



Received: March 23, 2026

Revised: July 10, 2026

Accepted: August 27, 2026

ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพล
ต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

Tourists' Needs for Tourism Potential Development and Their Influence
on the Destination Image of Cha-am Beach, Phetchaburi Province

ทิพอาภา บุญคุ้ม*

นพรัตน์ บุญเพียรผล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: Boonkoun_t@silpakorn.edu

Tiparpa Boonkoun*

Nopparat Boonpienpon

Faculty of Management Science, Silpakorn University

บทคัดย่อ

แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดที่สวยงามเป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญของนักท่องเที่ยว โดยประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในหลายภูมิภาค ทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ซึ่งแต่ละพื้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและกิจกรรมชายหาดที่หลากหลาย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คนที่ได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = .438) โดยนักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ตามลำดับ โดยด้านบริการสนับสนุนมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ($\beta = .213$) รองลงมาคือด้านกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

คำสำคัญ: ศักยภาพการท่องเที่ยว (6As); ความต้องการของนักท่องเที่ยว; ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว; ชายหาดชะอำ; นักท่องเที่ยวชาวไทย

Abstract

Beautiful marine and beach destinations are to key attractions for tourists. Thailand is endowed with numerous beach tourism destinations across different regions, including both the Gulf of Thailand and the Andaman Coast, each characterized by unique natural resources and a variety of beach-related activities. This research aimed to: 1) examine tourists' needs regarding the development of tourism potential at Cha-am Beach, Phetchaburi Province; and 2) investigate the dimensions of tourism potential that influence the destination image of Cha-am Beach. A quantitative research design was employed. Data were collected from 400 Thai tourists visiting Cha-am Beach, Phetchaburi Province using convenience sampling. A structured questionnaire was utilized as the research instrument. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics through multiple regression analysis. The findings revealed that tourists' overall demand for enhancing the tourism potential of Cha-am Beach was at a high level ($M = 4.03$, S.D. = 0.438). Among the dimensions examined, attractions were rated as the most important aspect for development, followed by accessibility, amenities, tourism packages, and activities, respectively, while ancillary services received the lowest mean score. Furthermore, the results indicated that three dimensions of tourism potential, namely tourism packages, activities, and amenities, significantly influenced the destination image of Cha-am Beach ($p < .01$). Among these, tourism

programs had the highest influence on destination image ($\beta = .213$), followed by activities and amenities, respectively.

Keyword: Tourism Potential (6As); Tourists' Needs; Destination Image; Cha-am Beach; Thai Tourists

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยสร้างรายได้ให้กับภาคธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลาง ไปจนถึงแหล่งชุมชนภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2568 แนวโน้มการท่องเที่ยวมีทิศทางฟื้นตัวที่ดีขึ้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 9.5 ล้านคน และคนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 69 ล้านคน ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวไตรมาสแรกอยู่ที่ 7.23 แสนล้านบาท ขยายตัวขึ้นร้อยละ 13.7 จึงสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและการฟื้นตัวหลังจากการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2025, p.4) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่ควรมุ่งเน้นเพียงปริมาณนักท่องเที่ยว แต่ต้องคำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม (UNWTO, 2018) ซึ่งศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวได้ โดยชายหาดชะอำเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของพื้นที่ เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีอาหารทะเลที่หลากหลายและราคาย่อมเยา รวมถึงมีที่พักที่มีคุณภาพ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างครบวงจร (Thippluk, 2021)

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดที่สวยงามอยู่ในหลายภูมิภาคของไทย ทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ซึ่งแต่ละพื้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาทิ ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พัทยา จังหวัดชลบุรี ชายหาดในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2025) โดยชายหาดชะอำถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคตะวันตกที่มีชื่อเสียงและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว (Aphirutworaskun, 2023)

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่ามีองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญคือ ธรรมชาติของหาดทรายและชายทะเล มีกิจกรรมริมชายหาดที่หลากหลาย รองรับนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวกเนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ชายหาดชะอำมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สะท้อนวิถีการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น และมีความหลากหลายของระบบนิเวศที่เอื้อต่อการอนุรักษ์และการศึกษา นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สามารถใช้เป็นพื้นที่เรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม Aphirutworaskun (2023) ชายหาดชะอำถือเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยสนับสนุนการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังมีผลต่อการกระจายรายได้และสร้างรายได้หมุนเวียนภายในชุมชน

