ็ดเตล็ด มีเอกลักษณ์	4.48	0.51	มาก
1.3 อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีเอกลักษณ์	4.36	0.640	มาก
1.4 มีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานพระนครคีรี หมู่บ้านไทยทรงดำ	4.23	0.629	มาก
รวม	4.32	0.465	มาก
2. ด้านราคา			
2.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า	4.32	0.665	มาก
2.2 ราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม	4.31	0.686	มาก
2.3 มีป้ายกำกับราคาสินค้าราคาอาหาร และการบริการอย่างชัดเจน	4.31	0.725	มาก
2.4 ภาพรวมด้านราคาในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด	4.26	0.619	มาก
รวม	4.30	0.547	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ	4.24	0.694	มาก
3.2 มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย	4.30	0.679	มาก

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
3.3 สินค้าในพื้นที่สาธารณะสามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์	4.18	0.718	มาก
3.4 นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก	4.33	0.684	มาก
รวม	4.26	0.554	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	4.26	0.714	มาก
4.2 การนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว	4.21	0.670	มาก
4.3 สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ	4.24	0.721	มาก
4.4 นักท่องเที่ยวรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัดนิทรรศการจากประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี	4.15	0.694	มาก
รวม	4.22	0.566	มาก
5. ด้านบุคคล			
5.1 เจ้าหน้าที่ที่มีความเพียงพอในการปฏิบัติงาน	4.09	0.783	มาก
5.2 แหล่งท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง	4.09	0.767	มาก
5.3 เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	4.16	0.828	มาก
5.4 เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็วและมีความปลอดภัย	4.06	0.775	มาก
รวม	4.10	0.683	มาก

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ			
6.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.34	0.715	มาก
6.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยว	4.28	0.664	มาก
6.3 บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.32	0.683	มาก
6.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา	4.13	0.712	มาก
รวม	4.42	0.556	มาก
7. ด้านกระบวนการ			
7.1 ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน	4.25	0.714	มาก
7.2 การบริหารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการด้านการจราจร การแบ่งพื้นที่ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นสัดส่วนชัดเจน	4.13	0.756	มาก
7.3 ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและข้อความปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว	4.21	0.724	มาก
7.4 แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ	4.14	0.724	มาก
รวม	4.47	0.3	มาก
8. ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ			
8.1 กิจกรรมในการบริการมีความหลากหลายอย่างครบถ้วน	4.21	0.808	มาก
8.2 กิจกรรมในการให้บริการมีความพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.16	0.814	มาก
8.3 กิจกรรมในการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.24	0.839	มาก
8.4 กิจกรรมในการบริการสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.23	0.828	มาก

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
รวม	4.21	0.753	มาก
9. ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง			
9.1 เจ้าหน้าที่มีทักษะ ความรู้ในการให้ข้อมูลเฉพาะด้านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.26	0.749	มาก
9.2 เจ้าหน้าที่มีความสามารถทางภาษาตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย	4.93	0.763	มาก
9.3 เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลในลักษณะของการเป็นผู้เชี่ยวชาญ	4.21	0.809	มาก
9.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่น่าเสนออย่างลึกซึ้ง	4.06	0.735	มาก
รวม	4.12	0.663	มาก
10. ด้านความสามารถ			
10.1 เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใจกระบวนการในการปรับกิจกรรมในการท่องเที่ยว	4.13	0.786	มาก
10.2 เจ้าหน้าที่มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์	4.16	0.783	มาก
10.3 เจ้าหน้าที่สามารถอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแบบกระชับ และได้ใจความ	4.12	0.784	มาก
10.4 เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใจและอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี	4.16	0.779	มาก
รวม	4.14	0.679	มาก

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการตลาดแบบบูรณาการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนินพณธนิราชเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ในภาพรวม

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.509) เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าของฝากที่ระลึก สินค้าเบ็ดเตล็ดที่มีเอกลักษณ์ และมีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานพระนครคีรี หมู่บ้านไทยทรงดำ เป็นต้น

2. ด้านราคา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีรู้สึกมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป ราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม มีป้ายกำกับราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยและนำท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และสินค้าที่ระลึก ของฝากในพื้นที่สาธารณะสามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ได้อย่างสะดวก

4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จังหวัดเพชรบุรีมีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีสื่อในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ป้าย Bill Board ฯลฯ มีการนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัดนิทรรศการผ่านทางประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเพชรบุรี

5. ด้านบุคคล เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และเจ้าหน้าที่มีความเพียงพอในการปฏิบัติงาน ให้บริการที่รวดเร็วและมีความปลอดภัย

6. ด้านกายภาพ จังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายมีบรรยากาศที่สวยงาม มีความเหมาะสมในการท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา เพื่อเตรียมพร้อมและรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

7. ด้านกระบวนการ แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรีมีข้อห้ามและข้อปฏิบัติอย่างชัดเจน บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ และมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการคมนาคม การจราจร การแบ่งพื้นที่ในการขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นสัดส่วนชัดเจน

8. ด้านการบริการลูกค้าอย่างมี กิจกรรมในการบริการของแหล่งท่องเที่ยวสามารถให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีกิจกรรมในการบริการที่หลากหลายอย่างครบถ้วน และมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

9. ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ในการให้ข้อมูลเฉพาะด้านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลในลักษณะของการเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจอย่างลึกซึ้ง และเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถทางภาษาตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

10 ด้านความสามารถ เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใจและอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ เข้าใจกระบวนการในการปรับกิจกรรมในการท่องเที่ยว และสามารถอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแบบกระชับ และได้ใจความให้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 10 P ทั้ง 10 ด้านซึ่งสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2564) ได้ให้นิยามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่าการที่กิจการนั้นๆ มีสินค้าและ/หรือบริการ ไว้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายโดยสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขา ทั้งนี้ ราคาของสินค้า และ/หรือบริการอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับและยินยอมที่จะจ่ายพร้อมทั้งมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย และมีความพยายามตั้งใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นอย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าของฝากที่ระลึก สินค้าเบ็ดเตล็ดที่มีเอกลักษณ์ และมีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ผู้ประกอบการควรมีสถานที่เพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้มีความสะดวกมากขึ้น เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น

2. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ป้าย Bill Board ฯลฯ มีการนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัดนิทรรศการผ่านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเพชรบุรีนั้น ควรมีการสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์ให้มีความโดดเด่นเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้จดจำและนึกถึงจังหวัดเพชรบุรีได้ง่าย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.mots.go.th>
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี. (2561-2565). สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สืบค้นเมื่อวันที่ 19 เมษายน 2564, จาก <https://www.dl.parliament.go.th>
- มติชนออนไลน์. (2564). หนึ่งบวกหนึ่งที่ได้มากกว่าสอง ถอดความสำเร็จ LINE TV และ. ONE 31 อีกความร่วมมือต้นแบบในตลาดคอนเทนต์ไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564 จาก <https://www.google.com>
- สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.2561-2565. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2564, จาก <http://phetchaburi.go.th>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2564). เอกสารประกอบการสอนคำบรรยาย ส่วนประสมทางการตลาด 10P วิทยาลัยการจัดการ. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา.