

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ธันวาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
ธันวาคม 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

STRATEGIES TO PROMOTE CULTURAL TOURISM OF PETCHABURI PROVINCE THROUGH
THE TRAILS OF TRAVEL POETRY: NIRAS MEUNG PETCH BY SUNTHONPHU,
A RENOWNED POET



A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of philosophy Degree in Tourism and Hotel Management
December 2023
Copyright 2023 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ของ ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ดร. พกามาศ ชัยรัตน์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ชวลีย์ ณ ถลาง)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุมนะ เตชะคณา)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา
(ดร. ณัฐรินทร์ ปวิวงศ์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. รักษิต สุทธิพงษ์)

- เรื่อง:** ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
- ผู้วิจัย:** ยุทธภูมิ สุวรรณเวช, วิทยานิพนธ์: ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม),
มหาวิทยาลัยพะเยา, 2566
- อาจารย์ที่ปรึกษา:** รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ชวลี ฌ
กลาง รองศาสตราจารย์ ดร. ชุมนะ เตชะคนา
- คำสำคัญ:** การส่งเสริมการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ตามรอยกวีนิพนธ์, นิราศเมืองเพชร
, กวีเอกสุนทรภู่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2) ศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 3) ศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 4) แสวงหาแนวทางในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เป็นวิธีวิจัยเชิงผสม ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ t-Test, F-Test, ANOVA และค่าไคสแควร์ (Chi-square Test) การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ กลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 4 ภาคส่วน จำนวน 30 คน ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก แบบมีโครงสร้างวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แตกต่างกัน 2) องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ทั้งในส่วนองภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ พบว่า ส่วนใหญ่ได้มีแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ทั้ง 10 ด้าน ให้ดีขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด 4) แนวทางในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบโมเดล POETRY เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ต่อไป

Title: STRATEGIES TO PROMOTE CULTURAL TOURISM OF PETCHABURI PROVINCE THROUGH THE TRAILS OF TRAVEL POETRY: NIRAS MEUNG PETCH BY SUNTHONPHU, A RENOWNED POET

Author: Yutthapoom Suwannavej, Dissertation: Ph.D. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2023

Advisor: Associate Professor Dr. Seri Wongmonta Co–advisor Associate Professor Chawalee Na thalang Associate Professor Dr. Jusana Techakana

Keywords: Tourism Promotion, Cultural Tourism, Following in The Footsteps of Poetry, Nirat Muang Phet, Poet Sunthorn Phu

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the marketing potential of cultural tourism in Phetchaburi Province based on the poet Sunthornphu's Nirat Mueang Phet anthology; 3) to study tourists' perceptions of cultural tourism in Phetchaburi Province based on the Nirat Mueang Phet and their behavior with regard to it; and 4) to ascertain guidelines for managing the marketing mix (the 10 P's) of cultural attractions in Phetchaburi province that are linked to the Nirat Mueang Phet. This research employed mixed research methods, including quantitative research. The sample group for the quantitative research comprised 400 Thai tourists traveling in Phetchaburi Province. A questionnaire was used to analyze the data and a statistical program was used to test the hypothesis using inferential statistics, including the t–test, F–test, ANOVA and chi–square test. The sample group for the qualitative research consisted of 30 people involved in the development and promotion of tourism in four sectors, using in–depth interviews and structured content analysis.

The results show that 1) tourist behaviors with regard to cultural tourism based on the Nirat Mueang Phet vary by sex, age, education, status, occupation and monthly income; 2) Most respondents in the public sector, the private sector, the community sector, and among academics suggested guidelines for improving the ten key elements of tourism (the 10 A's) for cultural attractions in Phetchaburi Province linked to the Nirat Mueang Phet and making them more widely known; 3) Thai tourists traveling in Phetchaburi Province provided their perceptions of cultural tourism based on the Nirat Mueang Phet and information about their behavior with regard to it; 4) Guidelines were proposed for marketing mix management (the 10 P's) of cultural tourist attractions based on the Nirat Mueang Phet in the form of a POETRY model to develop and promote cultural tourism based on the Nirat Mueang Phet.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา รองศาสตราจารย์
ชวลีย์ ณ ถลาง และรองศาสตราจารย์ ดร.ชอุณห เตชคณา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เป็น
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยให้การดูแลให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี และกราบ
ขอบพระคุณ ดร.พγμαมาศ ชัยรัตน์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
รวมไปถึงแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในงานวิจัยในชั้นนี้ได้รับการเติมเต็มมากขึ้น และ
ขอขอบคุณ ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร ในฐานะกรรมการจากบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้ช่วยให้
คำแนะนำ และนางสาวศุภวรรณ กุศลธรรมรัตน์ ผู้ที่คอยช่วยเหลือและปรับงานวิจัยเล่มนี้ให้มี
ความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยพะเยาที่มอบทุนอุดหนุนการทำ
วิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา 2566

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติพี่น้องของข้าพเจ้าที่ช่วย
อบรมสั่งสอน ผู้ที่คอยให้กำลังใจและสร้างแรงบันดาลใจให้ข้าพเจ้าได้ประสบความสำเร็จในครั้งนี้

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย	6
วัตถุประสงค์การวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	10
บทที่ 2 เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ	11
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	20
ส่วนประสมการตลาดบริการ (10P)	26
การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	33
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	35
แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว	36

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของวรรณคดีที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	51
แนวคิดเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์	83
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix	102
ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเพชรบุรี	107
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	115
กรอบแนวคิดการวิจัย	132
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	133
การวิจัยเชิงคุณภาพ	133
การวิจัยเชิงปริมาณ	138
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	138
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	140
การวิเคราะห์ข้อมูล	143
สรุปขั้นตอนการวิจัย	145
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	146
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	147
การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)	148
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทร ภู่	325
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	343
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	344
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ..	346
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix)	349
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัด เพชรบุรี	362

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	369
บทที่ 5 บทสรุป	472
สรุปผลการวิจัย	472
การอภิปรายผลการวิจัย.....	484
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	518
บรรณานุกรม	520
ภาคผนวก	525
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย	526
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	533
ภาคผนวก ค ผู้ให้ข้อมูลหลัก	541
ภาคผนวก ง การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบทดสอบ (Content Validity Rest)	544
ภาคผนวก จ ภาพการลงพื้นที่ตามนิราศเมืองเพชร	557
ภาคผนวก ฉ เกียรติบัตร	563
ประวัติผู้วิจัย	565



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนการตอบแบบสอบถาม.....	143
ตาราง 2 เกณฑ์การแปลผล	143
ตาราง 3 แสดงผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	148
ตาราง 4 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์	284
ตาราง 5 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ ของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการขาย 286	
ตาราง 6 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการตลาด ทางตรง.....	287
ตาราง 7 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ ของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการตลาด โดยการจัดกิจกรรมพิเศษ	289
ตาราง 8 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	291
ตาราง 9 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านสิ่งดึงดูดใจหรือ แหล่งท่องเที่ยว.....	293
ตาราง 10 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้าน กิจกรรม.....	296

ตาราง 11 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านที่พัก	298
ตาราง 12 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก	301
ตาราง 13 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการ รับรู้.....	303
ตาราง 14 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการ ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว.....	306
ตาราง 15 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้าน ลักษณะที่ปรากฏ.....	308
ตาราง 16 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านความ เชื่อมั่น.....	310
ตาราง 17 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการ เห็นคุณค่า.....	313
ตาราง 18 แสดงสรุปปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis.....	318
ตาราง 19 แสดงการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้เทคนิค TOWS Matrix Analysis ยุทธศาสตร์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	320
ตาราง 20 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวี เอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strength + Opportunity)	325

ตาราง 21 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strength + Threats).....	329
ตาราง 22 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Weakness + Opportunity)	333
ตาราง 23 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงรับ (WT: Weakness + Threat).....	338
ตาราง 24 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่.....	342
ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	344
ตาราง 26 แสดงข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว.....	346
ตาราง 27 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม	350
ตาราง 28 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (Product).....	351
ตาราง 29 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา (Price).....	352
ตาราง 30 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	353
ตาราง 31 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	354
ตาราง 32 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านบุคคล (People).....	355
ตาราง 33 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	356
ตาราง 34 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกระบวนการ (Process)	357

ตาราง 35 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services).....	358
ตาราง 36 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically)	360
ตาราง 37 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสามารถ (Proficiency)	361
ตาราง 38 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม	362
ตาราง 39 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว.....	363
ตาราง 40 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิต	365
ตาราง 41 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านสถานที่โดยรวม.....	366
ตาราง 42 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว	367
ตาราง 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่.....	369
ตาราง 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่.....	372
ตาราง 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทร ภู่.....	377

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทร ภู่.....	380
ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่.....	385
ตาราง 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทร ภู่.....	390
ตาราง 49 แสดงผลสรุปภาพรวมความสัมพันธ์ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่.....	394
ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามเพศ.....	399
ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ.....	400
ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product).....	402
ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	403
ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	403
ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านบุคคล (People)	404
ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านกายภาพ (Physical Evidence).....	405
ตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านกระบวนการ (Process)	406

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอายุ ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services).....	407
ตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอายุ ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy).....	408
ตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอายุ ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy).....	409
ตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามการศึกษา.....	410
ตาราง 62 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามการศึกษา ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)...	411
ตาราง 63 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ.....	412
ตาราง 64 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product).....	413
ตาราง 65 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านราคา (Price).....	414
ตาราง 66 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place).....	414
ตาราง 67 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	415
ตาราง 68 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านบุคคล (People).....	415
ตาราง 69 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	416
ตาราง 70 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านกระบวนการ (Process)	416

ตาราง 71 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services).	417
ตาราง 72 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	417
ตาราง 73 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามสถานภาพ ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	418
ตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ	418
ตาราง 75 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	420
ตาราง 76 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านราคา (Price)	421
ตาราง 77 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	422
ตาราง 78 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	423
ตาราง 79 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านบุคคล (People).....	424
ตาราง 80 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	425
ตาราง 81 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านกระบวนการ (Process).....	426
ตาราง 82 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	427
ตาราง 83 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	428

ตาราง 84 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามอาชีพ ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	429
ตาราง 85 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	430
ตาราง 86 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	432
ตาราง 87 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านราคา (Price)	433
ตาราง 88 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	434
ตาราง 89 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	435
ตาราง 90 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านบุคคล (People)	436
ตาราง 91 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	437
ตาราง 92 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านกระบวนการ (Process)	438
ตาราง 93 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	
.....	439
ตาราง 94 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	440
ตาราง 95 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P)	
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	441

ตาราง 96 แสดงผลสรุปภาพรวมลักษณะส่วนบุคคลมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง การตลาด (10P) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	442
ตาราง 97 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามเพศ	448
ตาราง 98 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอายุ	449
ตาราง 99 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอายุ ด้านวัฒนธรรม ท้องถิ่นและวิถีชีวิต	450
ตาราง 100 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอายุ ด้านสถานที่ โดยรวม.....	451
ตาราง 101 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอายุ ด้าน แหล่งท่องเที่ยว.....	452
ตาราง 102 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามการศึกษา	453
ตาราง 103 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามสถานภาพ.....	454
ตาราง 104 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามสถานภาพ ด้าน ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	455
ตาราง 105 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามสถานภาพ ด้าน วัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	456

ตาราง 106 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามสถานภาพ ด้าน สถานที่โดยรวม	457
ตาราง 107 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามสถานภาพ ด้านแหล่ง ท่องเที่ยว	458
ตาราง 108 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอาชีพ	459
ตาราง 109 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอาชีพ ด้าน ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	460
ตาราง 110 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอาชีพ ด้าน วัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	461
ตาราง 111 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอาชีพ ด้านสถานที่ โดยรวม.....	462
ตาราง 112 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอาชีพ ด้าน แหล่งท่องเที่ยว	463
ตาราง 113 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน.....	464
ตาราง 114 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว.....	465

ตาราง 115 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต.....	466
ตาราง 116 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน ด้านสถานที่โดยรวม.....	467
ตาราง 117 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้าน แหล่งท่องเที่ยว.....	468
ตาราง 118 แสดงผลสรุปภาพรวมลักษณะส่วนบุคคลมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่	469
ตาราง 119 การวิเคราะห์ SWOT Analysis	479
ตาราง 120 การวิเคราะห์ TOWS Matrix	481
ตาราง 121 สรุปแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่.....	484



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's	28
ภาพ 2 วัดป่าเลไลยก์ที่ปรากฏในเสภาขุนช้างขุนแผน	54
ภาพ 3 จิตรกรรมฝาผนังเสภาขุนช้างขุนแผน	54
ภาพ 4 คุ่มขุนช้าง.....	55
ภาพ 5 การจัดแสดง ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในสมัยก่อนภายในคุ่มขุนช้าง	56
ภาพ 6 พระราชวังจันทร์ จังหวัดพิษณุโลก	57
ภาพ 7 วัดหน้าพระเมรุ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	58
ภาพ 8 ด่านเจดีย์สามองค์ จังหวัดกาญจนบุรี	59
ภาพ 9 พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี.....	59
ภาพ 10 หนุมานเนรมิตกายใช้หาง เป็นสะพานข้ามแม่น้ำมหานที	61
ภาพ 11 ยักษ์สุริยาภพและอินทรีชิตที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (ซ้าย).....	62
ภาพ 12 ยักษ์ทศกัณฐ์และสหัสเดชะที่วัดอรุณราชวราราม.....	63
ภาพ 13 อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง	64
ภาพ 14 หาดนางรำ เขตทหารเรือสัตหีบ จังหวัดชลบุรี	65
ภาพ 15 หาดปึกเตียน จังหวัดเพชรบุรี.....	66
ภาพ 16 ละคร บุปผะสันนิวาสน	67
ภาพ 17 อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	68
ภาพ 18 วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	69
ภาพ 19 วัดพุทไธศวรรย์	69
ภาพ 20 พระนารายณ์ราชนิเวศน์.....	70
ภาพ 21 พระที่นั่งไกรสรสีหราช	71

ภาพ 22 พระปรางค์สามยอด.....	71
ภาพ 23 บ้านหลวงรั้วราชทูต.....	72
ภาพ 24 สามก๊ก Three Kingdoms (2010).....	73
ภาพ 25 Casa di Julietta (บ้านของจูเลียต).....	76
ภาพ 26 Basilica di San Zeno Maggiore	77
ภาพ 27 หมู่บ้านเกษตรกรรมมาตามาตา (Matamata).....	80
ภาพ 28 Mt Aspiring National Park and Mt Ngauruhoe.....	81
ภาพ 29 ห้องอาหารในฮอกวอตส์ ณ มหาวิหารกลอสเตอร์ และ Warner Bros. Studio	82
ภาพ 30 ธนาคารกรีนกอดส์ Australia House และซานซลา 9 ¾ สถานีรถไฟไปฮอกวอตส์สถานีรถไฟคิงส์ครอส	82
ภาพ 31 วิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580.....	85
ภาพ 32 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2564).....	97
ภาพ 33 วัดเขาตะเครา และพระปฎิมาทองสำริด ณ ปัจจุบัน	108
ภาพ 34 วัดคู้ดตำหนัก ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีในปัจจุบัน	109
ภาพ 35 วัดบันไดทอง / คู้ดคดอ้อยวัดบันไดทอง จังหวัดเพชรบุรี	110
ภาพ 36 ทำน้ำที่วัดพลับพลายในปัจจุบัน.....	111
ภาพ 37 พระพุทธรูปไสยาสน์ วัดพระนอน ในปัจจุบัน.....	112
ภาพ 38 ต้นตาลโตนด และการทำน้ำตาลโตนดในปัจจุบัน.....	113
ภาพ 39 ถ้ำเขาหลวง ในปัจจุบัน.....	114
ภาพ 40 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	132
ภาพ 41 สรุปขั้นตอนการวิจัย	145
ภาพ 42 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	146
ภาพ 43 แนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	483

ภาพ 44 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 1	492
ภาพ 45 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 2	493
ภาพ 46 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 3	494
ภาพ 47 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 4	495
ภาพ 48 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 5	496
ภาพ 49 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 6	497
ภาพ 50 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 1	499
ภาพ 51 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 2	500
ภาพ 52 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 3	501
ภาพ 53 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 4	503
ภาพ 54 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 1	505
ภาพ 55 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 2	507
ภาพ 56 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 3	508
ภาพ 57 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 4	510
ภาพ 58 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 5	511
ภาพ 59 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 6	513
ภาพ 60 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) กลยุทธ์ที่ 1	515
ภาพ 61 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) กลยุทธ์ที่ 2	516
ภาพ 62 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) กลยุทธ์ที่ 3	518

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาและมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ที่ผ่านมารัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผกผันไปตามปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้ในอนาคตด้วยโอกาสและความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสถาปัตยกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมไปถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตของผู้คน และอภิมหาเมืองไตรมิตรที่ดึงดูดใจของคนไทย (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ทำให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากออกเดินทางไปสัมผัสกับความงดงามที่มีเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองไทยอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสนใจในการท่องเที่ยวพิเศษ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดทิศทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Special interest tourism) ตัวอย่างเช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวนำเสนอสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความสนใจในพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความสนใจพิเศษ ทำให้ทิศทางการท่องเที่ยวของไทยต้องปรับเปลี่ยนตลอดเวลา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ผลการสำรวจของนิตยสาร CEO World ซึ่งจัดอันดับประเทศที่มีวัฒนธรรมทรงอิทธิพลต่อโลก “World’s Best Countries for Cultural Heritage Influence, 2021” พบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับ TOP 5 ของโลก รองลงมาจากประเทศอิตาลี กรีซ สเปน และอินเดีย ตามลำดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) และผลสำรวจการท่องเที่ยวของไทยในปี 2563 สำหรับเมืองหลัก-เมืองรอง 10 อันดับแรกของเมืองหลักที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยท่ามกลางสถานการณ์โควิด 19 ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี ภูเก็ต สงขลา ประจวบคีรีขันธ์

กาญจนบุรี กระบี่ เพชรบุรี และนครราชสีมา โดยจังหวัด เพชรบุรีเป็น 1 ใน 10 เมืองหลักที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 13,549 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

จังหวัดเพชรบุรีตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองด่านสำคัญระหว่างภาคกลางและภาคใต้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเนื่องจากมีสภาพทางธรรมชาติและภูมิประเทศที่สวยงาม หลากหลาย ตลอดจนมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทยส่งผลให้มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่มีชื่อเสียงและยังคงธรรมชาติอันงดงามสมบูรณ์ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นในจังหวัดเพชรบุรี สามารถจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ เมือง 3 วัง คือ พระนครคีรี พระราชมราชนิเวศน์ และพระราชนิเวศมฤคทายวัน รวมถึงเมือง 3 ทะเล คือ ทะเลเมืงทราย ทะเลโคลน และทะเลหมอก นอกจากนั้น ยังเป็นเมือง 3 รส คือ รสหวานของตาลโตนด รสเค็มของเกลือสมุทร และรสเปรี้ยวของมะนาว (แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ. 2561-2565) จากวิสัยทัศน์ของจังหวัดเพชรบุรี ได้กล่าวถึง การสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงอนุรักษ์ ธรรมชาติและพัฒนาคิดใจไว้อย่างน่าสนใจว่า เมืองเพชรบุรี หรือเมืองพริบพลี เป็นเมืองหน้าด่านในสมัยโบราณ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ มรดกโลกอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ล่องเรือชมแม่น้ำเพชร สายน้ำสำคัญที่นำน้ำมาประกอบในพิธีพิพัฒน์สัตยา เล่ากันว่าน้ำในแม่น้ำเพชรมีรสหวาน มีแสงระยิบระยับในเวลาค่ำคืน เหมือนเพชรพลอย สมบัติแม่น้ำเพชร ท่องเที่ยวชมชนตลาดริมน้ำ ชมภาพวาดสะท้อนชุมชนคนไทยเชื้อสายจีน อ่านเรื่องสั้นของกวีซีไรต์ มนต์ จรรยาต์ ชิมขนมไทยโบราณ ชนมหวานเมืองเพชร สัมผัสวิถีชุมชน วัฒนธรรมเก่า ชื่นชมศิลปะสกุลช่างเมืองเพชร ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ สัมผัสเมืองเก่าเล่าเรื่องเมืองมรดกทางวัฒนธรรม เทียววัดชมวัง และงานปั้นเครื่องเคลือบศิลปะสมัยอยุธยา (สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี, 2561) อีกทั้งเพชรบุรียังเป็นจังหวัดหนึ่งในโครงการไทยแลนด์ริเวียร่า พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคใต้ตอนบน หรือถนนเลียบชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทย (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) โดยเริ่มตั้งแต่จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งทะเลที่มีความหรูหรา มีคุณภาพ และมีความหลากหลายเช่นเดียวกับริเวียร่าของประเทศฝรั่งเศส และริเวียร่าของประเทศอิตาลี เพื่อดึงดูดการลงทุนและการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวสู่ระดับนานาชาติ (มติชนออนไลน์, 2564)

ในด้านของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นนั้น มีแนวทางหลายรูปแบบหนึ่งในวิธีที่น่าสนใจ คือ การสร้างกระแสความนิยมด้วยการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏในบทประพันธ์มาเป็นจุดขายหรือการท่องเที่ยวตามรอย (Through

the Trails Tourism) ซึ่งจะสามารถกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยวรรณคดีหรือวรรณกรรมที่มีชื่อเสียงไปเยือนยังสถานที่ที่ได้รับอิทธิพลจากการชม การดู การฟัง และประทับใจในสถานที่ปรากฏในบทประพันธ์ดังกล่าวด้วยตนเอง วิธีการนี้จึงนับเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนจากมรดกทางวัฒนธรรมด้านวรรณกรรม หรือกวีนิพนธ์ สามารถสร้างเงิน สร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน และยกระดับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

ดังเช่นงานวิจัยเรื่อง การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพและคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรีได้เนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน เช่น การมีสถานที่จริงที่กล่าวถึงในวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนและยังปรากฏอยู่ในปัจจุบัน การสร้างคัมภีร์ขุนแผน บ้านขุนช้าง รูปจำลอง ภาพจิตรกรรมในวรรณกรรม ถนนสายสำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรีมีการตั้งชื่อตามตัวละครต่าง ๆ ในเรื่องขุนช้างขุนแผน ซึ่งมีความสอดคล้องตามแนวทางการใช้วรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยวและการดำเนินการที่ดีจะสามารถนำมาสร้างสรรค์และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงชุมชนในท้องถิ่นควรเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อเป็นการสร้างแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์วรรณกรรมขุนช้างขุนแผน อีกทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในด้านการนำวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพิ่มขึ้น เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี (อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, 2558)

กวีนิพนธ์เรื่อง “นิราศเมืองเพชร” ของกวีเอกสุนทรภู่แต่งขึ้นในปี พ.ศ. 2388 แต่นิราศเรื่องนี้มีการค้นพบฉบับลายมือเขียนเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2529 โดยศาสตราจารย์ภิธาน ล้อม เพ็งแก้ว ซึ่งจากเนื้อหาล้วนที่เพิ่มเติมขึ้นมาทำให้ทราบว่า บรรพชนฝ่ายมารดาของสุนทรภู่น่าจะเป็นชาวเมืองเพชรบุรี เส้นทางในนิราศเมืองเพชรเริ่มต้นเดินทางออกจากท่าเรือหน้าวัดอรุณราชวรารามมุ่งหน้าสู่จังหวัดเพชรบุรีโดยเส้นทางช่วงจังหวัดเพชรบุรีนั้น สุนทรภู่อเดินทางเข้ามาทางแม่น้ำบางตะบูน แวะวัดเขาตะเครา อำเภอบ้านแหลม แล้วล่องเรือเข้าแม่น้ำ