อย่างไรก็ตาม ชายหาดชะอำกำลังเผชิญกับปัญหาหลายด้านที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ได้แก่ ปัญหาน้ำทะเลกัดเซาะชายฝั่งที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้แนวชายฝั่งถูกทำลายและมีอิทธิพลต่อระบบนิเวศ ปัญหาจาก



การทำกิจกรรมบริเวณชายหาด รวมถึงการใช้พื้นที่ชายหาดอย่างต่อเนื่อง จากการตั้งเตียงผ้าใบ ตั้งร้านอาหารริมชายหาด (Citizen Plus Thai PBS, 2022) อีกทั้งแนวการป้องกันโดยการสร้างกำแพงกันคลื่นเป็นเพียงการช่วยลดปัญหาในระยะสั้น แต่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ที่ใช้พื้นที่บริเวณชายหาดจากการลื่นล้ม เนื่องจากเกิดการสะสมของตะไคร่น้ำบริเวณชั้นบันได นอกจากนั้น ชายหาดชะอำยังประสบปัญหาขยะมูลฝอย การจัดการขยะที่ไม่เหมาะสม และข้อจำกัดด้านงบประมาณ (Paksee & Chinnasri, 2023) ซึ่งปัญหาเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (Buhalis, 2000) และย่อมส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการตัดสินใจเดินทางมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ การให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและมีความจำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแหล่งท่องเที่ยวยังต้องได้รับการพัฒนา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายหาดได้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและบริบทของพื้นที่ รวมถึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลในพื้นที่อื่น ๆ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

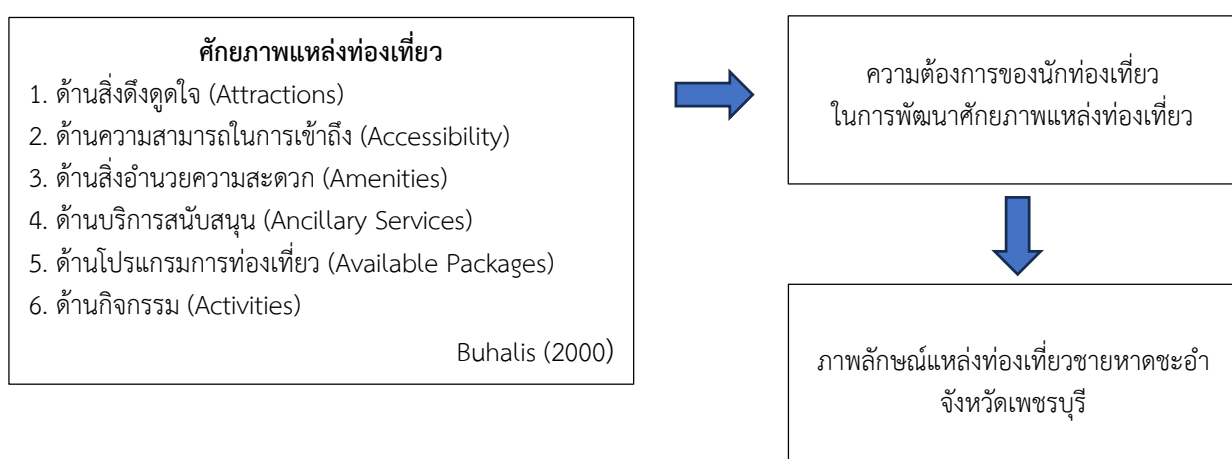
1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก บริการสนับสนุน โปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมาเป็นแนวคิดหลักในการศึกษา โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในช่วงเดือน กันยายน - ธันวาคม 2568 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้มาโดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 385 ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident sampling)

การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการสนับสนุน ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ตามแนวคิดของ Buhalis (2000) ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ โดยลักษณะของข้อคำถามในแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ มาตรฐานค่า 5 ระดับ 5 Rating Scale ตามแนวคิดของ Likert (1932) และข้อคำถามปลายเปิด โดยคำถามของแบบสอบถามได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับปัญหาและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

การหาคุณภาพเครื่องมือโดยการ หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.50 เป็นไปตามเกณฑ์ โดยมีข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.67 จำนวน 8 ข้อ และค่า IOC เท่ากับ 1.00 จำนวน 41 ข้อ จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลองใช้ (Try Out) กับสมาชิกในประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน วิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา .875 แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพทั้งความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยได้

กระบวนการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม 2 รูปแบบ ได้แก่ แบบสอบถามฉบับเอกสาร และแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form โดยแบบสอบถามฉบับเอกสารถูกนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ชายหาดชะอำ ส่วนแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยได้จัดทำในรูปแบบ QR Code เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสแกนและตอบได้อย่างสะดวก ทั้งนี้ ผู้วิจัยคัดกรองเฉพาะผู้ตอบที่เป็นชาวไทยและเคยเดินทางท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้การตอบกลับแบบสอบถามฉบับเอกสาร จำนวน 152 คน (คิดเป็นร้อยละ 38) และแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form จำนวน 248 คน (คิดเป็นร้อยละ 62) ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) แปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของ Best (1981) และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม



สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลจากการศึกษา พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.45	.515	มาก
ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	4.18	.550	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.14	.693	มาก
บริการสนับสนุน (Ancillary Services)	3.41	.714	ปานกลาง
โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Packages)	4.08	.566	มาก
กิจกรรม (Activities)	3.91	.583	มาก
ภาพรวม	4.03	.438	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = .438) โดยนักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .515) รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = .550) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .693) ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .566) และด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = .583) ตามลำดับ โดยด้านบริการสนับสนุนมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = .714)

2. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ($\beta = .213$) รองลงมาคือด้านกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์			t	Sig.
	ไม่มาตรฐาน		มาตรฐาน		
	b	SE β	β		
ค่าคงที่	1.878	0.236	–	7.973	< .001
สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) x_1	-0.018	0.046	-0.02	-0.393	0.694
ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) x_2	0.094	0.06	0.099	1.572	0.117
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) x_3	0.133	0.046	0.175	2.864	0.004*
บริการสนับสนุน (Ancillary Services) x_4	0.004	0.038	0.005	0.098	0.922

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์			t	Sig.
	ไม่มาตรฐาน		มาตรฐาน		
	b	SE β	β		
โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Packages) x_5	0.186	0.045	0.213	4.162	< .001***
กิจกรรม (Activities) x_6	0.164	0.043	0.199	3.785	< .001***
R = 0.494 R ² = 0.244 R ² adj = 0.232 SEest = 0.485 F = 21.109*					

จากตารางที่ 2 พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก บริการสนับสนุน โปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F = 21.109$, $p < .001$) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.494 สามารถอธิบายความแปรปรวนของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวได้ร้อยละ 24.4 ($R^2 = 0.244$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า โปรแกรมการท่องเที่ยว ($\beta = .213$) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านกิจกรรม ($\beta = .199$) และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\beta = .175$) ในขณะที่ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง และบริการสนับสนุน ไม่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ขณะที่ด้านบริการสนับสนุนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาดังกล่าวนี้น สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 6A's Buhalis (2000) ที่อธิบายว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพควรประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) บริการสนับสนุน (Ancillary Services) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Packages) และกิจกรรม (Activities) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ (Sapprasert, 2022) ที่พบว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดกระบี่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ (Phramkaew, 2017) ที่พบว่าความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเมืองชะอำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

2. ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก บริการสนับสนุน โปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรม มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.494 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวได้ร้อยละ 24.40 ($R^2 = .244$) แต่ก็เป็นที่น่าสนใจว่า องค์ประกอบด้านด้านสิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง และบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ถึงร้อยละ 75.60 ที่ยังไม่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในโอกาสต่อไป



