



การศึกษาอิสระ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร
POTENTIAL OF TOURIST ATTRACTIONS AND CREATIVE MARKETING
STRATEGIES AFFECTING COASTAL CONSERVATION TOURISM BEHAVIOR
IN PATHIO DISTRICT, CHUMPHON PROVINCE

นางสาวภุมรินทร์ นิลรอด
รหัสนักศึกษา 63205067

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพรปีการศึกษา

2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



INDEPENDENT STUDY

POTENTIAL OF TOURIST ATTRACTIONS AND CREATIVE MARKETING
STRATEGIES AFFECTING COASTAL CONSERVATION TOURISM BEHAVIOR
IN PATHIO DISTRICT, CHUMPHON PROVINCE

MISS. PHUMARIN NINROD

STUDENT ID 63205067

INDEPENDENT STUDY IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2021

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2021

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

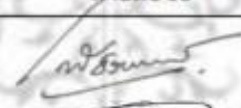

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการศึกษาอิสระ

การศึกษาอิสระเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร
POTENTIAL OF TOURIST ATTRACTIONS AND CREATIVE MARKETING STRATEGIES AFFECTING COASTAL CONSERVATION TOURISM BEHAVIOR IN PATHIO DISTRICT, CHUMPHON PROVINCE

ชื่อนักศึกษา นางสาวภุมรินทร์ นิลรอด
รหัสประจำตัว 63205067
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ

อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชนีย์ เสกวัชรีย์	
ดร. บิวดิชา พุทธเกิด	บิวดิชา พุทธเกิด

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 20 มิถุนายน 2565 เวลา 13.00-13.30 น.

สถานที่สอบ ณ ห้อง 206 อาคารสำนักวิชา

เห็นชอบ/รับรอง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 25 เดือน 06 พ.ศ. 65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อการศึกษาอิสระ	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร
ชื่อ – สกุล	นางสาวภุมรินทร์ นิลรอด
รหัสประจำตัว	63205067
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นศักยภาพการท่องเที่ยว
กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว
จังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบสัมประสิทธิ์แอลฟา
ของครอนบาค เท่ากับ 0.893 โดยใช้สถิติที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 222 คน มีอายุ
18 - 40 ปี จำนวน 238 คน มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา จำนวน 218 คน มีเงินเดือนต่ำกว่า 15,000
บาท จำนวน 204 คน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง อำเภอปะทิว
จังหวัดชุมพร ครั้งแรก จำนวน 169 คน มีช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมพรผ่านช่องทาง
เพื่อน คนรู้จัก จำนวน 201 คน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
พหุคูณ Adj (R2) เท่ากับ 0.267. มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ยกเว้นด้านการ
พยากรณ์ทางการตลาด

Project Title	POTENTIAL OF TOURIST ATTRACTIONS AND CREATIVE MARKETING STRATEGIES AFFECTING COASTAL CONSERVATION TOURISM BEHAVIOR IN PATHIO DISTRICT, CHUMPHON PROVINCE
Name	MISS PHUMARIN NINROD
Student ID	63205067
Degree	Bachelor of Business Administration
Major	Business Administration and entrepreneurship
Academic Year	2021
Advisor	Asst Prof. Dr. Petcharaporn Chatchawanchanakit

Abstract

The objectives of this study were : 1) to study the level of opinions about the potential of tourism, creative marketing strategies and decision making in tourism of tourists in Pathio District, Chumphon Province. 2) to analyze tourism potential affecting the decision-making in tourism of tourists in Pathio District, Chumphon Province. and 3) to analyze creative marketing strategies affecting the decision-making in tourism of tourists in Pathio District, Chumphon Province. Because this study cannot determine the exact population, Cochran formula is appropriate for calculating the sample size of the study and the questionnaire was applied to be as the study instrument with the examination of the reliability value at 0.751. Moreover, the study was designed to use two types of statistics (1) Descriptive statistics (e.g. frequency, percentage, Mean, and Standard Deviation (S.D.), and (2) Inferential statistic (e.g. Correlation Coefficient, and Multiple regression analysis)

The study has found that most of the respondents are male with the number of 222, they were between the ages of 18-30 years with the number of 238, have an occupation as a student with the number of 218, have an incomes in the range between 15,000 bath with the number of 204, experienced in traveling to coastal conservation, pathio District, Chumphon Province for the first time, totaling 169, and the is a channel for acknowledging information about Chumphon, through the channel of friends and acquaintances of and 201. When considering the hypothesizes testing have found the result of the correlation coefficient (R^2) was at 0.267, there was correlation at the statistical significance level of 0.05. except for marketing forecasts.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เล่มนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลือในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุง จากการใช้ข้อมูลคำปรึกษาคำแนะนำข้อคิดเห็นและกำลังใจจากบุคคลหลายท่าน และขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาวนุกิจ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวีศรี อาจารย์ ดร.ปิวิธชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ชี้แนะแนวทางในการทำการศึกษาให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษาแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆมาอีกทั้งยังชี้แนะแนวทางตรวจสอบรายงานติดตามความคืบหน้าและของรายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้มาทุกขั้นตอน และขอขอบพระคุณ ดร.กิตติ แก้วเขียว ดร.ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา ถิรศิริกุล ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม ให้คำปรึกษาแนะนำและแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆในแบบสอบถาม จนทำให้แบบสอบถามสำเร็จด้วยความสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่ง ที่คอยให้กำลังใจ คำปรึกษา คำแนะนำเกี่ยวกับปัญหาทางการศึกษา และสนับสนุนในด้านต่างๆ ขอขอบพระคุณพี่ๆและเพื่อนที่คอยให้กำลังใจและคำปรึกษา คอยให้ความช่วยเหลือในทุกๆด้าน เพื่อให้ผู้วิจัยได้ดำเนินการมาจนสำเร็จการศึกษา จนการศึกษาอิสระเล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาหวังว่าการศึกษาอิสระเล่มนี้จะจะเป็นคุณประโยชน์และความดีอันพึงมีคุณค่า ผู้ศึกษาขอมอบรายงานอิสระเล่มนี้ให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพพียง ที่ทำให้การศึกษาอิสระเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้พื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ภุมรินทร์ นิลรอด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
1.5 สมมติฐานของการศึกษา.....	3
1.6 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว.....	6
2.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	7
2.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	8
2.4 กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์.....	9
2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร.....	10
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	23
3.1 รูปแบบการศึกษา.....	23
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	23
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	24
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4.1 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	30
4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.....	32
4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.....	34
4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.....	37
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	42
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	42
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	44
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	45
บรรณานุกรม.....	46
ภาคผนวก.....	48
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	49
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่าง ๆ.....	56
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพแบบสอบถาม.....	63
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	69
ประวัติย่อผู้ศึกษา.....	80

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ.....	30
4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ.....	30
4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ.....	30
4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	31
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตาม ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.....	31
4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตาม ช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมพรผ่านช่องทางใดมากที่สุด.....	32
4.7 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสิ่งดึงดูดใจ.....	32
4.8 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	33
4.9 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการเข้าถึง.....	33
4.10 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.....	34
4.11 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการพยากรณ์ทางการตลาด.....	39
4.12 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว.....	35
4.13 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการวิจัยทางการตลาด.....	36
4.14 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการโฆษณา.....	36
4.15 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์.....	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 แสดงค่า (\bar{X}) เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.....	37
4.17 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตัวแปรต้น.....	39
4.18 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.....	40
4.19 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม กรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.....	41



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	4
2.1 ตราประจำจังหวัดชุมพร.....	10
2.2 ป้ายจังหวัดชุมพร.....	10
2.3 เนินทรายบ้านบางเบิด.....	14
2.4 ชุมชนอ่าวทุ่งมหา.....	14
2.5 เกษะร้านเปิดเกษะร้านไก่อ.....	15
2.6 ชุมชนอ่าวทุ่งซาง.....	15
2.7 เกาะไข่.....	16
2.8 หาดทุ่งวัวแล่น.....	16



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรือการเดินทางของบุคคลที่ชอบและรักในการเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ การท่องเที่ยวทำให้มีกิจกรรมต่างๆเกิดขึ้น ได้ใช้เวลากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนมากขึ้น การไปเที่ยวชมสถานที่ที่สวยงามหรือทัศนียภาพใหม่ๆ สามารถทำให้คนผ่อนคลาย สนุกสนาน กับสถานที่นั้นๆ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง แต่ปัญหาอยู่ที่ว่า การเดินทางไม่ใช่การท่องเที่ยวเสมอไป อาจจะเป็นการเดินทางไปทำธุรกิจ หรือการพบปะลูกค้า ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ควรจะรู้ความหมายของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศ และถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และการท่องเที่ยวยังเป็นเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย นอกจากนี้จะนำรายได้มาสู่ประเทศแล้ว ภาคการท่องเที่ยวยังเป็นภาคที่มีศักยภาพในการฟื้นตัวได้รวดเร็วที่สุดด้วย ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูเขา ทะเล (อมรรัตน์ พรหล่อ 2555)

กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์คือส่วนประสมการตลาดหรือการวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยกำหนดจุดมุ่งหมายและขั้นตอนการเลือกตลาดเป้าหมายและการออกแบบส่วนประสมการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตลาดและบรรลุเป้าประสงค์ขององค์กร ปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญมากกับสังคมไทยในยุคปัจจุบันไม่เป็นในกระทำการตลาด เราจะเห็นได้ว่าสินค้าใหม่ใหม่ออกสู่ตลาดมากมายก็เนื่องมาจากมีคนคิดสร้างสรรค์สังคมไทยจะมีความต้องการนักสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่อีกจำนวนมากอีกทั้งการประกอบอาชีพในอนาคตใครที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์งานจึงสามารถได้รับค่าตอบแทนเป็นจำนวนมาก การตลาดเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นแนวโน้มในการทำงานในอนาคตซึ่งในอนาคตเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วไม่หยุดนิ่งหากเรามองกลับไปในยุคอดีตจะเห็นได้ว่าสินค้าหลายหลายตัวได้หายไปจากการแข่งขัน การตลาดเชิงสร้างสรรค์คือการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้เพื่อทำการตลาดหรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแปลกใหม่มากขึ้นเป็นการตลาดที่มีความแปลกใหม่กว่าคู่แข่งมานานแสนอยู่ตลอดเวลาทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกแปลกใหม่อยู่เสมอ

แม้คิดว่าด้วยการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้เพื่อทำการตลาดหรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแปลกใหม่มากขึ้น การตลาดที่มีความแปลกใหม่กว่าคู่แข่งมานานแสนอยู่ตลอดเวลาทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ได้รับความแปลกใหม่อยู่เสมอ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าหรือบริการที่จำหน่ายสู่ตลาดสมัยนี้ มีอายุสั้นลง เน้นการประหยัดต้นทุนเพื่อให้เกิดความได้เปรียบยุคเทคโนโลยีที่