เพชรบุรีขึ้นฝั่งที่วัดพลับพลาย อำเภอมืองเพชรบุรี และจากคำกล่าวที่ว่า วรรณคดีเป็นกระจกเงาส่องย้อนสังคม เนื้อหาที่ปรากฏในวรรณคดีหรือบทกวีนิพนธ์ย่อมแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนวัฒนธรรมที่เป็นมรดกอันล้ำค่า จากยุคสมัยหนึ่ง บันทึกหน้าประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ผ่านการเรียงร้อยถ้อยกวีนิพนธ์ของผู้แต่งซึ่งเยาวชนในรุ่นหลังสามารถเรียนรู้ เรื่องราวต่าง ๆ เหล่านั้นผ่านบทกวีนิพนธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในกวีนิพนธ์เรื่องนิราศเมืองเพชรมีตัวอย่างคำกลอนมากมายที่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดเพชรบุรี ด้วยการตามร่องรอยของวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ อาทิ การนำเสนอภาพสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากความเชื่อของ คนไทยในเรื่องการบนบานศาลกล่าวและการไหว้พระขอพรสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยสุนทรภู่ได้อธิษฐานขอพรในเวลาที่จะเดินทางไปเมืองเพชรบุรีในบทกลอน ดังนี้

ลงนาวาหน้าวัดนมัสการ

อธิษฐานถึงคุณกรุณา

(นิราศเมืองเพชร: สุนทรภู่)

และในตอนที่สุนทรภู่ได้เดินทางมาถึงวัดไทร ยังได้ตั้งจิตอธิษฐานขอพรจากเทวดาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำต้นไทร พร้อมบนบานศาลกล่าวตามความเชื่อ สะท้อนถึงขนบวิถีชีวิตของคนไทย อีกทั้งได้สอดแทรกเนื้อหาบางตอนของกวีนิพนธ์เรื่องอื่นเข้าไปด้วย อันเป็นการเพิ่มเสน่ห์ที่น่าสนใจในการตามรอยวรรณคดีไทย ดังนี้

ถึงวัดไทรไทรใหญ่ใบช่อมู่

เป็นเชิงซุ้มสาขาพฤกษาศาล

ขอเดชะพระไทยซึ่งชัยชาญ

ช่วยอุ้มฉานไปเช่นพระอนิรุ

ได้ร่วมเตียงเคียงนอนแนบหมอนหนุน

พออุ่นอุ่นแล้วก็ดีเป็นที่สุด

จะสังเวทหมูเฒ่าแก้มมนุษย์

เทพบุตรจะได้ขึ้นทุกคืนวัน

(นิราศเมืองเพชร: สุนทรภู่)

นอกจากนั้น วรรณคดีดังกล่าวยังได้นำแสดงถึงวัฒนธรรมของอาหารไทยและขนมไทยโบราณที่น่าสนใจ โดยพรรณนาว่า

โอ้คิดถึงฟุ้งบุญทานขุนแพ่ง

ไปหน้าแล้งรับแขกแรวกสันต์

ตำข้าวเม่าเคล้าน้ำตาลทั้งหวานมัน

ไปด้วยกันคั่นขาน้ำกะทิ

(นิราศเมืองเพชร: สุนทรภู่)

จากคำประพันธ์ตอนนี้ แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่ากวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาตามรอยวัฒนธรรมอย่างมีความสุข อิ่มเอมไปกับการได้สัมผัสด้วยรูป รส กลิ่น เสียง หรือแม้กระทั่งการได้มีโอกาสได้ลงมือทำเพื่อ “ตามรอย” วัฒนธรรมเหล่านั้น

กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงนับเป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถ
 เสพความสุข สร้างความประทับใจได้อย่างแยบยล ทั้งนี้ “มนต์เสน่ห์” เหล่านี้ ล้วนมีที่มาจาก
 การใช้ “บทกวีนิพนธ์” ของกวีหรือผู้แต่ง ที่ได้รังสรรค์จินตภาพประพันธ์ไว้อย่างมีศิลปะ

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นพลังอันสำคัญที่จะนำไปสู่สันติภาพ และก่อให้เกิด
 มิตรภาพและความเข้าใจอันดี ระหว่างชนชาติทั่วโลก จากการที่การท่องเที่ยวก่อให้เกิด
 การติดต่อสัมพันธ์กันโดยธรรมชาติและปราศจากตัวกลางใด ๆ ระหว่างชายหญิงที่มีวัฒนธรรม
 และวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน ที่สำคัญตามระเบียบสากลกล่าวด้วย จรรยาบรรณสำหรับการท่องเที่ยว
 (Global Code of Ethics for Tourism) ในมาตราที่ 4 ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นผู้ใช้ประโยชน์
 จากมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติและเป็นผู้ช่วยเพิ่มพูนคุณค่าของมรดกดังกล่าว
 ดังนั้น การวางนโยบายและกิจกรรมการท่องเที่ยว จึงควรเคารพต่อมรดกทางวัฒนธรรม
 โบราณคดี และศิลปะอันล้ำค่า ซึ่งควรได้รับการคุ้มครองรักษาและได้รับการสืบทอดจากรุ่น
 สู่รุ่น ตลอดจนการบริหารจัดการให้มีการบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติสำหรับการท่องเที่ยวให้
 เป็นมรดกร่วมกันของมวลมนุษยชาติ เป็นสมบัติของชุมชนในพื้นที่ที่มีความรักและหวงแหน
 นอกจากนี้ยังควรมีการสนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปได้มีโอกาสเข้ามาชมทรัพย์สินทาง
 ปัญญาและอนุสาวรีย์ทางวัฒนธรรมที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนถือครองในกรรมสิทธิ์
 ด้วยความเคารพต่อความเป็นเจ้าของมรดกเหล่านั้น รวมถึงการเปิดโอกาสในการเข้าชม
 ศาสนสถานโดยปราศจากอคติต่อชนบแห่งการเคารพบูชาตามความเชื่อความศรัทธา ยิ่งไปกว่า
 นั้น ควรมีการจัดวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เอื้ออำนวยต่อความอยู่รอด และความเฟื่องฟู
 ของผลผลิตทางวัฒนธรรม งานฝีมือและชนบประเพณีพื้นบ้านที่ได้รับการสืบทอดมาอย่าง
 ยาวนาน ไม่ให้ถูกกลบกลืน และสูญสลายไปตามกาลเวลาไปในที่สุด

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นับเป็น
 การดำเนินการที่สำคัญยิ่ง เพราะเมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
 ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรในเบื้องต้นเจริญก้าวหน้า สามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น
 เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน จะสามารถสร้างศักยภาพของประเทศไทยในการ ให้บริการสถานที่ท่องเที่ยว
 ตามรอยกวีนิพนธ์ ส่งผลต่อประเทศไทยและนานาชาติ รวมถึงยังสามารถใช้เป็น เครื่องมือในการ
 ประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยใช้สถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์ ทำให้
 นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก เกิดความหลงใหลและต้องการเดินทาง
 มาสัมผัส สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น สร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยเป็นผู้นำ
 ด้านการท่องเที่ยว ตอบสนองต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ เกิดเป็นห่วงโซ่การผลิตที่เกี่ยวข้องกัน

ในทุกด้าน สร้างงานและสร้างรายได้มวลรวมอย่างมหาศาล บรรลุตามยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2579 ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” สอดคล้องกับนโยบายของยูเนสโกที่ต้องการให้แต่ละประเทศนำเอาศิลปะของประเทศตนเองมาสร้างมูลค่าเพิ่ม

คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรเป็นอย่างไร
2. องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
4. เพื่อวิเคราะห์แนวทางในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
5. เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน

3. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่เพื่อทำการศึกษาและเก็บข้อมูล โดยสถานที่ในจังหวัดเพชรบุรีที่ผู้วิจัยวางแผนจะไปเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ได้แก่

ในอำเภอบ้านแหลม จำนวน 3 ที่ ประกอบด้วย 1) องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกุ่ม อำเภอบ้านแหลม 2) องค์การบริหารส่วนตำบลบางครก วัดเขาตะเครา 3) ชุมชนวัดปากคลอง ตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม

ในอำเภอเมือง จำนวน 7 ที่ ประกอบด้วย 1) ศาลากลางบ้านคามาวาสี ชุมชนพระปรางค์ วัดมหาธาตุ 2) ชุมชนบ้านหม้อ วัดเขานันไดอิฐ 3) ชุมชนพระนครคีรี วัดพระนอน 4) องค์การบริหารส่วนตำบลธงชัย วัดถ้ำเขาหลวง 5) ชุมชนวัดเกาะ 6) ชุมชนวัดลาด (วัดเพชรบุรี) 7) ชุมชนคลองกระแซง วัดพลับพลายชัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากทางทฤษฎี แนวคิด เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ให้เกิดการเชื่อมโยงกับงานวิจัย และใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนกำหนด ทิศทางการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอน

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสม โดยได้แบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ศึกษาในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งมีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความเห็นของแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีซึ่งมีประชากรกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน 2) ผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 8 คน 3) ประชาชนในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม จำนวน 3 คน ประชาชนในพื้นที่อำเภอเมือง จำนวน 6 คน 4) ปราชญ์เมืองเพชร จำนวน 1 คน นักวิชาการอิสระ จำนวน 1 คน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน นักวิชาการด้านการตลาด จำนวน 1 คน นักวิชาการด้าน

วัฒนธรรม จำนวน 1 คน นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 1 คน และนักวิชาการด้านภาษาไทย จำนวน 1 คน และ NGO ด้านวัฒนธรรม จำนวน 2 คน

2. กลุ่มประชากรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เฉพาะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบ้านแหลมและในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 10 แห่ง ๆ ละ 40 ชุด

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีคำศัพท์เกี่ยวข้องที่เห็นควรนำมาให้คำจำกัดความ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่ อำเภอบ้านแหลม และอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรีที่มีคุณลักษณะสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวอันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับองค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็น สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

การท่องเที่ยวตามรอย (Through the Trails Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังอำเภอบ้านแหลม และอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี สถานที่ที่ได้รับอิทธิพลจากการชม การฟังและความประทับใจในสถานที่แห่งนั้น หรือต้องการไปเยือนสถานที่นั้นด้วยตนเอง

กวีนิพนธ์ (Poetry) หมายถึง คำประพันธ์ที่กวีแต่ง โดยมีรูปแบบทางศิลปะในการใช้ภาษาเพื่อเพิ่มเติมจากเนื้อหาทางความหมายและคุณประโยชน์ด้านสุนทรียะ เป็นงานเขียนที่มีวรรณศิลป์เราให้สะท้อนอารมณ์ได้

นิราศเมืองเพชร (Niras Meung Petch) หมายถึง ผลงานกวีนิพนธ์ประเภทกลอนประพันธ์หรือแต่งโดยสุนทรภู่

สุนทรภู่ (Sunthonphu) หมายถึง กวีที่มีความชำนาญทางด้านคำประพันธ์ประเภทกลอน เป็นผู้สร้างขนบการประพันธ์ประเภทกลอนนิทาน และกลอนนิราศขึ้นใหม่ จนกลายเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ผลงานที่มีชื่อเสียง เช่น นิราศเมืองเพชร นิราศภูเขาทอง และพระอภัยมณี เป็นต้น

ศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Potential) หมายถึง อำนาจ หรือความสามารถของการตลาดที่ต้องใช้รูปแบบที่หลากหลายเพื่อช่วยในการส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดแบบบูรณาการ

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (10A's) หมายถึง องค์ประกอบที่เป็นสิ่งสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ และเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) 2) การเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) 5) กิจกรรม (Activities) 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) 7) การรับรู้ (Awareness) 8) ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) 9) ความเชื่อมั่น (Assurance) และ 10) การเห็นคุณค่า (Appreciation)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourism's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourism's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (10P) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจก่อนการเลือกซื้อและใช้บริการในรูปแบบของการบริการต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และการนำเสนอ ด้านกระบวนการ ด้านการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ด้านการใช้พนักงานขาย และด้านกลยุทธ์ความเข้าใจ

การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้สึกและแปลความหมายหรือตีความจากสิ่งเร้าที่รับเข้ามา ผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยความจำ ความรู้ ผสมผสานกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านจิตวิทยา และด้านแหล่งท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เกิดนวัตกรรมแนวทางการจัดการบูรณาการองค์ความรู้ไปยังทุกภาคส่วน ภายใต้การสนับสนุนจากภาครัฐ องค์การบริหารส่วนจังหวัดและท้องถิ่น เครือข่ายการท่องเที่ยว และจากภาคเอกชนทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถเป็นต้นแบบของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี



บทที่ 2

เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 13 หัวข้อ ดังนี้

1. ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ
2. องค์ประกอบการท่องเที่ยว (10A's)
3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
4. ส่วนประสมทางการตลาด (10P)
5. การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
7. แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว
8. แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของวรรณคดีที่มีผลต่อการท่องเที่ยว
9. แนวคิดเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์
10. แนวคิดการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix
11. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเพชรบุรี
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
13. กรอบแนวคิดการวิจัย

ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ

ศักยภาพ (Potential) หมายถึง ภาวะแฝงอำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือทำให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และ นักวิชาการ พิมพ์มิล

พลเวียง (2543) ให้คำจำกัดความว่า ศักยภาพเกี่ยวข้องกับคำสำคัญ 3 คำ คือ อำนาจ ความสามารถ และพลัง สอดคล้องกับเพชรน้อย ม่วงงาม (2539) ที่ให้คำจำกัดความของศักยภาพ หมายถึง พลังความหมายที่แฝงอยู่และสามารถทำให้ปรากฏได้ ความสามารถที่แสดง หรือปรากฏเป็นได้เป็นได้ทั้งเครื่องชี้หรือสะท้อนศักยภาพในอดีต และเป็นเครื่อง

บ่งบอก ศักยภาพในอนาคต อีกทั้งการปรากฏของพลังศักยภาพของสิ่งใด ๆ จะเป็นเช่นใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างน้อย 2 ส่วน คือ พลังความสามารถของสิ่งนั้นและเงื่อนไขบริบทที่เป็นไปได้

การตลาดแบบบูรณาการ

การตลาดแบบบูรณาการเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการบูรณาการการสื่อสารและประสบการณ์เชิงโต้ตอบ ที่กำหนดเป้าหมายไปยังกลุ่มเป้าหมาย และบุคคลที่กำหนด ซึ่งประสานงาน ด้านการตลาดทุกด้านของแบรนด์ รวมถึงข้อความระหว่างช่องทางต่าง ๆ ซึ่งรวมถึง:

สื่อ แบบ ชำระเงิน (โฆษณาออนไลน์ การตลาดทางตรง การแสดงออนไลน์ และแบบเป็นโปรแกรม)

สื่อที่ได้รับ (การค้นหาทั่วไปที่ขับเคลื่อนโดยการตลาดเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ ต่อผู้มีอิทธิพลทางออนไลน์)

สื่อที่เป็นเจ้าของ (รวมถึงโซเชียลมีเดีย, สถานที่, บริการลูกค้า และการส่งข้อความโดยตรงผ่านอีเมลและมือถือ) เพื่อให้ได้ ข้อความที่ สอดคล้องกัน ซึ่งปรับแต่งได้ตามช่องทาง ซึ่งนำเสนอ ประสบการณ์ที่เป็นหนึ่งเดียว และไร้รอยต่อแก่ผู้บริโภคตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า หรือเส้นทางสู่การซื้อ ผลลัพธ์จากการเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ ความคุ้นเคย ความชื่นชอบ และความตั้งใจในการซื้อจะเพิ่มมากยิ่งขึ้น

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC- Integrated Marketing Communications)

ปัจจุบันสิ่งสำคัญในวงการธุรกิจของนักการตลาดจำเป็นต้องนำองค์ประกอบของส่วนประสมการสื่อสารการตลาดมาประสมกัน อย่างไรก็ตาม ความพยายามเพื่อที่พัฒนาองค์ประกอบส่วนประสมการสื่อสารการตลาด เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เหมาะสมที่สุด คือ ทำอย่างไรที่จะทำให้เกิดการบูรณาการนั้นก็คือการเชื่อมต่อในการนำหลักส่วนผสมทางการตลาดมาใช้ประยุกต์และบูรณาการกับสิ่งที่จำเป็นในการตลาดที่อาจจะหมายรวมถึงจะต้องเผชิญกับปัญหาการประสานงานเช่นเดียวกัน ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากว่า ผู้มีอำนาจหน้าที่และผู้รับผิดชอบทำงานต่อเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เพื่อการวางแผน และการปฏิบัติตามแผน อยู่ต่างแผนกัน จึงมีมุมมอง แนวคิด และวัตถุประสงค์ต่างกันด้วย กล่าวคือ แผนการขาย ก็จะวางแผนและควบคุมการนำเสนอด้านการขาย แผนกโฆษณา ก็จะรับผิดชอบทำงานร่วมกับตัวแทนโฆษณา เพื่อสร้างสรรค์สื่อเพื่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์การส่งเสริมการตลาด อันเป็นส่วนรวมของบริษัท (overall promotional effort) ประสบความล้มเหลว ไม่บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ตามแผนงานการตลาดมุ่งหวังไว้ เพราะเครื่องมือที่นำมาใช้ไม่ประสาน

สัมพันธ์กัน ไม่สนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีแนวทางหรือจุดมุ่งเน้นที่เป็นอิสระไม่สอดคล้องกัน (Boone and Kurtz, 1995 อ้างถึงใน ชูชนะ เดชคณา, 2563)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications: IMC) หมายถึง กระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบ กับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง จุดมุ่งหมาย เพื่อมุ่งเน้นสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ให้สอดคล้อง กับความต้องการของตลาด โดยวิธีการสื่อสารตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้า ซึ่งจะนำไปสู่การรู้จัก ความคุ้นเคย และเชื่อมั่นในสินค้าแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง ดังนั้น รูปแบบการผสมผสานกิจกรรม IMC จึงเน้น การช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ หรือตราสินค้าขององค์กร โดยอาศัยกิจกรรมการติดต่อสื่อสารหลายประเภทร่วมกัน (โฆษณา ไซต่อนันต์ พงษ์พรพนัน, สื่อออนไลน์)

IMC เริ่มขึ้นราวปี ค.ศ. 1980 จากการตื่นตัวของลูกค้า ของบริษัทโฆษณา ทางด้านงบประมาณการส่งเสริม การตลาด ซึ่งจากเดิม ที่เคยใช้โฆษณาเพียงอย่างเดียว ได้เกิดแนวคิดใหม่ ที่จะผสมผสานกิจกรรมที่หลากหลาย ให้กับสินค้าและบริษัทของตน ต่อมาบริษัท Leo Burnett ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงเริ่มสรรหาบุคลากร ในกิจกรรม ด้านต่าง ๆ ขึ้น และในปี ค.ศ. 1986 จึงเริ่มให้บริการแก่ลูกค้า โดยใช้ชื่อว่า การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร โดยบริษัทโฆษณาในประเทศไทยได้นำแนวคิดดังกล่าวจากบริษัท Leo Burnett มาเริ่มใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2536 (กรรณิการ์ ไห้ยสิน, สื่อออนไลน์)

องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ประกอบด้วย 1) กระบวนการ 2) เครื่องมือสื่อสารที่ใช้จูงใจ และ 3) การสื่อสารกับลูกค้า เนื่องจากหัวใจหลัก IMC ไม่ใช่สร้าง เพียงแค่การรับรู้ การจดจำหรือการยอมรับเท่านั้น แต่คือการกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้น IMC จึงเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อจูงใจในระยะยาวและต่อเนื่อง โดยใช้เครื่องมือหลายรูปแบบ เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลาดตรง การส่งเสริมการขาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การตลาดเน้นกิจกรรม Call Center และอีเมล ฯลฯ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดให้เกิดผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายเกิดความสัมพันธ์กับลูกค้า ได้แก่ การสร้างจุดยืนให้แก่ลูกค้า การกระตุ้นกลุ่มลูกค้า การรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (โฆษณา ไซต่อนันต์ พงษ์พรพนัน, สื่อออนไลน์)

เสรี วงษ์มณฑา (2540) แสดงทัศนะว่า การสื่อสารการตลาดครบวงจร หรือ IMC จะใช้การติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม หรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภค เปิดรับ (Exposure) โดยรูปแบบต่าง ๆ ของ IMC ที่นิยมใช้ส่วนใหญ่ มีดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบของการสร้างการติดต่อสื่อสารด้านตราสินค้า (Brand contact) ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะหากไม่มีการทำโฆษณา จะเปรียบเหมือน ไม่มีกรรมสิทธิ์ใดในตราสินค้านั้น โดยการโฆษณา นิยมใช้ในกรณีต่อไปนี้

1.1 การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Differentiate product) ที่รวดเร็วและกว้างขวาง

1.2 การยืตำแหน่งสินค้าครองใจผู้บริโภค (Brand positioning)

1.3 เมื่อต้องการสร้างผลกระทบ (Impact) ด้านภาพลักษณ์ (Image)

1.4 สร้างการรู้จัก (Awareness) แสดงจุดขาย (Selling point) ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning)

2. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling) เป็นสิ่งสำคัญมาก ซึ่งจะใช้ในกรณี ดังนี้

2.1 เมื่อสินค้านั้นเหมาะสมกับการขายโดยใช้พนักงาน เช่น สินค้าประเภทประกันชีวิต เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอางที่ขายตามบ้าน (Door to door selling)

2.2 เมื่อลักษณะสินค้าต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product Knowledge) เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ ที่มีความสลับซับซ้อน ไม่สามารถจ่ายผ่านสื่อมวลชน (Mass media) ได้ ต้องอาศัยพนักงานขาย ช่วยอธิบายอย่างชัดเจน เช่น เครื่องดูดฝุ่น เครื่องทำน้ำแข็ง เครื่องจักร รถยนต์ เครื่องยนต์ สินค้าอุตสาหกรรม ฯลฯ

2.3 กรณีที่สินค้านั้นต้องการบริการที่ดี (Good sales services) ซึ่งจำเป็น จะต้องใช้คนให้บริการ ประกอบการขายสินค้านั้น โดยพนักงานขายจะเป็นผู้บริการแนะนำ ติดตั้ง ซ่อมบำรุง ซึ่งพนักงานขายมีบทบาทสำคัญมาก

3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในการวางแผนมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.1 การดึงดูดลูกค้าใหม่ (Attract new users) การที่จะดึงดูดลูกค้า ให้มาซื้อสินค้านั้น จะต้องลดอัตราเสี่ยง จากการใช้สินค้าใหม่ให้กับผู้บริโภค วิธีหนึ่งที่จะลดความเสี่ยงได้ คือ การลด แลก แจก แถม เป็นสิ่งที่เขาจะความเชื่อของการคิดเปลี่ยนแปลง