สำหรับองค์ประกอบด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นี้ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีกิจกรรมที่น่าสนใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม เนื่องจากองค์ประกอบดังกล่าวช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่น่าประทับใจ เพิ่มความสะดวกสบาย และความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงบวก ผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Chatchawanchanchanakij, 2021) ที่พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ผลที่ได้จากการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sapprasert (2022) ที่พบว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Phramkaew (2017) ที่พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและศักยภาพการท่องเที่ยวของเมืองชะอำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาองค์ประกอบด้านกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและความหลากหลายมากยิ่งขึ้นย่อมมีอิทธิพลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ โปรแกรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด สามารถอธิบายได้ว่าเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดลำดับกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทในการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว (Solihin *et al.*, 2024) นอกจากนี้ โปรแกรมการท่องเที่ยวยังทำหน้าที่เชื่อมโยงและจัดระบบกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดความต่อเนื่องและเหมาะสม จึงช่วยเสริมสร้างประสบการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยว จึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงบวก ผลการศึกษาครั้งนี้จึงสนับสนุนแนวคิดของ Hunt (1971) ที่ชี้ให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้เกิดขึ้นจากลักษณะทางกายภาพของสถานที่เพียงอย่างเดียว แต่มีผลสืบเนื่องมาจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสหรือได้รับจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ผลที่ได้จากการศึกษาที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด แต่ผลการศึกษากลับพบว่า สิ่งดึงดูดใจไม่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงมีความเป็นไปได้ว่าชายหาดชะอำในปัจจุบันยังต้องการการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจมากกว่าด้านอื่น ๆ และเมื่อศักยภาพด้านนี้ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพแล้ว อาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในที่สุด เช่นเดียวกับองค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึง และบริการที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ควรมีนโยบายในการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านนี้มากที่สุด รวมทั้งพัฒนาความสามารถในการเดินทางเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะเป็นความต้องการในลำดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่
2. หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการควรร่วมกันพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลายให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า โปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ โดยควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มของนักท่องเที่ยว บริบทของพื้นที่ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย



3. ผู้ประกอบการและชุมชน ควรร่วมกันพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อส่งเสริมเสริมสภาพลักษณะที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพิ่มเติม โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด S.D.Gs หรือ GSTC เพื่อขยายมิติการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอนาคต

2. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถเปรียบเทียบมุมมองของนักท่องเที่ยวระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยอธิบายความแตกต่างด้านการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาพฤติกรรมและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม เช่น ความพึงพอใจ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

References

- Aphirutworaskun, A. (2023). *An Approach to Promote Environmental Education and Enhance Ecological Literacy: A Case Study of Cha-am Beach, Phetchaburi Province*. (Master's Thesis, Chulalongkorn University). (in Thai)
- Best, J. W. (1981). *Research in education*. (4th ed.). Prentice Hall.
- Buhalis, Dimitrios. (2000). Marketing the Competitive Destination in the Future Tourism. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Chatchawanchanchanakij, P. (2021). *Tourism Components Influencing Health Tourism Image of Ranong Province*. (Master's Thesis, Dhurakij Pundit University). (in Thai)
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- Hunt, J. D. (1971). *Image: A factor in tourism*. Colorado.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1–55
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2025). *TISTR enhances sustainable tourism standards for 11 beach destinations to international level: The first in Thailand*. <https://shorturl.asia/2l64Y>. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2025). *Q1/2025 NES.D.C economic report: Thai economic performance in Q1 and outlook for 2025*. Office of the National Economic and Social Development Council. (in Thai)
- Paksee, S. & Chinnasri, W. (2023). Guidelines for integrated solid waste management in accordance with the 7Rs principle of Cha-am Municipality, Phetchaburi Province. *Journal of Mani Chettha Ram Wat Chommani*. 6(4), 25. (in Thai)
- Phramkaew, D. (2017). Tourism Environment Affecting Tourism Potential of Cha-am City. *Journal of Veridian E-Journal*, 10(2), 2556–2559. (in Thai)



- Sapprasert, R. (2022). *Components of Tourism Sites Influencing the Image of Health Tourism Destinations in Krabi Province*. (Master's Thesis, Dhurakij Pundit University). (in Thai)
- Solihin, I. P., Budiarta, I. P., Harmini, A. A. A. N. & Susanto, B. (2024). A review for creating a tour package: A case study for students of tourism. *Journal of Commerce Management and Tourism studies*, 3(1), 51-53.
- The Citizen Plus Thai PBS. (2022). *Listening to Thailand: The future of tourism at Cha-am Beach (seawall issue)*. <https://www.thaipbs.or.th/program/ThailandLive/episodes/86812>. (in Thai)
- Thipluk, D. (2021). A Development of Strategy for Tourism Promotion in Cha-am Municipality, Cha-Am District, Phetchaburi Province. *Journal of Political Science and Public Administration*, 12(2), 78-79. (in Thai)
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). 'Overtourism?' - Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. UNWTO.

ผู้เขียน

นางสาวทิพอาภา บุญคุ้ม

นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอสอง อำเภอสอง จังหวัดเพชรบุรี 76120

E-mail: Boonkoun_t@silpakorn.edu

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล

อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอสอง อำเภอสอง จังหวัดเพชรบุรี 76120

E-mail: Boonpienoon_n@su.ac.th