ทันสมัย รวดเร็วขึ้น การเสนอขายในระดับตลาดโลกมากขึ้น การนำเข้าและส่งออกมีราคาที่เปลี่ยนแปลงไปไม่อยู่นิ่ง จากปัจจัยข้างต้นจึงทำให้การตลาดเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม มีความยืดหยุ่นในการสร้างนวัตกรรมแปลกๆ ใหม่ๆ อย่างทันเหตุการณ์ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การตลาดเชิงสร้างสรรค์จึงต้องมีการปรับตัวต่อ การเปลี่ยนแปลงและมีคุณสมบัติ มีความสามารถหลากหลายมากขึ้น เช่น ความสามารถในการออกแบบสินค้า ออกแบบผลิตภัณฑ์ และออกแบบการบริการให้มีความอัตลักษณ์ (Identity) ในลักษณะเชิงสร้างสรรค์มีการคิดประหลาดแตกต่างประหลาดใหม่ๆ เพื่อการจดจำและมีโอกาส ประสบความสำเร็จในระดับสูง ความสามารถทางการตลาด สามารถสร้างแบรนด์ (brand) เพื่อแสดงออกถึงภาพลักษณ์ (Image) ของตราสินค้าหรือแหล่งที่ผลิตได้ รวมถึงวิถีชีวิตชุมชนจาก การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสามารถในการพัฒนาช่องทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการสร้างบรรยากาศ (Atmosphere) เพื่อสนับสนุนการตลาดเชิงสร้างสรรค์การกำหนดราคา (Price) ที่สามารถถูกค้ำทุกระดับสามารถเข้าถึง และรู้สึกภูมิใจที่ครอบครองสินค้าหรือบริการที่จัดจำหน่าย รวมถึงการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้วยการประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ และการใช้กิจกรรมเพื่อการตลาดเชิงสร้างสรรค์ได้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเรียนรู้จากการรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อปรับตัวพัฒนาตนเองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวางแผนลงมือ ทำงาน ตรวจสอบ แก้ไขและสามารถวิเคราะห์ได้ (ดร.สุทธิชัย ปัญญาโรจน์ 2556)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คือการเดินทางไปยังสถานที่ที่เต็มไปด้วยธรรมชาติอย่างรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มุ่งเน้นไปที่การเดินทางที่รับผิดชอบต่อสังคม การเติบโตส่วนบุคคล และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมักจะเกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่พืช, สัตว์และมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลัก การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย 2539)

ดังนั้น ภาคใต้มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอย่างแพร่หลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลักและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือก ด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอำเภอปะทิวมีหลากหลาย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้ทั้งกิจกรรมทางบกและทางทะเล มีทั้งเนินทรายบ้านบางเบิด ชุมชนอ่าวทุ่งมหา เกษะร้านเป็ด เกษะร้านไก่ อ่าวทุ่งซาง เกษะไข่ หาดทุ่งวัวแล่น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

3. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบผลของการรับรู้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร

2. สามารถนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

3. เพื่อเป็นแนวทาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลวางแผนการจัดการกลยุทธ์ รูปแบบการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้
ตัวแปรอิสระ

1.) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 3. ด้านการเข้าถึง (Accessibilities)

2.) กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1. ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด 2. ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว 3. ด้านการวิจัยทางการตลาด 4. ด้านการโฆษณา
ตัวแปรตาม การพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

2. ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการวิจัยครั้งนี้คือ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มตั้งแต่ 10 มกราคม 2565 – 10 มิถุนายน 2565

1.5 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

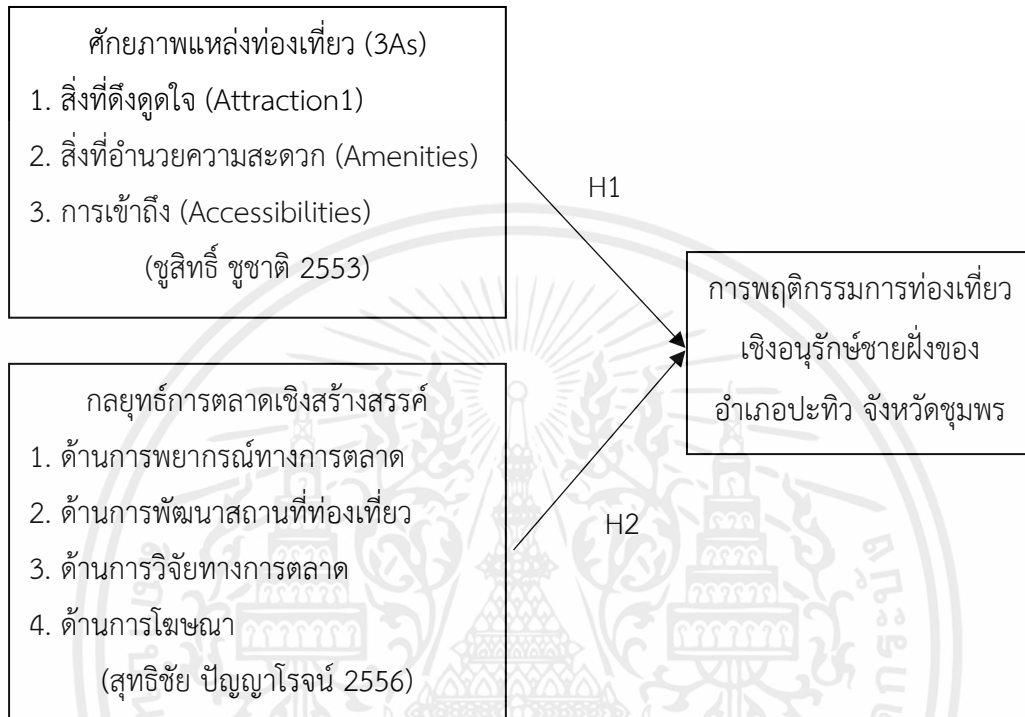
สมมติฐานที่ 1 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานที่เกี่ยวข้องกับ “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดไว้ดังนี้



1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพหรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิด การรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของการท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุงหรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงรวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นมีเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

สิ่งดึงดูดใจ หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและมีความสุข ซึ่งเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทุกคน สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญประกอบด้วย ที่พัก แรม อาหารและสถานบันเทิง การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าที่ระลึก

การเข้าถึง หมายถึง การกระทำของการเข้าไปใกล้บางสิ่งบางอย่างหรือเข้าถึงมัน

กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ให้ใช้ทำการตลาดหรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแปลกใหม่มากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม มีความยืดหยุ่นในการสร้างนวัตกรรมแปลกใหม่อย่างทันเหตุการณ์ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลต่าง ๆ พร้อมทั้งเอกสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว
- 2.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- 2.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว
- 2.4 กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- 2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แต่ละแห่งที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่นความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมคุณค่าและความสำคัญการตอบรับของประชาชนในท้องถิ่น และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (สมชาย เลียงพรพรรณ.2547. หน้า 12)

ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้น ว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและกำหนดศักยภาพความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางอากาศ และวิถีชีวิต
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย
4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดด้านการบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ 2550.)

เกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพด้านท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะความเป็นเอกลักษณ์ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ สถานที่ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้แก่ลักษณะภูมิทัศน์ ความ สะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรม การท่องเที่ยวสร้างจิตสำนึกในการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจและสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นท่องเที่ยวหรือไม่

ดังนั้นในการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา 8 ด้าน ได้แก่ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมความ มีชื่อเสียง กิจกรรมท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน (วิภา ศรีระหุ.2551.)

2.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Biotourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่างๆให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งและได้รับการอ้างอิงถึงเสมอ ที่สำคัญมีดังนี้ อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า "เป็นการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่

ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ เหล่านั้น" (Ceballos Lascurain 1991)

Elizabeth Boo ให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและ สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม" (Elizabeth Boo 1991)

เสรี เวชบุษกร ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นด้วย" (เสรี เวชบุษกร 2538)

2.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีองค์ประกอบดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งปีเตอร์ ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions)

2) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆของภูมิประเทศ

3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions)

4) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attractions)

ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 2) แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และ 3) แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากที่กล่าวข้างต้น องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอก โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสียหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดี เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการจัดการการท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดีแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาระบบการจัดการที่ดีเพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2540)

2.4 กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์

ความหมายของคำว่ากลยุทธ์การตลาด คำว่า กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางการปฏิบัติเพื่อใช้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งที่ตั้งใจเอาไว้ วิธีการเหล่านั้น เรียกว่า กลยุทธ์

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing strategies) หมายถึงหลักเกณฑ์ที่งานบริหารการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และทิศทางการตลาดในตลาดเป้าหมายซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมในค่าใช้จ่ายทางการตลาดส่วนประสมการตลาดและการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาดหรือหมายถึงการค้นหาโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจและพัฒนากลยุทธ์การตลาดและแผนการตลาดที่สามารถสร้างกำไร

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดหรือการวางแผน กลยุทธ์การตลาด โดยกำหนดจุดมุ่งหมายและขั้นตอน การเลือกตลาดเป้าหมายและการออกแบบ ส่วนประสมการตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของตลาดและบรรลุเป้าประสงค์ขององค์กร ทั้งนี้ต้อง เป็นวิธีการใหม่และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชุมชนเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรม นักการตลาดที่ต้องการเป็นนักการตลาดเชิงสร้างสรรค์จึงต้องมีการปรับตัวต่อ การเปลี่ยนแปลงและมีคุณสมบัติ มีความสามารถหลากหลายมากขึ้น เช่น ออกแบบการบริการให้มีความอัตลักษณ์ (Identity) ในลักษณะเชิงสร้างสรรค์มีการคิดประหลาดแตกต่างประหลาดใหม่ๆ เพื่อการจดจำและมีโอกาสประสบความสำเร็จในระดับสูง

ความสามารถทางการตลาด สามารถสร้างแบรนด์ (brand) เพื่อแสดงออกถึงภาพลักษณ์ (Image) ของตราสินค้าหรือแหล่งที่ผลิตได้ รวมถึงวิถีชีวิตชุมชนจากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสามารถในการสื่อสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาช่องทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการสร้างบรรยากาศ (Atmosphere) เพื่อสนับสนุนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การกำหนดราคา (Price) ที่สามารถถูกค้ำทุกระดับสามารถเข้าถึง และรู้สึกภูมิใจที่ครอบครองสินค้าหรือบริการที่จัดจำหน่าย รวมถึงการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้วยการประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ และการใช้กิจกรรมเพื่อการตลาดเชิงสร้างสรรค์ได้ (สุทธิชัย ปัญญาโรจน์, 2556)

2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร



รูปภาพที่ 2.1 รูปตราประจำจังหวัดชุมพร <http://www.chumphon.go.th/2013/page/symbol>

คำขวัญของจังหวัดชุมพร “ประตูกาตไต้ ไหว้เสด็จในกรมฯ ชมไร่กาแฟ แลหาดทรายรี ดีกล้วยเล็บมือ ขึ้นชื่อรังนก”



รูปภาพที่ 2.2 รูปป้ายจังหวัดชุมพร <http://newgenerationkruthai.blogspot.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความหมายของตราประจำจังหวัด

ภาพคนยืน	เทวดาที่ประทานพรให้แก่ชาวเมืองและกองทัพที่จะยกออกไปทำศึก
ภาพต้นไม้ทั้งสองข้าง	ต้นมะเดื่อซึ่งในพื้นที่ของจังหวัดมีต้นไม้ชนิดนี้อยู่มากมาย
ภาพค่ายและหอรบ	จังหวัดนี้เคยเป็นที่ชุมนุมบรรดานักรบทั้งหลาย ซึ่งนัดให้มาพร้อมกัน ณ ที่แห่งนี้ก่อนที่จะเดินทัพออกไปสู้รบกับข้าศึก ทั้งนี้ก็เพราะชุมพรเป็นเมืองหน้าด่านมาแต่โบราณ