3.2 การรักษาลูกค้าเก่า (Hold current customer) ในกรณีที่คู่แข่ง มีการออกสินค้าใหม่ ลูกค้า อาจจะเกิดความสนใจ และมีความคิดอยากจะทดลองใช้สินค้าใหม่ ดังนั้น จะต้องแก้ไข โดยทำให้ไม่เกินไปตามความคาดหมาย (Off set หรือ dilute) ซึ่งเป็นการลดความเข้มข้นลง ด้านการส่งเสริมการขาย ลูกค้ามีความสนใจในสินค้าใหม่ แต่ยังไม่แน่ใจในคุณภาพของสินค้า ซึ่งถ้าหากตราสินค้าเก่า ที่ใช้จนแน่ใจในคุณภาพแล้ว มีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเข้ามา จะมีส่วนป้องกันการ เปลี่ยนใจให้ยากมากขึ้น

3.3 การส่งเสริมลูกค้าในปัจจุบันให้ซื้อสินค้าในปริมาณมาก (Load present user)

3.4 การเพิ่มอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ (Increased product usage) เกิดขึ้นเมื่อต้องการให้ผู้บริโภคใช้สินค้ามากขึ้นกว่าเดิมหรือใช้อย่างต่อเนื่อง

3.5 การส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคเกิดการยกระดับ (Trade up) โดยให้ซื้อสินค้า ที่มีมูลค่าสูงขึ้น มีขนาดใหญ่ขึ้น หรือมีคุณภาพดีขึ้น

3.6 การเสริมแรงการโฆษณาในตราสินค้า (Reinforce brand advertising) เมื่อโฆษณาไปแล้ว ควรใช้การส่งเสริมการตลาด เช่น โปสเตอร์ โหมบาย ป้ายแขวน แผ่นพับ ใบปลิว ชั้นวางที่พูดได้ (Shelf talker) เมื่อผู้บริโภคเดินผ่านก็จะพูดคุยกับผู้บริโภค เป็นการเพิ่มการรู้จัก (Increased awareness) และสร้างผู้รับข่าวสาร (Audience ship) เกิดความได้เปรียบบนชั้นวาง (Shelf advantage) สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ใช้กรณี ดังนี้

4.1 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image) ว่ามีเหนือมากกว่าคู่แข่ง ซึ่งคุณสมบัติอื่น ๆ ไม่สามารถสร้างได้เหนือกว่าคู่แข่ง คุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เท่าเทียมกับคู่แข่ง ภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งเดียวที่จะสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ได้ดี เมื่อสิ่งอื่นเท่ากันหมด ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่เหลืออยู่เพื่อใช้ในการต่อสู้ โดยใช้เรื่องราวและตำนาน ซึ่งเป็นสิ่งที่คู่แข่งชั้น จะเลียนแบบกันได้ยากมาก

4.2 การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์จะใช้เมื่อต้องการให้ความรู้กับบุคคลสินค้าบางชนิด จะประสบความสำเร็จได้ เมื่อคนมีความรู้ ในตราสินค้านั้น จึงต้องอธิบายถึงคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับสินค้า ว่าเหนือกว่า

4.3 เมื่อมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม (Values added) ให้กับผลิตภัณฑ์ และข่าวสารนั้นไม่สามารถบรรจุเข้าไปในการโฆษณาได้ เพราะการโฆษณาใช้เวลาเพียง 30 วินาทีเท่านั้น ดังนั้นจึงใส่ข้อมูลเข้าไปในโฆษณาทุก ๆ ไม่ได้ควรใช้ PR แทนในกรณีที่มีข้อมูลมากมาย ที่เป็นจุดขึ้นชมในสินค้า เช่น เป็นโรงถ่ายทำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์ (Brand Knowledge) ซึ่งการโฆษณาไม่อาจจะครอบคลุมได้ แต่ขณะเดียวกัน โฆษณาเหล่านี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) หมายถึง การตลาดทางไกล (Telemarketing) การขายทางแคตตาล็อก (Catalogue sales) การสั่งซื้อทางไปรษณีย์ (Mail order) ซึ่งใช้กรณีต่าง ๆ ดังนี้

5.1 เมื่อมีฐานข้อมูลที่ดีพอ (Database) ในกรณีนี้ ถ้าทราบว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร อยู่ที่ไหนจะเป็นการประหยัดกว่าการใช้สื่อ

5.2 เมื่อต้องการสร้างการตลาดที่มีความเป็นส่วนตัว (Personalized marketing) ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกว่าเป็นการตลาดแบบส่วนตัวเมื่อผู้บริโภคได้รับจดหมายแล้วจะรู้สึกว่าเป็นลูกค้าสำคัญเป็นลูกค้าที่ประธานบริษัทรู้จัก ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและภาคภูมิใจว่า ตนเป็นบุคคลหนึ่งที่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมาย

5.3 ใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ติดตามผล (Follow up strategy) สมมติโครงการอสังหาริมทรัพย์ เป็นธุรกิจคอนโดมิเนียมมีคนมาเยี่ยม 200 คนแต่ว่ามีคนที่สนใจเกิดความต้องการ 20 คน ส่วนอีก 180 คนนั้นเป็นกลุ่มที่เรียกว่ารอและดูไปก่อน เป็นกลุ่มที่จะต้องติดตามต่อไป ดังนั้น รอบสอง อาจไม่จำเป็นต้องโฆษณาผ่านสื่อมวลชนหรือสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ใช้การตลาดทางตรงแทน โดยใช้จดหมายส่งผ่านไปยังอีก 180 คนนั้น เป็นการเตือนความทรงจำและการเร่งรัดการตัดสินใจ

5.4 เป็นการเตือนความทรงจำ (Remind) การใช้ตลาดทางตรง เพื่อติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเดิม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เช่น ต่อยุณิทยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เมื่อใกล้หมดอายุสมาชิกแล้ว

การบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One-stop services)

การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One-stop services) เป็นการรวมเอาการบริการสาธารณะหลาย ๆ อย่างของภาครัฐมาให้บริการ ณ จุดเพียงจุดเดียว เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับความสะดวกสบาย ตามหลักการของกรอบแนวคิดการบริการสาธารณะ (Public Service) รูปแบบของการให้บริการตามแนวคิดการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One-stop services) มี 3 รูปแบบ (สมาน รังสิโยภฤกษ์, 2544) ได้แก่

รูปแบบที่ 1 การนำหน่วยงานหลายหน่วย ที่ต้องผ่านหลายขั้นตอน ในการปฏิบัติงานมารวมไว้ในสถานที่เดียวกันในการให้บริการ จากเดิมที่ต้องส่งต่องาน ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการเดินทางของเอกสารมาก เปลี่ยนมาเป็นการนำเจ้าหน้าที่จากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาทำงานรวมกันอยู่ที่จุดเดียว เพื่อให้การส่งต่องาน เป็นไปด้วยความรวดเร็วทันที ลดระยะเวลาของการบริการให้น้อยลง

รูปแบบที่ 2 การกระจายอำนาจให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบทำหน้าที่ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จเพียงหน่วยงานเดียวแบบเบ็ดเสร็จทั้งหมด เพื่อให้ประชาชนไม่ต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่หลายคน

รูปแบบที่ 3 การให้บริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เป็นการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One-stop Services) โดยไม่ต้องใช้เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ให้บริการประชาชน แต่ผู้รับบริการสามารถติดต่อกับเว็บไซต์ที่หน่วยงานให้บริการได้จัดทำขึ้นตามกระบวนการและวิธีการที่กำหนดไว้จนกระทั่งการบริการดังกล่าวแล้วเสร็จ

นอกจากนี้ เพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้น ดร.ณิ อัครปรีชา (2552) ได้นำเสนอ ขั้นตอนการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การเก็บฐานข้อมูลของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยข้อมูลเหล่านี้ต้องสมบูรณ์ ประกอบด้วย ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จิตวิทยา ประวัติการซื้อในอดีต
2. การแบ่งกลุ่มลูกค้า 3 ประเภทตามพฤติกรรม การซื้อ ได้แก่ กลุ่มที่ภักดีต่อตราสินค้า
3. องค์กรกลุ่มที่ภักดีต่อตราสินค้าคู่แข่ง กลุ่มที่เปลี่ยนแปลงตราสินค้าตลอดเวลา พัฒนาแผน IMC ทดลองใช้แผนในตลาด วัดผลการตอบสนองในลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย นำผลการตอบสนองมาปรับปรุงฐานข้อมูล ของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย ปรับปรุงแผน
4. การจัดการการติดต่อกับลูกค้า การหาเวลา สถานที่ โอกาส เพื่อให้ลูกค้าได้รับ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
5. การพัฒนากลยุทธ์การติดต่อสื่อสาร คิดค้นข้อมูลข่าวสารที่ส่งให้ลูกค้าตาม วัตถุประสงค์ และคาดการณ์ผลตอบสนอง
6. การคัดเลือกกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ กลยุทธ์พื้นฐานต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การออกร้าน การบรรจุหีบห่อ โดยต้องใช้กลยุทธ์การตลาดด้วยความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตอบสนอง

จากขั้นตอนการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนี้สามารถนำไปสู่การตอบ วัตถุประสงค์ ในการสร้างกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการได้ชัดเจน และเหมาะสมกับ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยทุกขั้นตอนของการวางแผนมีความสำคัญมา ตามลำดับ เริ่มจากการมีข้อมูล หรือพฤติกรรมของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ

องค์ประกอบการทำงานที่ 10A's

องค์ประกอบการทำงานที่ 10A's เป็นสิ่งสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวประสบ ความสำเร็จอีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้

ศักยภาพความพร้อมด้านองค์ประกอบการทำงานที่ 6A's ประกอบด้วย (อมราวดี คำบุญ และดลฤทัย โกวรรณะกุล, 2556, สื่อออนไลน์)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ
 2. การเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ ระบบการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ
 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้แก่ การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว การเตรียมการโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน
 4. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท
 5. กิจกรรม (Activities) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่
 6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม ในขณะเดียวกัน อลาสแตร์ มอร์ริสัน (Alastair M. Morrison, สื่อออนไลน์) ได้เพิ่มศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญอีก 4 ประการอันประกอบด้วย
 7. การรับรู้ (Awareness) คุณลักษณะที่เกี่ยวข้อง กับระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางและการได้รับอิทธิพลจากปริมาณและลักษณะของข้อมูลที่ได้รับ
 8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) คุณลักษณะนี้ วัดการแสดงผลที่ปลายทางกับนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขามาถึงครั้งแรกและจากนั้นตลอดเวลาการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทาง
 9. ความเชื่อมั่น (Assurance) คุณลักษณะนี้เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย และความปลอดภัยของจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยว
 10. การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกจากระดับของการต้อนรับ รวมถึงการให้บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดเวลาในการท่องเที่ยว
- ยิ่งไปกว่านั้น องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวยังประกอบด้วยอีก 3 ส่วนสำคัญ (Pralhad และ Ramaswamy, 2000) ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวซึ่งได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว 2) เจ้าของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน และ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวซึ่งองค์ประกอบระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวถือเป็นส่วนสำคัญที่จะเชื่อมโยงให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่จะสร้างความพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังชุมชน ทั้งนี้ ชุมชนจึงต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายใน ชุมชนให้มีประสิทธิภาพพร้อมกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่สอดคล้องกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม จึงก่อให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ สมบัติ กาญจนกิจ (2544) มีแนวความคิดเพิ่มเติมว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และคณะ (2539) คือ

1. ทรัพยากรแหล่งการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ ในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีผลทำให้เกิดปัจจัยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Tourism facilities) หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในช่วงระหว่างการเดินทาง เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย และปลอดภัย

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing) การตลาดท่องเที่ยว มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ต่อการเพิ่ม หรือลดจำนวนนักท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จะต้องอาศัยกระบวนการ ทางด้านการตลาดมาช่วยแนะนำให้เกิดการเดินทางโดยความหมายภาพรวม การตลาด หมายถึง ความพยายามที่ต้องการทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วเกิดการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยอาจทำได้โดย 2 วิธี ได้แก่