สภาพทั่วไปของจังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพร ตั้งอยู่ตอนบนสุดของภาคใต้ระหว่างเส้นละติจูดที่ 10 องศา 29 ลิปดาเหนือ และเส้นลองจิจูดที่ 99 องศา 11 ลิปดาตะวันออก ห่างจากกรุงเทพมหานครเส้นทางรถยนต์ประมาณ 498 กิโลเมตร และเส้นทางรถไฟสายใต้ประมาณ 476 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 3.75 ล้านไร่ หรือ 6,010.849 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ของภาคใต้ ชุมพรเป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ตอนบนฝั่งอ่าวไทยมีรูปพื้นที่เรียวยาว ตามแนว เหนือ-ใต้ ความยาวประมาณ 222 กิโลเมตร ความกว้างโดยเฉลี่ยประมาณ 36 กิโลเมตร และจังหวัดชุมพรมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	:เขตอำเภอท่าแซะ และอำเภอปะทิว ติดต่อกับอำเภอสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ทิศใต้	:เขตอำเภอละแม และอำเภอพะโต๊ะ ติดต่อกับอำเภอท่าชนะ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ทิศตะวันออก	:เขตอำเภอปะทิว อำเภอเมืองชุมพร อำเภอสวี อำเภอทุ่งตะโก และอำเภอหลังสวน ติดต่อกับอ่าวไทย
ทิศตะวันตก	:เขตอำเภอเมืองชุมพร อำเภอสวี อำเภอหลังสวน และอำเภอพะโต๊ะ ติดต่อกับอำเภอกระบุรี จังหวัดระนอง และประเทศเมียนมาร์

ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดชุมพรแบ่งออกเป็นพื้นที่ราบตอนกลางพื้นที่ราบชายฝั่งทะเล และพื้นที่ทางทิศตะวันตกเป็นที่สูงและภูเขาทิวเขาที่สำคัญคือทิวเขาตะนาวศรี ซึ่งเป็นพรมแดนทางธรรมชาติระหว่างประเทศไทย กับประเทศเมียนมาร์ ถัดจากแนวที่สูงมาทางด้านตะวันออก เป็นที่ราบตอนกลาง ซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่นและที่ราบลุ่ม เป็นเขตเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัดชุมพรสำหรับพื้นที่ทางตะวันออกเป็นที่ราบชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 222 กิโลเมตร ลักษณะชายหาดของจังหวัดชุมพรค่อนข้างเรียบมีความโค้งเว้าน้อย ความกว้างของจังหวัดโดยเฉลี่ยประมาณ 36 กิโลเมตร

ลักษณะฤดูกาล

จังหวัดชุมพรได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเหตุให้มีฤดูกาลเพียง 2 ฤดู คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-กลางเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงเปลี่ยนมรสุมหลังจากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนืออ่อนกำลังลง

2) ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม - กลางเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้

จากทะเลอันดามันเป็นมวลอากาศที่มีความชื้นสูงและเปลี่ยนเป็นลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจึงทำให้เกิดฝนตกชุก มีปริมาณน้ำฝนอยู่ในช่วง 1,782 - 3,382 มิลลิเมตร สำหรับอุณหภูมิในจังหวัดชุมพรเฉลี่ยโดยประมาณ 28.95 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 38.30 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 19.50 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยทั้งปี 71 เปอร์เซ็นต์

ประชากรและชุมชน

ประชากรและอาชีพ อาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดชุมพร โดยภาคเกษตรกรรมเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจภายในจังหวัด และมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจังหวัดชุมพรมีพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญมากมาย ได้แก่ ทุเรียน ปาล์มน้ำมัน มังคุด และกาแฟ

การปกครองจังหวัดชุมพร แบ่งเขตการปกครอง เป็น 8 อำเภอ 70 ตำบล 736 หมู่บ้าน 25 เทศบาล (2 เทศบาลเมือง 13 เทศบาลตำบล) 53 อบต.

1. อำเภอเมืองชุมพร
2. อำเภอท่าแซะ
3. อำเภอปะทิว
4. อำเภอหลังสวน
5. อำเภอละแม
6. อำเภอพะโต๊ะ
7. อำเภอสวี
8. อำเภอทุ่งตะโก

อำเภอปะทิว

เดิมเป็นเมืองขนาดเล็ก ซึ่งกล่าวถึงมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เมืองอุทุมพร (ชุมพร) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรนครศรีธรรมราช และเป็นส่วนที่แคบที่สุด อยู่ที่บ้านท่าข้าม อำเภอท่าแซะ เมืองปะทิว เป็นทางผ่านไปท่ามาหากินของชนพื้นเมืองจากตะวันตก ซึ่งเป็นพื้นที่สูงบริเวณดอนตาเถร ดอนยายชี ดอนตะเคียน บ้านหัวนอน และบ้านเกาะ หรือ เกาะชะอม พ.ศ. 2313 - 2339 มีหัวเมืองชื่อ ครุฑ ปกครองเมืองปะทิว ตั้งที่ทำการและบ้านเรือนบริเวณทางใต้ของดอนตาเถร ด้านตะวันออกของสำนักงาน สหกรณ์การเกษตรในปัจจุบันอยู่ในพื้นที่หมู่ 7 ตำบลบางสน พ.ศ. 2340 - 2375 หัวเมืองยี่ง ปกครองเมืองปะทิวต่อจากหัวเมืองครุฑ ตั้งที่ทำการ (หลา) ศาลาและบ้านเรือนอยู่ที่บ้านเกาะ ซึ่งขุดโดยแรงงานทาส กว้าง 3 วา ล้อมรอบพื้นที่ 5 ไร่ ปัจจุบันเรียกว่า เกาะชะอม อยู่ที่หมู่ 2 ตำบล

ทะเลทรัพย์ พ.ศ.2376 - 2384 หัวเมืองพร้อม ปกครองเมืองปะทิว ต่อจากหัวเมืองยี่ง ตั้งที่ทำการ อยู่บริเวณหลังสำนักงานสหกรณ์การเกษตร หรือบริเวณโรงสูบน้ำรถไฟ ชาวบ้านเรียกบริเวณ นี้ว่า ดอนยายซี พ.ศ.2384 – 2438 พระปะทิวขุนทอง ปกครองเมืองปะทิว ต่อจากหัวเมืองพร้อมตั้งบ้านเรือน (ศาลาว่าการ) อยู่บริเวณบ้านฉาง บ้านนาโหนด หมู่ที่ 5 ท่าเสม็ด ตำบลดอนยาง พ.ศ. 2439 ทางราชการประกาศเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นรูปมณฑลเทศาภิบาล ยุบเมืองปะทิว เป็นอำเภอปะทิว หลวงพรหมสุภา จินดาพรม (ทรัพย์ จินดาพรม) ซึ่งดำรงตำแหน่งตุลาการเมืองชุมพร ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งนายอำเภอคนแรก (ร.ศ.115) มีศาลาว่าการ มาอยู่ที่บ้านท่าเสม็ด ตำบลดอนยาง (ปัจจุบันหมู่ที่ 1 ตำบลปากคลอง)

พ.ศ. 2445 สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ได้เสด็จ ออกตรวจราชการภาคใต้ กรมการอำเภอสร้างพลับพลาที่ประทับขึ้นบริเวณบ้านหน้าค่าย และมีแนวความคิดที่จะย้ายศาลาว่าการที่นี้ แต่ต่อมาทราบข่าวการสร้างทางรถไฟผ่านตำบลบางสน จึงย้ายศาลาว่าการไปอยู่บริเวณบ้าน ท่ากรวด ซึ่งบัดนี้อยู่ในเขตหมู่ที่ 7 ตำบลบางสน ถึงปีพ.ศ.2472 เกิดพายุใหญ่พัดที่จังหวัดชุมพร ที่ว่าการอำเภอซึ่งถูกสร้างตั้งทำการที่บ้านท่ากรวด ก็ถูกพายุพัดลงอีกเป็นคำรบสอง จึงได้ย้ายที่ทำการอำเภอ ไปอาศัยทำงานที่โรงเรียนประชาบาลบ้านบางสน 1 (พิพิธราษฎร์บำรุง) ทางราชการจึงจัดสร้างที่ว่าการอำเภอขึ้นที่ บ้านดอนตาเถร ในเขตหมู่ที่ 14 ตำบลบางสน ซึ่งบัดนี้เป็นหมู่ 7 ตำบลบางสน ระยะห่างจากที่ตั้งที่ว่าการอำเภอที่บ้านท่ากรวด ประมาณ 1 กิโลเมตร สร้างเสร็จในปลายปี พ.ศ.2473 ทำพิธีเปิดในวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2473 ใช้เป็นที่ว่าการอำเภอ ต่อมาได้มีการสร้างที่ว่าการอำเภอหลังใหม่เมื่อ พ.ศ. 2524 จนถึงปี พ.ศ.2532 ถูกพายุไต้ฝุ่น (เกย์) พัดพังเสียหายได้ปรับปรุงใหม่สามารถให้บริการได้ตามที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน

คำว่า ปทิว เป็นชื่อเก่าแก่มาแต่เดิม แต่ในปัจจุบันใช้คำว่า “ปะทิว” ซึ่งตามตัวอักษรไม่มี ความหมาย เพราะไม่มีคำแปล

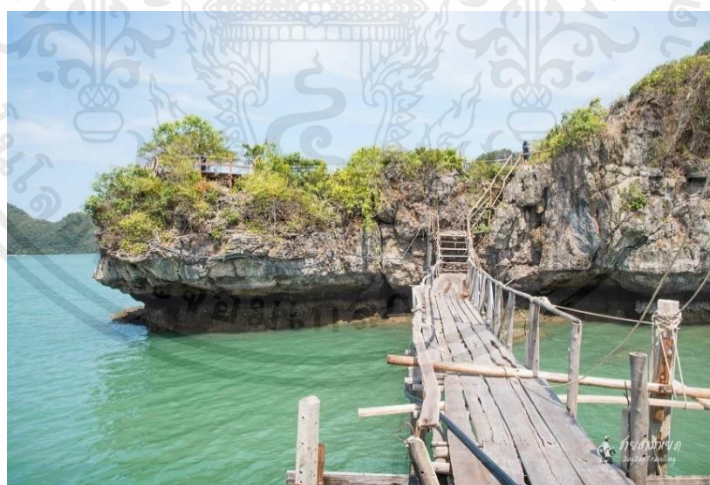
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร มีดังนี้

1. เนินทรายบ้านบางเปิด เป็นรอยต่อระหว่างจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และชุมพร ชายฝั่งแถบนี้มีแนวร่องมรสุมพัดผ่านเป็นประจำประกอบกับ ด้านหน้าทะเลเปิดโล่งไม่มีเกาะปิดกั้น ชายหาดมีความลาดชันน้อยเมื่อน้ำทะเลถอยยังทำให้ชายหาดมีความกว้างมีการพัฒนาแมสทรายมาทับถมเกิดเป็นเนินทรายชายฝั่ง



รูปภาพที่ 2.3 รูปเนินทรายบ้านบางเปิด <https://mgronline.com>

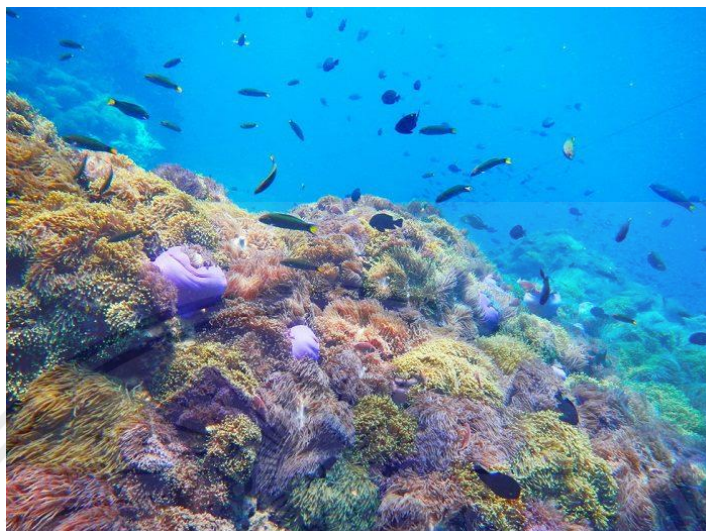
2. ชุมชนอ่าวทุ่งมหา เป็นชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเป็นศูนย์การเรียนรู้ทางทะเล เกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านในชุมชนเพื่อจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน มีการจัดนำเที่ยวโดยชุมชนที่หลากหลาย



รูปภาพที่ 2.4 รูปชุมชนอ่าวทุ่งมหา <https://pantip.com/topic/38868563>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เกาะร้านเปิดเกาะร้านไก่ เป็นเกาะที่มีความสมบูรณ์ของระบบนิเวศใต้ทะเลและมีจุดดำน้ำตื้นที่มีชื่อเสียงระดับต้นต้นของไทยเนื่องจากมีดอกไม้ทะเลปะการังขนาดใหญ่ที่ยังคงอุดมสมบูรณ์ ผูปลาหลากหลายรวมถึงฉลามวาฬที่ยังสามารถพบเห็นได้



รูปภาพที่ 2.5 รูปเกาะร้านเปิดเกาะร้านไก่ <https://travel.mthai.com>

4. อ่าวทุ่งซาง เป็นอ่าวเล็กๆที่เงียบสงบไม่มีบ้านเรือนและร้านอาหารจึงยังคงความเป็นธรรมชาติอยู่มีเม็ดทรายละเอียดและน้ำทะเลสวยใส ตอนใต้ของหาดมีหน้าผาและโขดหินที่มีรูปร่างแตกต่างกันตามจินตนาการของผู้พบเห็น ช่วงเวลาที่น้ำทะเลลดระดับสามารถเดินเที่ยวชมทิวทัศน์บริเวณนั้นได้



รูปภาพที่ 2.6 รูปชุมชนอ่าวทุ่งซาง <https://gopathiw.camt.cmu.ac.th>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. เกาะไข่ เป็นเกาะขนาดเล็กที่มีชายหาดสั้นๆ เกิดจากการทับถมของเศษปะการังมีสีขาว นวลชายเปลือกไข่ ด้านเหนือของเกาะมีแนวปะการังและส่งปลาหลากหลายชนิดเป็นแหล่งพบหอยมือเสือได้หลากหลายขนาด



รูปภาพที่ 2.7 รูปเกาะไข่ <https://www.chumco.go.th>

6. หาดทุ่งวัวแล่น เป็นชายหาดที่มีเม็ดทรายสีขาวนวลละเอียดทอดตัวยาว น้ำทะเลสวยใส เหมาะแก่การเล่นน้ำเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ส่วนทางด้านใต้ของหาดที่ติดภูเขานั้นเป็นหาดเห็นตลอดแนวชายหาดเพ็ญรูและมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่พัก ร้านอาหาร โรงเรียนสอนดำน้ำ และร้านเช่าอุปกรณ์ดำน้ำ



รูปภาพที่ 2.8 รูปหาดทุ่งวัวแล่น <https://sites.google.com>

ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี การศึกษา

จังหวัดชุมพรมีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา 3 แห่ง คือ สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร และสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร ระดับอาชีวศึกษา 6 แห่ง และโรงเรียน 311 แห่ง แบ่งพื้นที่การศึกษาออกเป็นสองแห่ง ได้แก่

1. เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 1 ครอบคลุม 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองชุมพร อำเภอปะทิว และอำเภอท่าแซะ

2. เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 2 ครอบคลุม 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพะโต๊ะ อำเภอหลังสวน อำเภอละแม อำเภอสวี และอำเภอทุ่งตะโก

การนับถือศาสนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากรในจังหวัดชุมพรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ประมาณร้อยละ96.54 ของประชากรในจังหวัด นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ2.02 และศาสนาคริสต์ ร้อยละ1.44 โดยในจังหวัดชุมพรมีวัดอยู่จำนวน 245 วัด มีมัสยิด 6 แห่ง และมีโบสถ์คริสต์ 12 แห่ง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร โดยผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

วาสนา สุวรรณวิจิตร (2564) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย 2) เพื่อเสนอแนะรูปแบบการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณชายฝั่งอันดามันภาคใต้ของประเทศไทย ประกอบด้วยจังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา และตรัง อันเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ใช้แบบสอบถามภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิดเลือกตอบ กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี นับถือศาสนาคริสต์ อาศัยอยู่ในทวีปยุโรป ทำงานบริษัทเอกชนมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 90,000 บาท มีงานอดิเรกคือท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยพบว่า สินค้าที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในพื้นที่สนใจคืออาหารซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกไปท่องเที่ยวในประเทศต่างๆของ

Sophonsiri (2011) ที่พบว่าสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคืออาหาร จากผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยที่เหมาะสมคือการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนตากอากาศมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาความต้องการและต้องประสงค์ของการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวมาพักผ่อนหย่อนใจโดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนตามชายหาดชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่สวยงามดำนน้ำชมประภาลัยและชมป่าชายเลน

ณรงค์ พลริักษ์ และ ปริญญา นาคปฐม (2560) ศึกษาเรื่อง การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) จำแนก สำรวจ และจัดทำฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด 2) จัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในจังหวัดชลบุรี ระยอง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จันทบุรี และตราด 3) ประเมินกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรับรองนักท่องเที่ยวได้ และนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่การศึกษาตามกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มคนในชุมชน และผู้นำชุมชนเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยสรุปพบว่า ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 32 แห่ง จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากที่สุด คือ จังหวัดตราด ซึ่งพบทั้งหมด 11 แห่ง รองลงมา คือ จังหวัดระยองมี 9 แห่ง ในขณะที่จังหวัดจันทบุรีมี 7 แห่ง ส่วนจังหวัดชลบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์น้อยที่สุด ซึ่งพบ 5 แห่ง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ประเมินจากเกณฑ์ที่บ่งบอกถึงลักษณะของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 61 คะแนน จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1) ศักยภาพสูง มีคะแนนมากกว่า 41 คะแนน กลุ่มที่ 2) ศักยภาพปานกลาง มีคะแนนระหว่าง 21-40 คะแนน และกลุ่มที่ 3) ศักยภาพต่ำ มีคะแนนน้อยกว่า 20 คะแนน จากการศึกษาพบว่าใน 4 จังหวัด มีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มศักยภาพสูงทั้งสิ้น 21 แห่ง ศักยภาพปานกลาง 9 แห่ง และศักยภาพต่ำ 2 แห่ง เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เส้นทางการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับนักท่องเที่ยว ในการวางแผนการเดินทางหรือบริษัทนำเที่ยวสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้า

น้ำผึ้ง นาพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเลของประชาชนในชุมชนวัดช่องลม ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ชายฝั่งทะเลของประชาชนในชุมชนวัดช่องลม ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาความรู้เรื่องระบบนิเวศชายฝั่งทะเลของประชาชนในชุมชนวัดช่องลม ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 3) เพื่อศึกษาความตระหนักในคุณค่าการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในชุมชนวัดช่องลม ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุงจังหวัดชลบุรี 4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเลของประชาชนในชุมชนวัดช่องลม ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุงจังหวัดชลบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในชุมชนวัดช่องลม จำนวน 803 คน โดยสรุปพบว่า จากผลการศึกษาระดับความรู้เรื่องระบบนิเวศชายฝั่งทะเลของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในชุมชนวัดช่องลม พบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนในชุมชนวัดช่องลม มีความรู้เรื่องระบบนิเวศชายฝั่งในระดับดีมากโดยมีความรู้ในการรักษาความสะอาดในชุมชนเป็นการช่วยให้ทรัพยากรธรรมชาติไม่ถูกทำลายมากที่สุด รองลงมา คือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเล คือ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่น้อยที่สุดและเกิดประโยชน์สูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิตติยา ทองเสนอ (2560) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพทรัพยากรนิเวศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) สำรวจทรัพยากรนิเวศที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนเกาะหมาก 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรนิเวศที่มีศักยภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนเกาะหมาก โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยแบ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ โดยมีระเบียบวิธีการวิจัย ใช้ประชากรของการศึกษาจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเป็นประชาชนทั้ง 11 ชุมชนในพื้นที่ชุมชนเกาะหมาก กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มผู้ประเมินศักยภาพทรัพยากรนิเวศเลือกศึกษาจากประชากรโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 74 ตัวอย่างคือผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรนิเวศนั้นเป็นอย่างดีและมีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 20 ปีจำนวน 44 คน องค์กรบริหารส่วนตำบล นายการบริหารส่วนตำบล กำนัน จำนวน 20 คน และหน่วยงานอนุรักษ์ป้องกันรักษา 2 หน่วยงานได้แก่หน่วยงานพิทักษ์ป่าอ่าวท่าช้าง หน่วยพิทักษ์เกาะโคกจำนวน 10 คน ใช้แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูล ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าประชาชนในชุมชนเกาะหมากส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดคือประถมศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น อาชีพเกษตรกรและการประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพหลัก ผลการศึกษา ความรู้และความต้องการท่องเที่ยวในชุมชนพบว่าประชาชนทั้ง 11 ชุมชนไม่มีอาชีพหลักและอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแต่ละความรู้ความเข้าใจกับการท่องเที่ยวและความต้องการให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน ผลจากการศึกษาในภาพรวมพบว่าข้อมูลพื้นฐานภายในชุมชนเกาะหมากสามารถบ่งบอกได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีสำหรับแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เกิดเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อรไท ครูธเวโซ และ สุวณิช ชัยนาท (2561) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวสีคราม(Blue Tourism) รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่เพื่อการรองรับเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวสีครามรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่สัมพันธ์กับทรัพยากรประมงในจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อเสนอแผนยุทธศาสตร์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสีครามจากทรัพยากรประมงในจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมคือมุ่งศึกษาปรากฏการณ์สังคมจากสภาพแวดล้อมตามความจริงโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลคือการสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวรูปแบบที่สัมพันธ์กับทรัพยากรประมงในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีการสังเกตโดยตรง และการวิเคราะห์เอกสารเป็นเทคนิคเสริม ผลการวิจัยคือข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 56 และเพศหญิงร้อยละ 44 ซึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี นักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 59 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 41 ส่วนใหญ่สถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 60 เป็นผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ย 50,000- 20,500 มีการใช้เวลาท่องเที่ยวในพื้นที่ประมาณ 2-3 วันเพื่อการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นวันหยุดมีเวลาว่าง กิจกรรมส่วนใหญ่คือการว่ายน้ำการดำน้ำดูปะการัง จำนวน 165 คนคิดเป็นร้อยละ 43.31 รองลงมาคือการพักผ่อนริมชายหาดจำนวน 67 คนคิดเป็นร้อยละ 17.59 ตามลำดับ ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและภาคที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นสนับสนุนแนวคิดการท่องเที่ยวสัปดาห์ไปในทิศทางเดียวกันคือรูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับทรัพยากรเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนและการอนุรักษ์โดยทรัพยากรประมงของจังหวัดภูเก็ตสามารถนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เชื่อมโยงกับชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดภูเก็ตได้