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว นั้น ๆ ไปเยือน หรือจะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับแผนที่เส้นทางในการไปยังจุดต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการทางการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร ทางด้านท่องเที่ยว ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เกิดความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่ง ท่องเที่ยวของตน ซึ่งแนวคิดดังกล่าว ยังได้สอดคล้องกับแนวคิดของ วรธนา วงษ์วานิช (2546) การที่นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวนั้น จะต้องมีการตลาด การท่องเที่ยวในการชักนำให้ นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงความพยายามที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและการ บริการในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้

2 วิธี คือ การให้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละองค์ประกอบย่อยมี ความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน

4. นักท่องเที่ยว (Tourist) หรือนักทัศนาจร คือ บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่ภูมิลำเนาของตนเอง และถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะหากไม่มีนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถที่จะดำรงอยู่ได้

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ ด้านลักษณะที่ปรากฏ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเห็นคุณค่า ผู้วิจัยนำมากำหนดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำไปสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถช่วยแบ่งส่วนการตลาด และช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ลักษณะครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา เป็นการวัดที่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจลักษณะทางประชากรศาสตร์ มากการวัดจากตัวแปรทางด้านอื่น สอดคล้องกับ นิศา ชัชกุล (2557) และ นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2543) กล่าวว่า การตลาดสามารถ แบ่งส่วนตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ได้ ดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวน สมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มของผู้บริโภคซึ่งมีความสำคัญ (นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร, 2543) และมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือ บริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ ประโยชน์จากด้านอายุเพื่อเป็นตัวแปร ทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ของส่วนตลาดได้ ทำการค้นคว้าหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญตลาดอายุส่วนนั้น ๆ

เพศ (Sex) หมายถึง ตัวแปรทางที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาด เนื่องจากปัจจุบันนี้ ตัวแปรทางด้านเพศมีความสำคัญ (นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร, 2543) และมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่ผู้หญิง ออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

ลักษณะครอบครัว (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญอย่างยิ่งใน ส่วนที่เกี่ยวกับ หน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลใน ครอบครัวที่ใช้สินค้าใด สินค้าหนึ่งรวมถึง ยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัว เพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) หมายถึง ตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปแล้วนักการตลาดจะสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตาม ครอบครัวที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วน การตลาดโดยยึดถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัววัดความสามารถของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้า แท้ที่จริงอาจใช้เกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ เป็นตัวกำหนด เป้าหมายได้เช่นกัน แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมใช้ แต่นักการตลาดส่วนใหญ่ จะเชื่อมโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนด ตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าการศึกษาด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญในการแบ่งตลาดของกลุ่มลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) เนื่องจากลูกค้าแต่ละบุคคล จะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันไปตามสภาพสิ่งแวดล้อมที่บุคคลในอาศัยอยู่ สภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจ สภาพการศึกษา สถานภาพ ครอบครัว เพศ ช่วงอายุ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อความรู้สึนึกคิด ทศนคติ ความเชื่อที่แตกต่างของแต่ละบุคคล สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงจำนวนวันในการท่องเที่ยว ประมาณการ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังนำแนวคิดดังกล่าว ไปเป็นแนวทาง ในการสร้างแบบสอบถาม ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ทางด้านของรวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) แสดงความคิดเห็นเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (Pre-Trip Behavior) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Post-Trip Behavior) และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (Post-Trip Behavior) ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ (Factors Influencing Tourist Behavior) นำมาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบพหุภูมิเชิงกีฬาต่อไป

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สรุปได้คือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด และการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อน การเดินทางในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว และหมายรวมถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และการแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม มีทั้งหมด 8 ประการคือ 1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน 2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ 3) จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก เรือ อากาศ) 4) จะไปท่องเที่ยวกับใคร 5) จะไปเที่ยวนานเท่าไร 6) จะไปท่องเที่ยวเพื่ออะไร 7) จะไปพักแรมในสถานที่ประเภทไหน 8) จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน โดยการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะช่วยให้นักการตลาดเข้าใจ ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ในทฤษฎีเดียวกัน ปาริฉัตร อึ้งจะนิล (2554) ได้กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อย ๆ ครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่าพฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่านิสัย แต่จะแตกต่างกัน เพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็น เราจะเรียนว่านิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behavior หรืออเมริกันเรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่าการปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออกซึ่งไปในทิศทางเดียวกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่มีมุมมองว่า การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ

หรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะระบุถึง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว มีขั้นตอน 9 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการประชาสัมพันธ์ แจกข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมประวัติศาสตร์สภาพ ภูมิศาสตร์ที่พักคมนาคม ความปลอดภัย ให้กับนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวแล้ว จะเกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในใจ เพื่อส่งเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิตของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เช่น เกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้ว นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจค่าครองชีพถูก การให้บริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบาย และปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้น ให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไข กระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อน ทางร่างกาย และจิตใจให้สดชื่นรักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่การร่วม กิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรม ของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนรวมทั้งการดำเนินชีวิตศิลปะสถานที่ทางประวัติศาสตร์และเทศกาลต่าง ๆ

3. สิ่งจูงใจทางด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ และชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้น ที่เกิดจากความต้องการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้น และสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากเมื่อผู้ประสงค์เดินทางจากการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้ง แรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัดปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิมรรมมากที่สุดเป็นเกณฑ์ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวก หรือ ลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรป มีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
2. จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
3. จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก เรือ อากาศ)
4. จะไปท่องเที่ยวกับใคร
5. จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
6. จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
7. จะไปพักแรมในสถานที่ประเภทไหน
8. จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) นักท่องเที่ยวต้องศึกษาค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมเงินให้เพียงพอ โดยในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายแล้ว ในขั้นนี้ผู้เดินทางจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทางการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพ และการกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้านโดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะ ที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนที่พักอาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่า เป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่น เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาสถานที่ที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยว ได้มีการประเมินผลการเดินทาง อาจเป็นสถานที่สภาพแวดล้อมผู้คนการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยวซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ หรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่า นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจ

2. ไม่มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ หรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยว ไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทศณคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ จากการท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งพฤติกรรม นักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมหนึ่งของผู้บริโภคซึ่งแสวงหาจัดซื้อใช้ประโยชน์และประเมินสินค้า บริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ หนึ่งในพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้สินค้าบริการคือแหล่งท่องเที่ยวและการเข้าพักอาศัยใน ประเภทต่าง ๆ โดย Smith (1997) ได้กล่าวว่า การเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ท่องเที่ยว สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการทราบว่าผลิตภัณฑ์และบริการแบบใดที่ควร จะผลิต เพื่อนำเสนอแก่ผู้บริโภคที่ท่องเที่ยว หรือที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงพัฒนา เพื่อให้ ได้รับผลประโยชน์จากการตัดสินใจซื้อ

ส่วนประสมการตลาดบริการ (10P)

ความหมายของการตลาดท่องเที่ยว

นักวิชาการและนักการตลาดได้ให้คำจำกัดความของการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) ไว้หลายมุมมอง อาทิ องค์การการท่องเที่ยว (World tourism Organization) แสดงแนวคิดว่าการตลาดการท่องเที่ยว คือแนวทางการวางแผนจัดการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

โดยการวิจัย การคาดการณ์ และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร (Coltman, 1989)

Middleton (1994) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นการจัดองค์ประกอบที่สำคัญ ของส่วนประสมทางการตลาด (Market Mix) เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน

Morrison (1988) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการจัดการที่ดำเนินการอย่างเป็นลำดับสำคัญ และต่อเนื่องตามแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการโรงแรม ซึ่งต้องมีการทำวิจัย การปฏิบัติการควบคุม และประเมินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งแผนงานตลาด จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความพยายามของบุคลากรในองค์กรทุกคน

ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้นิยามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นการที่กิจการนั้น ๆ มีสินค้าและ/หรือบริการ ไว้ตอบสนอง ต่อความต้องการของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขา ทั้งนี้ ราคาของสินค้า และ/หรือบริการอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับและยินยอมที่จะจ่าย (Willing to pay) พร้อมทั้งมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย และมีความพยายามจูงใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัดสินใจซื้อสินค้าและ/หรือบริการนั้น อย่างถูกต้อง

ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) (Kotler, 2000) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งซึ่งสามารถตอบสนอง ต่อความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าได้ โดยผู้ขายจะต้องทำให้ลูกค้า ได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) และราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคา การให้บริการ ควรมีความเหมาะสม กับระดับการให้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ในเรื่องของคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งต้องพิจารณาในด้านของทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางจัดจำหน่าย (Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมอยากใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) เป็นความสัมพันธ์ ระหว่างเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการขององค์กร โดยเจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนอง ต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้ ดังนั้น องค์กรจึงต้องอาศัยการคัดเลือกเป็นอย่างดี ต้องมีการฝึกอบรม ฝึกการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ สร้างความแตกต่าง เหนือคู่แข่ง

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่า ให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจา ต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในการบริการที่นำเสนอแก่ผู้ใช้บริการ เพื่อบริการให้บริการ ที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเกิดความประทับใจ



ภาพ 1 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's

ที่มา: กันต์ เขียมอินทรา (2564) กรุงเทพมหานคร

ถึงแม้ว่ากระบวนการทั้ง 7 ข้อนี้ จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการทำการตลาดที่ผ่านมา อย่างชัดเจน แต่ปัจจุบันนี้ หากกล่าวถึงการทำการตลาดท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนอาจต้องเน้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Relationship) และเน้นการขายคุณค่า (Value) ให้แก่ลูกค้า เป็นการเพิ่มมูลค่าในสินค้า และบริการมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ชิริกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2547) ได้มีการเพิ่มเติม และประยุกต์ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ 8 ประการ (8 P's) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ (The Service Product) นักการตลาดที่ดี จะต้องมีความเข้าใจ อย่างถูกต้องว่า อันที่จริงแล้ว ลูกค้าไม่ได้มีความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ แต่ต้องการ ที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อ “ผลประโยชน์ และคุณค่าที่เฉพาะเจาะจง จากข้อเสนอทั้งหมด ของผู้ขาย” มากกว่า ซึ่งนักการตลาดจะเรียกว่า ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (The Total Product) ประกอบด้วย 5 ระดับ คือ ผลประโยชน์หลัก (Core Benefit) ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) ผลิตภัณฑ์ ที่คาดหวัง (Expect Product) ผลิตภัณฑ์เสริม (Augmented Product) และ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ (The Potential Product)

2. การกำหนดราคาบริการ (Pricing the Services) ราคาสามารถสร้างรายได้ ต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท ดังนั้น การกำหนดราคา ด้วยคุณค่าที่เหมาะสม 4 ประเภทต่อไปนี้ จึงถือเป็นส่วนสำคัญ ที่จะส่งผล ต่อภาพลักษณ์ ทำให้ลูกค้าได้รับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ได้แก่

1) ลูกค้าคิดว่า คุณค่า หมายถึง “ราคาถูก” 2) ลูกค้าคิดว่าคุณค่า หมายถึง คุณภาพของการบริการ ที่ตรงกับความต้องการ 3) ลูกค้าคิดว่า คุณค่า หมายถึง การแลกเปลี่ยนกัน ระหว่างคุณภาพของบริการ ที่ได้รับกับมูลค่าของเงินที่เขาต้องสูญเสียไป และ 4) ลูกค้าคิดว่า คุณค่า หมายถึง สิ่งที่ได้รับมาทั้งหมด เปรียบเทียบกับทุก ๆ สิ่งที่เขาต้องสูญเสียไป