ธนวรรษ ดอกจันทร์ (2559) ศึกษาเรื่องการพัฒนาตัวบ่งชี้มูลค่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะท่องเที่ยวทางทะเลของไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ที่สามารถนำมาประเมินคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะท่องเที่ยวทางทะเลของไทย 2) เพื่อวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะท่องเที่ยวทางทะเลของไทย ในการศึกษาใช้เครื่องมือในการวิจัยด้วยเทคนิค EDFR ซึ่งเป็นเทคนิคที่มุ่งแสวงหาผลสำเร็จจากความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องออกมาอย่างเป็นระบบ โดยได้ทำการเก็บข้อมูลจากซึ่ง เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่าน ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลครั้งแรกแล้วทำการเก็บข้อมูลซ้ำด้วยแบบสอบถามตาม กระบวนการวิจัย จากการศึกษาผลที่ได้จากการวิจัย ซึ่งพบว่าตัวบ่งชี้มูลค่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะท่องเที่ยวทางทะเลของไทยแบ่งออกได้เป็น 3 ด้านสำคัญได้แก่ 1) ตัวบ่งชี้ด้านนิเวศเกาะมีจำนวน 27 ตัวบ่งชี้ 2) ตัวบ่งชี้ด้านนิเวศบริการมีจำนวน 10 ตัวบ่งชี้ 3) ตัวบ่งชี้ด้านการจัดการพื้นที่มีจำนวน 18 ตัวบ่งชี้

รุ่งรติศ เมืองลือ (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี 2) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี 3) สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี โดย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีเครื่องมือวิจัยคือแบบรายการศึกษาชุมชนและแบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชลบุรีและ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตและการประชุมกลุ่มย่อยโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 26 คนคือ ภาคีรัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ จากการศึกษาพบว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเช่นทรัพยากรทางธรรมชาติทางทะเลมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และคุณค่าสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมีจำนวนมากขึ้นนำรายได้สู่จังหวัดมากขึ้นสอดคล้องกับรายงานสำนักงาน สถิติจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีรายได้รวม 101,835.31 ล้านบาท มีอะไรได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มจากเดิม 9273.5 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.11 จากปี 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุชาติ อินกล้า (2560) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนหยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นประชากรของกลุ่มตัวอย่างต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนหยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง และเพื่อศึกษาทัศนคติและความเข้าใจในการมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชน ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสถิติพรรณนา โดยเครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนหยงสตาร์และสัมภาษณ์ด้วยวิธีพรรณนา จำนวน 200 คน จากการศึกษาพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการรูปแบบจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชน รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 97 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อระบบมิงน็ดเราน้อยที่สุดประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 91.5 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประชากร ส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 93.5 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์กับคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 93 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 92.5 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มพูนความรู้ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 81 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 71.5 และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยร้อยละ 57

วรรณพร วจะสุวรรณ (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง 2) ระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง 3) ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย และ 4) ปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ดภายในหนึ่งปีจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความทอดยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านทัศนคติพบว่าความรู้ความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย และปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวพบว่าสิ่งดึงดูดใจการเข้าถึงความปลอดภัยและการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย

อำนาจ รักษาพลและคณะ (2560) ศึกษาเรื่องการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่าย การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความ ต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดระบบ โครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายในจังหวัดชุมพร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม เก็บ รวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ การประชุมเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์สถานภาพ แหล่งท่องเที่ยว วิเคราะห์ SWOT และใช้เครื่องมือแบบประเมินสถานภาพแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแบบสอบถามนักท่องเที่ยว และประมวลผลด้วยการใช้การวิเคราะห์เชิงพหุคูณ จากการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าการได้เรียนรู้และได้สัมผัสธรรมชาติแรงจูงใจในการมาเยือน นิยม กิจกรรมการถ่ายภาพและเดินศึกษาธรรมชาติโดยรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในด้านผู้คนมี อธิยาศัยมิตรไมตรีดีและความเชื่อและศรัทธาตอบพลเรือนเอกพระเจ้าบรมวงเธอกรมมาหลวงชุมพร เขตอุดมศักดิ์ ขณะทีในด้านความสนใจเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลที่ได้ศึกษาวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวและสนใจมาเยือนโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน



บทที่ 3

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 รูปแบบการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ หลักเพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ทราบถึงตัวแปรและผลลัพธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากไม่มีกลุ่มตัวอย่างประชากรอย่างแน่ชัดจึงใช้สูตรคำนวณ คำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรโดยยอมรับความคลาดเคลื่อน ในขอบเขตร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 โดยใช้สูตร Cochran ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Cochran, 1997) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

กำหนดให้ n แทน ขนาดตัวอย่าง

 P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 2 มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความ
 เชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)
 E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(05 \times 1 - 5)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 384.16 = 385 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด และได้รับกลับมาเป็นจำนวน 400 ชุด ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาประมวลผลทางสถิติทั้งหมดเพื่อประโยชน์ของงานวิจัยและลดความคาดเคลื่อนของข้อมูล และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรื่องและการสร้างเครื่องมือการวิจัยครั้งนี้โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย ซึ่งได้จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและบูรณาการพัฒนาให้มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาให้สอดคล้องกับปัญหาในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน

ตอนที่ 1 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถาม

ส่วนที่	ตัวแปร	มาตรวัด	สถิติที่ใช้
1	ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล <ul style="list-style-type: none"> - เพศ - อายุ - อาชีพ - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน - ประสบการณ์ในการเดินทาง - ช่องทางการรับรู้ข้อมูล 	Nominal Scale	สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) <ul style="list-style-type: none"> - ค่าความถี่ (Frequency) - ค่าร้อยละ (Percentage)
2	ศักยภาพการท่องเที่ยว <ul style="list-style-type: none"> - ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) - สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) - ด้านการเข้าถึง (Accessibility) 	Interval Scale	1. สถิติเชิงพรรณนา (Discriptive Statistic) <ul style="list-style-type: none"> - การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Aritmetic Mean) - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) 2. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)
3	กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ <ul style="list-style-type: none"> -ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด -ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว -ด้านการวิจัยทางการตลาด -ด้านการโฆษณา 	Interval Scale	1. สถิติเชิงพรรณนา (Discriptive Statistic) <ul style="list-style-type: none"> - การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Aritmetic Mean) - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) 2. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่	ตัวแปร	มาตรวัด	สถิติที่ใช้
4	พฤติกรรมกรท่งเที่ยว	Interval Scale	1. สถิติเชิงพรรณนา (Discriptive Statistic) - การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Aritmetic Mean) - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) 2. การวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression Analysis)
5	ข้อเสนอแนะ		

การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัย

การหาคุณภาพของเครื่องมือในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ที่เป็นการจัดทำแบบสอบถามจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและนำมาแก้ไขให้เรียบร้อย และนำมาปรับแก้ไขให้เรียบร้อย จึงนำเครื่องมือดังกล่าวไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

- โดย +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

หลังจากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \frac{\sum X}{N}$$

โดย $\sum X$ หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณา ข้อคำถาม แต่ละข้อควรมี ค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2559)

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทำการจัดพิมพ์แล้วนำไปทดลองใช้ (Try - Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยผลการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.893 โดย ลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นค่า 5 ระดับ เป็นมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating

Scale) ตาม (Likert's Scales) โดยมีข้อความให้ตอบแบบสำรวจตอบเพื่อแสดงความคิดเห็นตามมาตราวัด 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การจัดระดับคะแนนผู้วิจัยได้จัดไว้ 5 ระดับ การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย ความสำคัญ จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาจัดช่วงชั้นและกำหนดเกณฑ์การแปลผลตามแนวความคิดของ Best (1981, p. 182) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน ถือว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน ถือว่าอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน ถือว่าอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน หรือว่าอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลดังนี้

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรตัวอย่างนั้นเนื่องจากจำนวนประชากรที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามนั้นใช้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ ใช้การแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลประชาชนที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากทางเอกสารวิชาการวารสาร นิตยสาร รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ รวมถึงการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางอินเทอร์เน็ต

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการขอเชิงปริมาณในการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปและการรายงานผลการวิจัยที่สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviations: SD)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานเป็นสถิติที่ใช้สรุปสมมติฐานวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภทช่วง โดย ใช้สถิติในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ถดถอย แบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) (กัลยาวานิชย์บัญชา, 2559) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว การวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละโดยมีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 4.1 – 4.6)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 4.7 – 4.10)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ตารางที่ 4.11 – 4.15)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ได้ผลการศึกษา (ตารางที่ 4.16 - 4.18)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละโดยมีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 4.1 – 4.6)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ (n=400)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	222	55.5
หญิง	178	44.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ (n=400)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 30 ปี	238	59.5
31 – 40 ปี	99	24.8
41 – 50 ปี	33	8.3
51 – 60 ปี	22	5.4
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	8	2.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 18 - 30 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รองลงมาคือ อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และน้อยที่สุดคือ อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ (n=400)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	218	54.5
ข้าราชการ	54	13.5
เกษตรกร	55	13.8
ธุรกิจส่วนตัว	66	16.5
อื่น ๆ	7	1.7
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ เกษตรกร จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ข้าราชการ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และน้อยที่สุดคือ อาชีพอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	204	51.0
15,001 – 30,000 บาท	116	29.0
30,001 – 45,000 บาท	56	14.0
มากกว่า 45,001 บาท	24	6.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา รายได้ต่อเดือนคือ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา รายได้ต่อเดือนคือ 30,001 – 45,000 บาท มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 45,001 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	169	42.3
2 – 3 ครั้ง	139	34.7
4 – 5 ครั้ง	40	10.0
มากกว่า 5 ครั้ง	52	13.0
รวม	400	100

ตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว ครั้งแรก จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ 2 – 3 ครั้ง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมพรผ่านช่องทางใดมากที่สุด (n=400)

ช่องทางในการรับรู้ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์	104	26.0
เพื่อน / คนรู้จัก	201	50.2
สื่อสังคมออนไลน์	95	23.8
รวม	400	100

ตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจาก เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาคือ เว็บไซต์ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และน้อยที่สุดคือ สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 4.7 - 4.10)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านสิ่งดึงดูดใจ

สิ่งดึงดูดใจ	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. เกาะไข่มุกเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	4.21	0.77	มากที่สุด
2. อำเภอปะทิวมีชายหาดที่สวยงามหลากหลายแห่ง	4.10	0.77	มาก
3. อำเภอปะทิวมีกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งหลากหลายแบบ	4.14	0.76	มาก
4. อำเภอปะทิวมีเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งมายาวนาน	4.23	0.80	มากที่สุด
ภาพรวม	4.17	0.51	มาก

ตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.17 , S.D.=0.51) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ อำเภอปะทิวมีเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งมายาวนาน (\bar{X} =4.23 , S.D.=0.80) รองลงมา เกาะไข่มุกเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร (\bar{X} =4.21 , S.D.=0.77) รองลงมา อำเภอปะทิวมีกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งหลากหลายแบบ (\bar{X} =4.14 , S.D.=0.76) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับอำเภอปะทิวมีชายหาดที่สวยงามหลากหลายแห่ง (\bar{X} =4.10 , S.D.=0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีห้องน้ำรับรองนักท่องเที่ยว	4.15	0.75	มาก
2. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีร้านค้าจัดจำหน่ายอุปกรณ์ Safety	4.07	0.86	มาก
3. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีร้านค้าให้บริการอย่างหลากหลาย เช่น ร้านอาหาร ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการท่องเที่ยว	4.16	0.78	มาก
4. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีการจัดการที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง	4.19	0.81	มาก
ภาพรวม	4.14	0.58	มาก

ตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$, S.D.=0.58) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ชายหาดในอำเภอปะทิวมีการจัดการที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ($\bar{X}=4.19$, S.D.=0.81) รองลงมา ชายหาดในอำเภอปะทิวมีร้านค้าให้บริการอย่างหลากหลาย เช่น ร้านอาหาร ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.16$, S.D.=0.78) รองลงมา ชายหาดในอำเภอปะทิวมีห้องน้ำรับรองนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.75) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าน้อยที่สุดเกี่ยวกับชายหาดในอำเภอปะทิวมีร้านค้าจัดจำหน่ายอุปกรณ์ Safety ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง	4.11	0.82	มาก
2. อำเภอปะทิวบริการขนส่งนักท่องเที่ยวเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	4.17	0.86	มาก
3. อำเภอปะทิวมีป้ายบอกทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวทุกชายหาด	4.20	0.82	มาก
ภาพรวม	4.15	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.65) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ อำเภอปะทิวมีป้ายบอกทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวทุกชายหาด

(\bar{X} =4.20 , S.D.=0.82) รองลงมา . อำเภอบึงสามพันบริการขนส่งนักท่องเที่ยวเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก (\bar{X} =4.17 , S.D.=0.86) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับชายหาดในอำเภอบึงสามพันมีเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง (\bar{X} =4.11 , S.D.=0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอบึงสามพันจังหวัดชุมพร

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
สิ่งดึงดูดใจ	4.17	0.51	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก	4.14	0.58	มาก
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.15	0.65	มาก
ภาพรวม	4.15	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นทุกด้านในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก(\bar{X} =4.15 , S.D.=0.58) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (\bar{X} =4.17 , S.D.=0.51) รองลงมา การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (\bar{X} =4.15 , S.D.=0.65) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (\bar{X} =4.14 , S.D.=0.58) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ตารางที่ 4.11 - 4.15)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการพยากรณ์ทางการตลาด

การพยากรณ์ทางการตลาด	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในพื้นที่	4.43	0.66	มากที่สุด
2. มีการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร ในโซเชียลมีเดียต่างๆ	4.40	0.66	มากที่สุด
3. มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร	4.28	0.72	มากที่สุด
ภาพรวม	4.36	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.36 , S.D.=0.46) เมื่อ

พิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในพื้นที่ (\bar{X} =4.43 , S.D.=0.66) รองลงมา มีการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ในโซเชียลมีเดียต่างๆ (\bar{X} =4.40 , S.D.=0.66) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับการจัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร (\bar{X} =4.28 , S.D.=0.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว

การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. ส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว	4.32	0.66	มากที่สุด
2. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลมิให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม	4.39	0.74	มากที่สุด
3. มีเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกและปลอดภัย	4.34	0.69	
4. มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมของชายหาด	4.32	0.71	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.34, S.D.=0.44) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลมิให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม (\bar{X} =4.39, S.D.=0.75) รองลงมา มีเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกและปลอดภัย (\bar{X} =4.33, S.D.=0.69) มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมของชายหาด (\bar{X} =4.32, S.D.=0.70) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว (\bar{X} =4.31, S.D.= 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการวิจัยทางการตลาด

การวิจัยทางการตลาด	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีความประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	4.27	0.73	มากที่สุด
2. สินค้าและบริการ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน	4.30	0.80	มากที่สุด
3. แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	4.30	0.72	มากที่สุด
ภาพรวม	4.28	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านการวิจัยทางการตลาด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.28$, S.D.=0.49) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ สินค้าและบริการ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.65) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ($\bar{X}=4.30$, S.D.=0.72) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าน้อยที่สุดเกี่ยวกับท่านมีความประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ($\bar{X}=4.27$, S.D.=0.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการโฆษณา

การโฆษณา	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. มีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	4.33	0.63	มากที่สุด
2. มีศูนย์บริการแหล่งท่องเที่ยวคอยให้คำปรึกษา	4.42	0.67	มากที่สุด
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณาเป็นระยะ	4.45	0.61	มากที่สุด
ภาพรวม	4.39	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านการโฆษณา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.42) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณาเป็นระยะ ($\bar{X}=4.45$, S.D.=0.61) รองลงมา มีศูนย์บริการแหล่งท่องเที่ยวคอยให้คำปรึกษา ($\bar{X}=4.42$, S.D.=0.67) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าน้อยที่สุดเกี่ยวกับมีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด	4.36	0.45	มากที่สุด
2. ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว	4.34	0.44	มากที่สุด
3. ด้านการวิจัยทางการตลาด	4.28	0.49	มากที่สุด
4. ด้านการโฆษณา	4.39	0.42	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	0.45	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นทุกด้านในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.34, S.D.=0.45$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านการโฆษณา ($\bar{X}=4.39, S.D.=0.42$) รองลงมา ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด ($\bar{X}=4.36, S.D.=0.46$) ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.34, S.D.=0.44$) และด้านการวิจัยทางการตลาด ($\bar{X}=4.29, S.D.=0.50$) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ได้ผลการศึกษา (ตารางที่ 4.16 - 4.18)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. ทุกครั้งที่ต้องการท่องเที่ยวจะเดินทางมาที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นที่แรก	4.32	0.70	มากที่สุด
2. ท่านยินดีแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ให้กับคนรู้จัก	4.29	0.67	มากที่สุด
3. ท่านชอบเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร กับครอบครัว	4.29	0.75	มากที่สุด
4. ท่านชอบเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	4.34	0.65	มากที่สุด
5. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทำให้ท่านได้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทาง	4.34	0.65	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.45) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ท่านชอบเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวต่างอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.65) รองลงมา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทำให้ท่านได้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทาง ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.65) รองลงมา ทุกครั้งที่ต้องการท่องเที่ยวจะเดินทางมาที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นที่แรก ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.70) รองลงมา ท่านชอบเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร กับครอบครัว ($\bar{X}=4.29$, S.D.=0.75) และท่านยินดีแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ให้กับคนรู้จัก ($\bar{X}=4.29$, S.D.=0.67) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์“ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 1 (H_1) : ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 2 (H_2) : กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.17 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตัวแปรต้น

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและ กลยุทธ์การตลาดเชิง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ด้านการพยากรณ์ทาง การตลาด	ด้านการพัฒนาสถานที่ ท่องเที่ยว	ด้านการวิจัยทางการตลาด	ด้านการโฆษณา
สิ่งดึงดูดใจ	1.00						
สิ่งอำนวยความสะดวก	0.627**	1.00					
การเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	0.619**	0.702**	1.00				
ด้านการพยากรณ์ ทางการตลาด	0.460**	0.422**	0.419*	1.00			
ด้านการพัฒนา สถานที่ท่องเที่ยว	0.499**	0.472**	0.520**	0.438**	1.00		
ด้านการวิจัยทาง การตลาด	0.441**	0.449**	0.476**	0.407**	0.857**	1.00	
ด้านการโฆษณา	0.355**	0.357**	0.318**	0.214**	0.291**	0.297**	1.00

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.297 - 0.857 ซึ่งค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper and Schindle, 2006) แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง Multicollinearity จึงสามารถศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรอิสระทั้งหมดที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม ได้การทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระทั้งหมดคือมีตัวใดตัวหนึ่งซึ่งสามารถอธิบายองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 วิเคราะห์ตัวแปรอิสระทั้งหมดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการสมการพยากรณ์ ดังตารางที่ 4.18 – 4.19

ตารางที่ 4.18 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.225	.163		13.651	.000
	ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.175	.050	.197	3.513	.000
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.112	.049	.142	2.289	.023
	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.215	.043	.305	4.981	.000

R = 0.565 R² = 0.320 Adj R² = 0.318 F = 0.42343 Sig = 0.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

R แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R² แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

SE_{est} แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

F แทนสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบ นัยสำคัญของ 3

จากตาราง 4.18 พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H₀) หมายความว่าจากผลการวิจัยพบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (3A's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพรในด้านสิ่งดึงดูดใจ (Sig. = 0.000) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.023) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Sig. = 0.000)

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 2.225 + 0.175 (\text{ด้านสิ่งดึงดูดใจ}) + 0.112 (\text{ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก}) + 0.215 (\text{ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว})$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Y^{\wedge} = .197 (\text{ด้านสิ่งดึงดูดใจ}) + .142 (\text{ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก}) + 0.305 (\text{ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว})$$

ตารางที่ 4.19 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1 (Constant)	1.018	.249		4.090	.000
ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด	.060	.050	.197	3.513	.181
ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว	.810	.049	.142	2.289	.000
ด้านการวิจัยทางการตลาด	-.354	-.072	-.379	-4.888	.000
ด้านการโฆษณา	.236	.046	.216	5.153	.000

R = 0.518 R² = 0.268 Adj R² = 0.267 F = 0.29423 Sig = 0.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

R แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R² แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

SE_{est} แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

F แทนสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบ
นัยสำคัญของ 3

จากตาราง 4.19 พบว่า กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H₀) หมายความว่าจากผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ในด้านการพยากรณ์ทางการตลาด (Sig. = 0.181) ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว (Sig. = 0.000) ด้านการวิจัยทางการตลาด (Sig. = 0.000) ด้านการโฆษณา (Sig. = 0.000)

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 1.018 + .810 (\text{ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว}) - .354 (\text{ด้านการวิจัยทางการตลาด}) + .236 (\text{ด้านการโฆษณา})$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Y^{\wedge} = .142 (\text{ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว}) - .379 (\text{ด้านการวิจัยทางการตลาด}) + .216 (\text{ด้านการโฆษณา})$$

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ประชากรคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร อายุ 18 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบจำนวนแน่นอน คำนวณด้วยสูตร Cochran (1977) ได้จำนวน 385 คน โดยผู้วิจัยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและทดสอบหาค่าประสิทธิผลเชื่อมั่น ได้เท่ากับ 0.893 โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ โดยมีหัวข้อต่างๆ ที่จะนำเสนอต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาผลการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนำเสนอได้เป็น 4 ส่วน คือ ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 มีอายุ 18 - 30 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ประสพการณ์ในการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดินทางมาท่องเที่ยว ครั้งแรก จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ช่องทางการรับรู้ข้อมูล เพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2

5.1.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.51) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ อำเภอปะทิวมีเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งมายาวนาน ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.80) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับอำเภอปะทิวมีชายหาดที่สวยงามหลากหลายแห่ง ($\bar{X}=4.10$, S.D.=0.77) รองลงมา การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.65) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ อำเภอปะทิวมีป้ายบอกทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวทุกชายหาด ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.82) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับชายหาดในอำเภอปะทิวมีเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง ($\bar{X}=4.11$, S.D.=0.82) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=4.14$, S.D.=0.58) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ ชายหาดในอำเภอปะทิวมีการจัดการที่จัดสรรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ($\bar{X}=4.19$, S.D.=0.81) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับชายหาดในอำเภอปะทิวมีร้านค้าจัดจำหน่ายอุปกรณ์ Safety ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.86)

5.1.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่าระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร โดยพิจารณาระดับความคิดเห็นเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการโฆษณา ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.42) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณาเป็นระยะ ($\bar{X}=4.45$, S.D.=0.61) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับมีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.63) รองลงมา ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด ($\bar{X}=4.36$, S.D.=0.45) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในพื้นที่ ($\bar{X}=4.43$, S.D.=0.66) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(\bar{X} =4.28 , S.D.=0.73) รองลงมา ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว (\bar{X} =4.34 , S.D.=0.44) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลมิให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม (\bar{X} =4.39 , S.D.=0.75) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเกี่ยวกับส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว (\bar{X} =4.31 , S.D.= 0.66) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการวิจัยทางการตลาด (\bar{X} =4.28 , S.D.=0.49) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ สินค้าและบริการ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน (\bar{X} =4.34, S.D.=0.65) และระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดท่านมีความประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร (\bar{X} =4.27 , S.D.=0.73)

5.1.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ ท่านชอบเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร (\bar{X} =4.34 , S.D.=0.65)) และท่านยินดีแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ให้กับคนรู้จัก (\bar{X} =4.29 , S.D.=0.67) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ได้มีการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าสถิติโดยรวมอยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานที่ 1 พบว่าศักยภาพการท่องเที่ยว (3A's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพรในด้านสิ่งดึงดูดใจ(Sig. = 0.000) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.023) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว(Sig. = 0.000) สอดคล้องกับสมชาย เลียงพรพรรณ (2547) กล่าวว่า ความพร้อมของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แต่ละแห่งที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เช่นความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมคุณค่าและความสำคัญการตอบรับของประชาชนในท้องถิ่น และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพด้านท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านพื้นที่ที่มีความดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะความเป็น

เอกลักษณ์ ด้านการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และด้านกิจกรรมและกระบวนการที่หลากหลาย ซึ่งชูสิทธิ์ ชูชาติ (2553) กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวในมุมมองที่มีความสำคัญและต้องคำนึงถึง ประกอบด้วย 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 3. การเข้าถึง (Accessibilities) ที่ต้องมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมและการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นไปในแนวทางเดียวกับวาสนา สุวรรณวิจิตร (2564) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่าพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยพบว่า สินค้าที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในพื้นที่สนใจคืออาหารซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกไปท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ของ เช่นเดียวกับ Sophonsiri (2011) พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการและต้องประสงค์ของการท่องเที่ยว แนวทางเดียวกับ ณรงค์ พลธิรักษ์ และ ปริญญา นาคปทุม (2560) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการวางแผนการเดินทางและการพัฒนาการท่องเที่ยว และการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้า สอดคล้องกับวรรณพร วะสุวรรณ (2564) พบว่าปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวพบว่าสิ่งดึงดูดใจการเข้าถึงความปลอดภัยและการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันวาย

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ได้แก่ ด้านการพยากรณ์ทางการตลาดด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการวิจัยทางการตลาด ด้านการโฆษณา มีค่าสถิติโดยรวมอยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานที่ 2 พบว่ากลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด (Sig. = 0.181) ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว (Sig. = 0.000) ด้านการวิจัยทางการตลาด (Sig. = 0.000) ด้านการโฆษณา (Sig. = 0.000) ซึ่งหลักแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงสร้างสรรค์ของ สุทธิชัย ปัญญาโรจน์ (2556) เรื่อง การกำหนดราคา (Price) ที่สามารถถูกค้ำทุกระดับสามารถเข้าถึงและรู้สึกภูมิใจที่ครอบครองสินค้าหรือบริการที่จัดจำหน่าย รวมถึงการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้วยการประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อ และการใช้กิจกรรมเพื่อการตลาดเชิงสร้างสรรค์ได้ เช่นเดียวกับ อรไท ครุฑเวช และ สุวณิช ชัยนาท (2561) พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับทรัพยากรเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนและการอนุรักษ์โดยทรัพยากรประมงของจังหวัดภูเก็ตสามารถนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เชื่อมโยงกับชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดภูเก็ตได้ และวรรณพร วะสุวรรณ (2564) พบว่าความรู้ความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกและพฤติกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันวาย สอดคล้องกับอำนาจ รักษาพลและคณะ (2560) ศึกษาเรื่องการพัฒนาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดชุมพร พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่า การได้เรียนรู้และได้สัมผัสธรรมชาติแรงงูใจในการมาเยือน นิยมกิจกรรมการถ่ายภาพ และเดินศึกษาธรรมชาติโดยรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในด้านผู้คนมีอัธยาศัยมิตรไมตรีดีและความเชื่อและศรัทธาตอพลเรือนเอกพระเจ้าบรมวงเธอกรมมาหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ขณะที่ในด้านความสนใจเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลที่ได้ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวและสนใจมาเยือนโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

จากข้อค้นพบการวิจัยเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ดังต่อไปนี้

5.3.1.1 ผู้วิจัยท่านอื่น ๆ รวมทั้งบุคคลทั่วไป ผู้ที่สนใจ ทราบผลของการรับรู้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร

5.3.1.2 สามารถนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

5.3.1.3 เพื่อเป็นแนวทาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลวางแผนการจัดการกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

5.3.2 ข้อเสนอแนะวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่ผ่านมา ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจำกัดต่างๆ และวิธีการที่จะพัฒนางานวิจัยนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

1. ควรจัดกิจกรรมด้านการอนุรักษ์อย่างต่อเนื่องในชุมชนใกล้เคียงชายฝั่งทะเลโดยดำเนินการร่วมมือกับหน่วยงานด้านการอนุรักษ์ต่างๆ

2. พัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร โดยพิจารณาจากศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ระยะทาง การเดินทาง ที่สามารถเชื่อมต่อสถานที่ท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย การส่งต่อนักท่องเที่ยวและความสัมพันธ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางทะเล เพื่อสร้างแรงงูใจทางการท่องเที่ยว ควบคู่กับการพัฒนาระบบโฆษณาและสื่อต่าง ๆ

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดชุมพร กองข่าวสารท่องเที่ยว. (2562). สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2561). ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร
- ณรงค์ พลธีรักษ์ และ ปริญญา นาคปฐม. (2560). การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดร.สุทธิชัย ปัญญาโรจน์. (2556). กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์
- ธนวรรณ ดอกจันทร์. (2559). การพัฒนาตัวบ่งชี้มูลค่าทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะท่องเที่ยวทางทะเลของไทย. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิตติยา ทองเสนอ. (2560). ศักยภาพทรัพยากรนิเวศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง. สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- น้ำผึ้ง นาพันธ์. (2561). พฤติกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเลของประชาชนในชุมชนวัดช่องลม ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รุ่งรติศ เมืองลือ. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานีปีที่ 11 ฉบับพิเศษ. มหาวิทยาลัยดุสิตธานีพัทยา
- วรรณพร วะสุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วาสนา สุวรรณวิจิตร. (2564). รูปแบบการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. ปีที่16 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2564 : มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว.
- วิภา ศรีระหุ. (2551). ด้านการมีส่วนร่วม.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย. (2542). รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนด นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย.
- สุทธิชัย ปัญญาโรจน์. (2556) ส่วนปรสมทางการตลาด.
- สฤกษ์ แสงอรัญ. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ.
- เสรี เวชบุษกร. (2538). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุชาติ อินกล้า.(2560). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนหอยสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง. วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง
- สมชาย เลี้ยงพรพรรณ. (2547). หน้า 12 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดชุมพร. (2556). ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร
- อมรรัตน์ พรหล่อ. (2555). การท่องเที่ยว
- อรไท ครุฑเวช และ สุวณิช ชัยนาท. (2561). การท่องเที่ยวสีคราม (Blue Tourism) รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่เพื่อการรองรับเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน. วารสารวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- อำนาจ รักษาพล เบญจมาศ ณ ทองแก้ว จุฑามาส เฟิงโคณา ชลตรงค์ ทองสง และ บุญศิลป์ จิตคะประพันธ์.(2560). การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดชุมพร. สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรอำเภอละแม จังหวัดชุมพร

ภาษาอังกฤษ

- Cochran, W. G. (1997). Sampling techniques. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons: Windows Operating System.
- Eizabeth Boo. (1991). การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามการวิจัยชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมพรผ่านช่องทางใดมากที่สุด

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใดโปรดสอบถามข้าพเจ้านางสาว ภูมรินทร์ นิลรอด หมายเลขโทรศัพท์ 099-4812366 อีเมล 63205067@kmitl.ac.th

ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

นางสาวภูมรินทร์ นิลรอด

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง และกรอกข้อความตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. อายุ 18 – 30 ปี 2. อายุ 31 – 40 ปี
 3. อายุ 41 – 50 ปี 4. อายุ 51 – 60 ปี
 5. อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

1. นักเรียน / นักศึกษา 2. ข้าราชการ
 3. เกษตรกร 4. ธุรกิจส่วนตัว
 5. อื่น ๆ

4. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. 15,001 – 30,000 บาท
 3. 30,001 – 45,000 บาท 4. มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป

5. ท่านมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

1. ครั้งแรก 2. 2 – 3 ครั้ง
 3. 4 – 5 ครั้ง 4. มากกว่า 5 ครั้ง

6. ช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมพรผ่านช่องทางใดมากที่สุด

1. เว็บไซต์ 2. เพื่อน / คนรู้จัก
 3. สื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุดดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสิ่งดึงดูด					
1. เกาะไข่มุกเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงที่สุดในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร					
2. อำเภอปะทิวมีชายหาดที่สวยงามหลากหลายแห่ง					
3. อำเภอปะทิวมีกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งหลากหลายแบบ					
4. อำเภอปะทิวมีเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งมาช้านาน					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีห้องน้ำรับรองนักท่องเที่ยว					
2. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีร้านค้าจัดจำหน่ายอุปกรณ์ Safety					
3. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีร้านค้าให้บริการอย่างหลากหลาย เช่น ร้านอาหาร ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการท่องเที่ยว					
4. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีการจัดการที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง					
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง ของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ชายหาดในอำเภอปะทิวมี เส้นทางในการเดินทางเข้าถึง หลายเส้นทาง					
2. อำเภอปะทิวบริการขนส่ง นักท่องเที่ยวเพื่อเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก					
3. อำเภอปะทิวมีป้ายบอกทางเข้า แหล่งท่องเที่ยวทุกชายหาด					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง
ของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงของท่าน
มากที่สุดดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิง สร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชายฝั่งของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด					
1. มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่					
2. มีการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ใน โซเชียลมีเดียต่างๆ					
3. มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร					
ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว					
1. ส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการ ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิง สร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชายฝั่งของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลมิให้ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม					
3. มีเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความ สะดวกและปลอดภัย					
4. มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวร่วมกันรักษา สภาพแวดล้อมของชายหาด					
ด้านการวิจัยทางการตลาด					
1.ความประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัด ชุมพร					
2.สินค้าและบริการ เช่น ความสวยงามของ ธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน					
3.แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง					
ด้านการโฆษณา					
1. มีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร					
2. มีศูนย์บริการแหล่งท่องเที่ยวคอยให้ คำปรึกษา					
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณา เป็นระยะ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุดดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง ของอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ทุกครั้งที่ต้องการท่องเที่ยวจะ เดินทางมาที่อำเภอปะทิว จังหวัด ชุมพร เป็นที่แรก					
2. ท่านยินดีแนะนำแหล่งท่องเที่ยว อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ให้กับ คนรู้จัก					
3. ท่านชอบเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร กับ ครอบครัว					
4. ท่านชอบเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยว ต่างๆอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร					
5. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทำให้ ท่านได้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วม เดินทาง					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข.
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ
จดหมายที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. ดร.กิตติ แก้วเขียว

ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สจล. วิทยาเขตชุมพร

2. ผศ.ดร.จิตาภา ถิรศิริกุล

ตำแหน่งคณบดีคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

3. ดร.ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล

ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” โดยนางสาวภุมรินทร์ นิลรอด รหัสประจำตัว 63205067 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวภุมรินทร์ นิลรอด)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

ดร. กิตติ

ศอว. ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา

นางสาวกมลรินทร์ นิลรอด

รหัสนักศึกษา

63205067

หัวข้อวิทยานิพนธ์

“ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

รับแก้ไขตามคำแนะฯ วันที่ ๒๐/๑๒/๒๕๖๓

ลงชื่อ

กมลรินทร์ นิลรอด

(ดร. กมลรินทร์ นิลรอด)

วันที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” โดยนางสาวภุมรินทร์ นิลรอด รหัสประจำตัว 63205067 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนิก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวภุมรินทร์ นิลรอด)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

ผศ.ดร.จิตาภา ทิระกุล

คณะบดีคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวภุมรินทร์ นิลรอด
รหัสนักศึกษา 63205067
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”
ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ

จิดาภา

(ผศ.ดร.จิดาภา ธิรศิริกุล)

วันที่

19 /06/65



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

กล
วัต
ตร
พร
ยัที่

นักศึกษา นางสาวกมลรินทร์ นิลรอด
รหัสนักศึกษา 63205067
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ศึกษาภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....
.....
.....
.....


วัน

ลงชื่อ *ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล*

(ดร.ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล)

วันที่ 19/06/65

ม



ภาคผนวก ค

ค่าคุณภาพของเครื่องมือ

1. ค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC
2. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC

แบบสรุปลการทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(Testability of Item Variable Congruence Index : IOC)

เรื่อง “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่าIOC	ความหมาย
		1	2	3		
1.เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ข้อมูลทั่วไป					
	1. เพศ	1	1	1	1	ใช้ได้
	2. อายุ	1	1	1	1	ใช้ได้
	3. อาชีพ	1	1	1	1	ใช้ได้
	4. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	1	1	1	1	ใช้ได้
	5. ท่านมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่ง อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	1	1	1	1	ใช้ได้
6. ช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมพรผ่านช่องทางใดมากที่สุด	1	1	1	1	ใช้ได้	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว
จังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่าIOC	ความหมาย
		1	2	3		
2. เพื่อศึกษาระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชายฝั่งของอำเภอปะ ทิว จังหวัดชุมพร	ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
	1. เกาะไข่มุกเป็นเกาะที่มี ชื่อเสียงที่สุดในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	1	1	1	1	1
	2. อำเภอปะทิวมีชายหาดที่ สวยงามหลากหลายแห่ง	1	1	1	1	1
	3. อำเภอปะทิวมีกิจกรรมเชิง อนุรักษ์ชายฝั่งหลากหลาย แบบ	1	1	1	1	1
	4. อำเภอปะทิวมีเรื่องเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชายฝั่งมายาวนาน					
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
	1. ชายหาดในอำเภอปะทิวมี ห้องน้ำรับรองนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	2. ชายหาดในอำเภอปะทิวมี ร้านค้าจัดจำหน่ายอุปกรณ์ Safety	1	1	1	1	1
	3. ชายหาดในอำเภอปะทิวมี ร้านค้าให้บริการอย่าง หลากหลาย เช่น ร้านอาหาร ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการ ท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	4. ชายหาดในอำเภอปะทิวมี การจัดการที่จอดรถในแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง	1	1	1	1	1
	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่าIOC	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์		1	2	3		ความ หมาย
	ด้านเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
	1. ชายหาดในอำเภอปะทิวมีเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง	1	1	1	1	1
	2. อำเภอปะทิวบริการขนส่งนักท่องเที่ยวเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	1	1	1	1	1
	3. อำเภอปะทิวมีป้ายบอกทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวทุกชายหาด	1	1	1	1	1

ตอนที่3ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่าIOC	ความ หมาย
		1	2	3		
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด					
	1. มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในพื้นที่	1	1	1	1	1
	2. มีการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ในโซเชียลมีเดียต่างๆ	1	1	1	1	1
	3. มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	1	1	1	1	1
	ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	1. ส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1	1
	2. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลมิให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม	1	1	1	1	1
	3. มีเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย	1	1	1	1	1
	4. มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมของชายหาด	1	1	1	1	1
	ด้านการวิจัยทางการตลาด					
	1. ความประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	1	1	1	1	1
	2. สินค้าและบริการ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน	1	1	1	1	1
	3. แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	1	1	1	1	1
	ด้านการโฆษณา					
	1. มีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	1	1	1	1	1
	2. มีศูนย์บริการแหล่งท่องเที่ยวคอยให้คำปรึกษา	1	1	1	1	1
	3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณาเป็นระยะ	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิวจังหวัด

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่าIOC	ความหมาย
		1	2	3		
เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร					
	1. ทุกครั้งที่ต้องการท่องเที่ยวจะเดินทางมาที่อำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร เป็นที่แรก	1	1	1	1	1
	2. ท่านยินดีแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ให้กับคนรู้จัก	1	1	1	1	1
	3. ท่านชอบเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร กับครอบครัว	1	1	1	1	1
	4.ท่านชอบเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	1	1	1	1	1
	5. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทำให้ท่านได้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทาง	1	1	1	1	1

ผลการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้านความเชื่อมั่น

“ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

ค่าความถี่เชื่อมั่นแบบสอบถาม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.893	.891	29

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ร้อยละ

Statistics							
		เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ช่องทางในการรับรู้ข้อมูล
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		1.45	1.66	1.98	1.75	1.94	1.98
Std. Deviation		.498	.981	1.226	.911	1.020	.706

เพศ						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	ชาย	222	55.5	55.5	55.5	
	หญิง	178	44.5	44.5	100.0	
	Total	400	100.0	100.0		

อายุ						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	18 - 30 ปี	238	59.5	59.5	59.5	
	31 - 40 ปี	99	24.8	24.8	84.3	
	41 - 50 ปี	33	8.3	8.3	92.5	
	51 - 60 ปี	22	5.4	5.4	98.0	
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	8	2.0	2.0	100.0	
	Total	400	100.0	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	นักเรียน / นักศึกษา	218	54.5	54.5	54.5
	ข้าราชการ	54	13.5	13.5	68.0
	เกษตรกร	55	13.8	13.8	81.8
	ธุรกิจส่วนตัว	66	16.5	16.5	98.3
	อื่น ๆ	7	1.8	1.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

รายได้ต่อเดือน					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 15,000 บาท	204	51.0	51.0	51.0
	15,001 – 30,000 บาท	116	29.0	29.0	80.0
	30,001 – 45,000 บาท	56	14.0	14.0	94.0
	มากกว่า 45,001 บาท	24	6.0	6.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ครั้งแรก	169	42.3	42.3	42.3
	2 – 3 ครั้ง	139	34.8	34.8	77.0
	4 – 5 ครั้ง	40	10.0	10.0	87.0
	มากกว่า 5 ครั้ง	52	13.0	13.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่องทางในการรับรู้ข้อมูล					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เว็บไซต์	104	26.0	26.0	26.0
	เพื่อน / คนรู้จัก	201	50.2	50.2	76.3
	สื่อสังคมออนไลน์	95	23.8	23.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ศักราชแหล่งท่องเที่ยว Statistics						
สิ่งดึงดูดใจ		เกาะไข่มุกเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงในอำเภอปะทิวจังหวัดชุมพร	อำเภอปะทิวมีชายหาดที่สวยงามหลากหลายแห่ง	อำเภอปะทิวมีกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งหลากหลายแบบ	อำเภอปะทิวมีเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งมายาวนาน	สิ่งดึงดูดใจ
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.21	4.10	4.14	4.23	4.1700
Std. Deviation		.771	.774	.760	.802	.51861

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Statistics						
สิ่งอำนวยความสะดวก						
		ชายหาดใน อำเภอปะทิวมี ห้องน้ำรับรอง นักท่องเที่ยว	ชายหาดใน อำเภอปะทิวมี ร้านค้าจัด จำหน่าย อุปกรณ์ Safety	ชายหาดใน อำเภอปะทิวมี ร้านค้า ให้บริการ อย่าง หลากหลาย เช่น ร้านอาหาร ร้านขาย อุปกรณ์ สำหรับการ ท่องเที่ยว	ชายหาดใน อำเภอปะ ทิวมีการ จัดการที่ จอดรถใน แหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยว อย่าง พอเพียง	สิ่ง อำนวยความสะดวก
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.15	4.07	4.16	4.19	4.1419
Std. Deviation		.752	.864	.786	.819	.58035

Statistics					
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
		ชายหาดใน อำเภอปะทิวมี เส้นทางในการ เดินทางเข้าถึง หลายเส้นทาง	อำเภอปะทิวบริการ ขนส่งนักท่องเที่ยว เพื่อเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวได้อย่าง สะดวก	อำเภอปะทิวมี ป้ายบอกทางเข้า แหล่งท่องเที่ยว ทุกชายหาด	การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว
N	Valid	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.11	4.17	4.20	4.1592
Std. Deviation		.823	.865	.823	.65482

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์					
Statistics					
การพยากรณ์ทางการตลาด					
		มีการสนับสนุนหรือจัดให้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในพื้นที่	มีการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ในโซเชียลมีเดียต่างๆ	มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	การพยากรณ์ทางการตลาด
N	Valid	399	400	400	400
	Missing	1	0	0	0
Mean		4.43	4.40	4.28	4.3658
Std. Deviation		.668	.668	.728	.45919

Statistics						
การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว						
		ส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลให้แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงสื่อโซเชียล	3. มีเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกและปลอดภัย	มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมของชายหาด	การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.32	4.39	4.34	4.32	4.3419
Std. Deviation		.662	.748	.696	.716	.44549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Statistics					
การวิจัยทางการตลาด					
		ท่านมีความประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	สินค้าและบริการ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	การวิจัยทางการตลาด
N	Valid	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.27	4.30	4.30	4.2892
Std. Deviation		.737	.809	.723	.49390

Statistics					
การโฆษณา					
		มีป้ายแสดงข้อมูลเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	มีศูนย์บริการแหล่งท่องเที่ยว คอยให้คำปรึกษา	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณาเป็นระยะ	การโฆษณา
N	Valid	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.33	4.42	4.45	4.3983
Std. Deviation		.637	.674	.615	.42243

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Statistics							
		ทุกครั้งที่ต้องการท่องเที่ยวจะเดินทางมาที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นที่แรก	ท่านยินดีแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ให้กับคนรู้จัก	ท่านชอบเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร กับครอบครัว	ท่านชอบเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทำให้ท่านได้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทาง	พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชายฝั่งของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.32	4.29	4.29	4.34	4.34	4.3170
Std. Deviation		.707	.679	.757	.657	.657	.46113

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Correlations									
sumG	Pearson Correlation	.355**	.357**	.318**	.214**	.291**	.297**	1	.344**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
sumH	Pearson Correlation	.475**	.480**	.527**	.294**	.547**	.380**	.344**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.225	.163		13.651	.000
	ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.175	.050	.197	3.513	.000
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.112	.049	.142	2.289	.023
	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.215	.043	.305	4.981	.000
R = 0.565 R ² = 0.320 Adj R ² = 0.318 F = 0.42343 Sig = 0.000						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.018	.249		4.090	.000
	ด้านการพยากรณ์ทางการตลาด	.060	.050	.197	3.513	.181
	ด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว	.810	.049	.142	2.289	.000
	ด้านการวิจัยทางการตลาด	-.354	-.072	-.379	-4.888	.000
	ด้านการโฆษณา	.236	.046	.216	5.153	.000
R = 0.518 R ² = 0.268 Adj R ² = 0.267 F = 0.29423 Sig = 0.000						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติย่อผู้ศึกษา

ประวัติย่อการศึกษา

ชื่อ - ชื่อสกุล	นางสาวภุมรินทร์ นิลรอด
วัน เดือน ปีเกิด	25 สิงหาคม 2542
เบอร์โทร	099 - 4812366
สถานที่เกิด	อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	176/10 ถ.ลูกเสือ ต.หลังสวน อ.หลังสวน จ.ชุมพร
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2561	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคโนโลยีชุมพร บริหารธุรกิจ สาขา การตลาด
พ.ศ.2563	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยอาชีวศึกษา ชุมพร สาขา การตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้