3. การจัดจำหน่ายบริการ (Place or Distribution) มีหลักเกณฑ์ที่ต้องคำนึงถึง 4 ประการ ได้แก่ 1) การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง ความง่ายหรือความสะดวกในการซื้อ การใช้บริการ หรือการรับบริการ 2) ความพร้อมที่จะให้บริการได้ (Availability) หมายถึง ระดับความพร้อม ในการให้บริการแก่ลูกค้าซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถซื้อ ใช้บริการหรือรับบริการได้ 3) การเลือกทำเลที่ตั้ง ของกิจการ (Location) และ 4) การเลือกช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channel)

4. การสื่อสารการตลาดบริการ (Promotion: Communication of the Service) ช่วยให้ข้อมูลถึงบทบาทของลูกค้าในกระบวนการนำเสนอบริการ และทำให้ลูกค้า เข้าใจถึงบริการ อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยใช้ส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาด (Communication Mix) เป็นเครื่องมือ ในการสนับสนุนการสื่อสาร ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing)

5. การจัดการด้านทรัพยากรบุคคลและลูกค้า (People: Managing Human Resources and Customers) บุคคลในที่นี้ หมายถึง บุคคลทุก ๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ รวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าอื่นในสิ่งแวดล้อมของการให้บริการ พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบสำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ ในปัจจุบันนี้ สถานการณ์การแข่งขันธุรกิจรุนแรงขึ้น พนักงาน จึงเป็นปัจจัยสำคัญ ในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับสินค้าทำให้เกิดความได้เปรียบ ในการแข่งขัน

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน ระเบียบ หรือกระบวนการให้บริการ รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เช่น การตัดสินใจในเรื่องนโยบายที่เกี่ยวกับลูกค้าและบุคลากรขององค์กร ฯลฯ ซึ่งจะต้องมีความสมดุล ระหว่างฝ่ายการผลิตและฝ่ายการตลาด เพื่อลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น ควรมีการจัดผัง กระบวนการบริการ (Service Blueprint) เพื่อออกแบบกระบวนการผลิต และนำเสนอบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการสถานที่ ที่ลูกค้า และร้านค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน รวมถึงองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่าง ๆ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้นได้ และใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของบริการ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้า ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอก (Facility Exterior) เช่น การออกแบบรูปปลั๊กภายนอกอาคาร ป้ายบอกทางเข้าสถานบริการ ป้ายชื่อกิจการ เป็นต้น และสภาพแวดล้อมภายใน (Facility Interior) เช่น การออกแบบ และตกแต่งภายในอาคาร อุปกรณ์ในการให้บริการ ป้ายบอกทางภายในอาคาร คุณภาพของอากาศภายในตัวสถานที่ให้บริการ เป็นต้น และ 2) คือ สิ่งที่จับต้องได้ประเภทอื่น (Other Tangibles) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมที่ช่วยในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นามบัตร เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงาน เอกสารแผ่นพับต่าง ๆ ฯลฯ

8. การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) การให้บริการลูกค้า หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และตลาด หรือกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับบริษัท กลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้แน่ใจว่า จะเกิดความสัมพันธ์ระยะยาว ที่ทุกฝ่ายต่างก็ได้ประโยชน์ร่วมกัน และเพื่อเป็นการส่งเสริมการทำงาน ของส่วนประสมการตลาดอื่น ๆ ส่วน คุณภาพ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ ที่เรียกว่า “คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality: PSQ) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าเปรียบเทียบคุณภาพของ “บริการที่เขาได้รับ” กับ “บริการที่เขาคาดหวัง” ซึ่งมีเกณฑ์ประเมินคุณภาพ ของการบริการอย่างกว้างทั้งหมด 5 ข้อ คือ 1) ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2) ความมั่นใจ (Assurance) 3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) 4) ความใส่ใจ (Empathy) และ 5) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)

นอกจากนั้น สุทธิชัย ปัญญโรจน์ (ออนไลน์) ยังให้ทัศนะเพิ่มว่าควรประกอบด้วย อีก 2P เพื่อพัฒนาให้เป็นกลยุทธ์การตลาด 10 P's ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ได้แก่

9. การใช้พนักงานขาย Personnel Strategy เป็นกลยุทธ์ที่ต่อยอดมาจาก Promotion Strategy หรือกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด เนื่องมาจากการขาย โดยพนักงานขายนั้น มีความสำคัญมากสำหรับผลิตภัณฑ์บางชนิด ซึ่งต้องอาศัยการอธิบายสร้างความเข้าใจให้ผู้ซื้อ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เช่น สินค้าประเภทยา ผลิตภัณฑ์ประเภท อาหารเสริม เป็นต้น พนักงานขายที่ดี จะต้องมีความรู้ มีความสามารถ มีประสบการณ์ ในการใช้สินค้า และมีเทคนิค ในการขาย มีการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ เพื่อนำพาไปสู่การตัดสินใจซื้อ

10. ความเข้าใจ Perception Strategy เป็นกลยุทธ์ที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อปรับประยุกต์หลักการตลาดให้ทันต่อสถานการณ์นั้น ๆ เนื่องจากโลกในยุคปัจจุบันมีการไหลเวียนด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร การไหลเวียนของวัตถุดิบ การไหลเวียนของสินค้า บริการ ไปทั่วทุกมุมโลก เราจะเห็นได้ว่า สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่วางขายกันในประเทศไทย เราสามารถนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ เข้ามาวางขาย ได้อย่างเสรีมากขึ้น ฉะนั้น นักการตลาด เจ้าของกิจการ นักธุรกิจ ที่มีความเข้าใจมีการปรับตัว มีการเปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลา จึงประสบความสำเร็จในการทำการตลาดในยุคนี้

ทั้งนี้ ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เนื่องจากมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่จะใช้ในการนำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดที่จะถูกนำมาใช้กับธุรกิจบริการ จำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับรับสัมผัส (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจตามหลักแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2564) ได้วางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบริการไว้ 10 อย่างหรือเรียกว่า 10P's ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ถือได้ว่าเป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมบริการแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะต้องตรงตามเป้าหมายที่ผู้บริโภคต้องการ โดยจะวัดจากระดับความพึงพอใจ และการกลับมาใช้ซ้ำของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการ กับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจะทำให้ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาในการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในปัจจุบันที่จะใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้หลากหลาย และมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอจึงจำเป็นต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ

(Channels) ที่เหมาะสมกับกลุ่มของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ธุรกิจต้องการ ซึ่งปัจจุบันลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวจะใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ ทั้งนี้ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดจะช่วยในการดึงดูดใจผู้บริโภคด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การลดราคาการแจกของแถม การให้ของสมนาคุณต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีการให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคเข้าไปเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้สิทธิพิเศษ ซึ่งปัจจุบันนี้ธุรกิจต่าง ๆ มาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) กลยุทธ์นี้บุคคลากรจะต้องมีความรู้ทักษะด้านต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น บุคคลากรจำเป็นต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence / Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

8. ด้านโปรแกรมสำหรับการท่องเที่ยว (Program) หรือ Packaging เป็นกลยุทธ์ที่ต่อยอดมาจาก Product Strategy กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์หรือโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้ จะต้องสามารถสร้างความประทับใจแรกพบของลูกค้า หรือ First Impression ซึ่งในยุคนี้ เจ้าของกิจการหรือนักธุรกิจ มีความจำเป็นจะต้องลงทุนเพิ่มขึ้น หรือมีต้นทุนเพิ่มขึ้น เพราะการทำบรรจุภัณฑ์หรือหน้าตาของโปรแกรมที่ส่งไปยังลูกค้าให้ดูดี มีความน่าเชื่อถือ สวยงาม มีสีสันโดนใจ ย่อมทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่า

9. ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) กลยุทธ์คู่ค้าหรือกลยุทธ์หุ้นส่วน เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญเพราะการมีคู่ค้าหรือหุ้นส่วน จะสามารถช่วยเราในการทำธุรกิจได้หลายประการ เช่น ช่วยคิด ช่วยลงทุน ช่วยทางด้านเทคโนโลยี ช่วยเหลือในเรื่องการวางระบบงาน ฯลฯ ได้เป็นอย่างดี

10. ด้านลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (Particularity) เป็นกลยุทธ์ที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ และต้องทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์นั้น ๆ เพราะโลกยุคปัจจุบัน มีการไหลเวียนในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร วัตถุดิบบริการ ซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่วางขายกันในประเทศไทย และยังสามารถนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ เข้ามาวางขายได้อย่างเสรีมากขึ้น ทั้งนี้ ตัวสินค้าและบริการที่ถูกวางขายจะต้องมีความพิเศษไม่เหมือนกับที่อื่น เพื่อให้เป็นหนึ่งเดียวเท่านั้น

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ “ส่วนประสมทางการตลาด” ผู้วิจัยนำความรู้ที่ได้ใช้ในการสร้างแบบสอบถามเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (10P's) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยใช้แนวคิดของของเสรี วงษ์มณฑา (2564) ซึ่งได้อธิบายถึงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 10P's ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) 5) บุคคล (People) 6) กายภาพ (Physical Evidence) 7) กระบวนการ (Process) 8) การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) 9) การใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และ 10) ความเข้าใจ (Perception Strategy) เพื่อใช้เป็นคำถามในส่วนงานวิจัยที่เป็นเชิงปริมาณ ซึ่งถือได้ว่าครอบคลุมและเหมาะสมเพียงพอกับการวิจัยเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในครั้งนี้

การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Bruce, Green and Georgeson, (2003); Petrosillo, Zurlini, Corliano, Zaccarelli and Dadamo (2007) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่เกิดขึ้น หลังจากที่ได้รับผลกระทบจากสิ่งเร้า และถูกแปลความหมาย โดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของแต่ละบุคคล โดยการรับรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องประกอบด้วยกระบวนการสำคัญ ได้แก่ การสัมผัส ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า การแปลความหมายจากการสัมผัส และการใช้ความรู้เดิมเพื่อแปลความหมาย

Sangeeta (2013) กล่าวว่า การรับรู้การท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้น ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้ 1) การเลือกรับรู้ตามความสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจะเลือกสนใจใน สื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ตัวเครื่องบิน เป็นต้น 2) การจัดระเบียบข้อมูล โดยอาจนำข้อมูลต่าง ๆ มารวบรวมเพื่อความเข้าใจ และ 3) การแปลความหมาย โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ในอดีตของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งในบริบทของการท่องเที่ยวนั้น คือ การแปลผลข้อมูลของนักท่องเที่ยวจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้ผ่านประสาทสัมผัสก่อน หรือหลังการเดินทาง ซึ่งการแปลผลข้อมูลนั้นจะมีความแตกต่างกันได้หากมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน

การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้น หลังจากที่ได้รับ การกระตุ้นจากสิ่งเร้า และถูกแปลความหมาย โดยใช้ ความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจ ของแต่ละบุคคล โดยการรับรู้ จะเกิดขึ้นได้ ต้องประกอบด้วย กระบวนการสำคัญ ได้แก่ การสัมผัส ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า การแปลความหมาย จากการสัมผัส และการใช้ ความรู้ เดิมเพื่อแปลความหมาย

Pizam and Mansfield (1999) กล่าวว่า แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้แรงจูงใจ มีประสิทธิภาพนั้นต้องประกอบไปด้วยส่วน สำคัญ 2 ประการ คือ ความสามารถ หรือทักษะในการทำงานของบุคคล และการจูงใจ เพื่อโน้มน้าวบุคคล ซึ่งแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจที่เกิดการโน้มน้าว หรือมี แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการการเดินทาง

ในทิศทางเดียวกัน ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550) ได้แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า แรงจูงใจ แบ่งออกเป็นปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งปัจจัยผลัก เป็นปัจจัย ที่เป็นแรงให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทาง แต่ในกระบวนการที่จะตัดสินใจ ไปท่องเที่ยวอยู่ที่ปัจจัยดึงดูด แรงจูงใจจะมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ เนื่องจากมีส่วนหนึ่งของแรงจูงใจ ให้เดินทางไปท่องเที่ยวเกิดจากการรับรู้ การรับรู้จึงมีความสำคัญมากในทาง การตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการบนพื้นฐานของข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับรู้มา แรงจูงใจยังมีความต้องการของมนุษย์หรือผู้บริโภคที่กำหนดการ ตอบสนองตามความต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน ด้วยวัฒนธรรม ที่มีความแตกต่างกัน จะเป็นแรงจูงใจสำคัญที่สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว หลากหลายแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงมรดก การท่องเที่ยวเชิงศิลปะ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Richards, 2018) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) มีมุมมองว่า ในปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีการพัฒนาที่สอดคล้อง กับนโยบาย ทางด้านการท่องเที่ยว รวมถึงวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทยซึ่งเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์และวิถีไทย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศไทย

จากงานวิจัยของยุทธศักดิ์ สุภสร (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ นิยมเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและสิ่งใหม่ ๆ สักการะไหว้พระ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศึกษาประวัติ และเอกลักษณ์ของวิถีชุมชน ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศาสนสถาน และพื้นที่ธรรมชาติ แรงจูงใจและการรับรู้เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยว สามารถประเมิน และให้คุณค่าแก่การท่องเที่ยวผ่านการรับรู้ ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับ Ximba (2009) ที่แสดงแนวคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเน้นความเข้าใจในวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วม ในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านภูมิปัญญา ความงาม จิตวิทยา และความรู้สึก จึงทำให้นักท่องเที่ยวถ่ายทอดพฤติกรรม ที่เกิดขึ้นได้ และส่งผล ต่อการตลาด การท่องเที่ยวในพื้นที่

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเป็นโอกาสให้เกิด การท่องเที่ยวซ้ำ เนื่องจากเพราะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่า ในด้านการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่า เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นการปลูก จิตสำนึกในการท่องเที่ยวอีกด้วย โดยปัจจัยการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยว นั้น ประกอบไปด้วย แรงจูงใจจากความต้องการผ่อนคลายความเครียด แรงจูงใจด้านการแสวงบุญ แรงจูงใจด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม อีกทั้งการรับรู้ยังเป็นพื้นฐาน การเรียนรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ทางด้านร่างกาย จิตใจ ความต้องการ และทัศนคติที่ก่อให้เกิดการรับรู้ให้ความสนใจที่ต่างกันไป การรับรู้ในการท่องเที่ยว จึงมีความสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้กับสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิด ความประทับใจสูงสุด

แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจสำคัญที่ทุกภาคส่วนของประเทศต้องร่วมกันบูรณาการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีคุณภาพ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ได้แก่

กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 5 กลยุทธ์ ประกอบด้วย

1. ปรับภาพลักษณ์และขยายการรับรู้คุณค่า Happiness You Can Share

แนวทาง: สานต่อการสื่อสารในเชิงลึก เน้นย้ำถึงเรื่องราววิถีไทย (Thainess) ชักชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา Discover Amazing Stories ค้นหาด้านกำเนิดและสิ่งที่อยู่เบื้องหลังสัญลักษณ์ (Icon) ด้านการท่องเที่ยวของไทยที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก อาทิ Smile Story เรื่องราว ‘ยิ้ม สยาม’ Gourmet Story เรื่องราว ‘อาหารไทย’ Craft Story เรื่องราว ‘ผ้าไทย’ ที่จะนำพาให้นักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างอย่างมีคุณค่า และสามารถสร้างความสุข (Happiness You Can Share) ให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกครั้งสัมผัส พร้อมทั้งนำเสนอภาพของสินค้าคุณภาพ และบริการ ที่น่าประทับใจเพื่อยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยสู่การเป็น ‘Quality Leisure Destination’ โดยสื่อสารอย่างครอบคลุมผ่านทั้ง Traditional Media และ New Media ยอดนิยม ระดับโลกและในพื้นที่ตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เสริมด้วยการติดตาม บริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงลบในสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ผ่าน Social Media และ Social Community ควบคู่กับการทำ Social Customer Relationship Management (SCRM) สานสัมพันธ์ สร้างความผูกพันและความรักดีกับนักท่องเที่ยวที่เป็นฐานลูกค้าปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

2. สร้างสรรค์และส่งเสริมสินค้าเชิงคุณค่า

แนวทาง: คัดเลือก ออกแบบ และสร้างสรรค์สินค้าและกิจกรรมท่องเที่ยว ในมุมมองใหม่ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องราวที่น่าสนใจและคุณประโยชน์ของสินค้าตามวิถีไทย พร้อมทั้งได้มีประสบการณ์ร่วมกับตัวสินค้า และได้ทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว (Creative Tourism) โดยให้ความสำคัญกับสินค้า ‘วิถีไทย’ ที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย อาทิ อาหารไทย ผ้าไทย ชุมชนท่องเที่ยวสินค้า Premium OTOP ที่พักและบริการระดับ 5 ดาวในประเทศไทย โดยเฉพาะสินค้าที่อยู่ในพื้นที่ 5 Clusters และพื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด นอกจากนี้ ยังมุ่งสร้างสรรค์และสนับสนุนกิจกรรมพิเศษในระดับนานาชาติ (International Events) พร้อมทั้งต่อยอดยกระดับเทศกาลงานประเพณี ให้เป็นแม่เหล็กดึงดูด นักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

3. ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ

แนวทาง: ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยว และเข้าร่วมกิจกรรมตามความสนใจพิเศษ ที่มีแนวโน้มขยายตัว 4 กลุ่มหลัก คือ กลุ่ม Sport Tourism กลุ่ม Green Tourism กลุ่ม Health & Wellness กลุ่ม Wedding & Honeymoon ซึ่งประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ พร้อมเพียงพอที่จะรองรับและมีโอกาสที่จะส่งเสริมให้เติบโตต่อเนื่องต่อไปได้ โดยเน้นการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ ของสินค้าที่ได้มาตรฐานระดับโลก และบริการด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่น่าประทับใจตามวิถีไทย รวมทั้งการแสวงหา และร่วมมือกับคู่ค้าทั้งในและนอก อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่จะช่วยเพิ่มช่องทางการขายและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่ม และเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดให้กับประเทศไทยได้ในเวทีโลก

4. กระตุ้นการใช้จ่ายกลุ่มตลาดระดับกลาง-บน

แนวทาง: กระตุ้นความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มระดับกลาง-บน หรือกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ US\$ 20,000/คน/ปีขึ้นไป โดยส่งเสริมทั้งกลุ่ม ที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย (First Visitor) และกลุ่มที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว (Repeater) โดยการส่งเสริมกลุ่มที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย (First Visitor) จะเน้นที่การนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อเปิดกลุ่มตลาดใหม่ (Segments) ในพื้นที่ตลาดเดิม อาทิ กลุ่มมุสลิมในตลาด GCC Levant และกลุ่ม Super Rich ในตลาดจีน อินเดีย รวมถึงการขยายปีก สร้างเครือข่ายการตลาด เพื่อเปิดพื้นที่ตลาดใหม่ ในเมืองรอง และในประเทศที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง

นอกจากนี้ สำหรับการรักษฐานของลูกค้าปัจจุบันที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว (Repeater) จะมุ่งเน้นสร้างแรงจูงใจ ให้เดินทางมาเที่ยวซ้ำ และกระตุ้นให้ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น โดยนำเสนอสินค้าเชิงประสบการณ์ที่เพิ่มมูลค่า เน้นส่งเสริมให้ทำกิจกรรมที่หลากหลาย ในแหล่งท่องเที่ยวใน 7 กลุ่มสินค้า ได้แก่ อาหารไทย ศิลปะไทย วิถีชีวิต สุขภาพ เทศกาลความเชื่อ และความสนุกสนานแบบไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ 5 Clusters และพื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด

5. ส่งเสริมจุดขายที่แตกต่างเชื่อมโยง AEC

แนวทาง: ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงเมืองชายแดนและกลุ่ม AEC ในลักษณะ Multidestination เน้นให้ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมโยงทั้งทางบก เรือ และอากาศ ดึงตลาดคนอาเซียนให้เที่ยวกันเองภายในอาเซียน (ASEAN for ASEAN) และดึงดูดตลาดประเทศที่สาม ให้เดินทางเข้ามาใน AEC (ASEAN for All) โดยในด้านการเดินทางทางบก เน้นการเดินทางข้ามแดน จากประเทศเพื่อนบ้านจากตลาด กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม และดึงดูดตลาด

จากประเทศที่สาม สำหรับการเดินทางอากาศ จะเน้นการท่องเที่ยวจากประเทศที่สาม โดยเฉพาะจากตลาดยุโรป และอเมริกาให้เดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทยกับประเทศใน AEC ส่วนการเดินทางทางเรือ เน้น Cruise จากสิงคโปร์และฮ่องกงที่จะนำนักท่องเที่ยวทั้งจากสิงคโปร์ ฮ่องกง และประเทศที่สาม เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทย เชื่อมโยงกับอาเซียน โดยใช้ไทยเป็นจุดต้นทาง หรือปลายทางของการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังมุ่งสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการท่องเที่ยวไทย โดยนำเสนอเน้นย้ำเรื่องราว เอกลักษณ์วิถีความเป็นไทยเป็นจุดขายที่แตกต่างอย่างเด่นชัดจากกลุ่ม AEC พร้อมทั้งยกระดับงาน TTM+ ให้เป็นเวทีเจรจาธุรกิจระดับภูมิภาคไปพร้อมกัน

กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ 4 กลยุทธ์ (กองกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ประกอบด้วย

1. สื่อสารเพื่อสร้างความรักและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย

แนวทาง: สื่อสารคุณค่าความสุขที่เกิดจากรัก และความภาคภูมิใจในประเทศไทย ผ่านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงกระตุ้น ผ่านมุมมองที่สดใหม่ให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ออกเดินทาง ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ ไม่เหมือนใคร โดยใช้คนรุ่นใหม่ Gen Y (อายุประมาณ 19-35 ปี) เป็นผู้จุดประกายสร้างสรรค์การท่องเที่ยวไทยที่เก๋ไก๋ในสไตล์ของตนเองและต่อยอดการสื่อสารภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของ 5 ภูมิภาคด้วยการนำเสนอจุดขายเชิงคุณค่า เพื่อสร้างนิยามใหม่ ของการท่องเที่ยวที่สามารถส่งมอบคุณค่าทางจิตใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ได้แก่ ภาคเหนือ - ‘เหนือฝัน ล้านแรงบันดาลใจ’ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ - ‘อีสานแซ่บนัว’ ภาคกลาง - ‘สุขกลางใจใกล้แค่เอื้อม’ ภาคตะวันออก - ‘สีสันตะวันออก’ ภาคใต้ - ‘ปักข์ใต้ ปักข์หมุด หยดเวลา’ โดยดำเนินการผ่านกระบวนการสื่อสารการตลาด ทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Traditional Media และ New Media การจัดกิจกรรม Event Marketing ส่งเสริมและสร้างสรรค์กิจกรรม เทศกาล ประเพณีที่นำเสนอความเป็นไทย รวมถึงแคมเปญทางการตลาด ที่ส่งมอบความสุข และสร้างกระแสหลงรักความเป็นไทย

2. กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ

แนวทาง: เจาะกลุ่ม ตลาดศักยภาพที่มีกำลังซื้อสูง และมีแนวโน้มเติบโตในอนาคต ได้แก่ ตลาดผู้สูงวัย ผู้หญิง กลุ่ม DINKS และกลุ่ม Gen Y ให้เดินทางและใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ด้วยการนำเสนอสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าเพิ่มตอบโจทย์ความต้องการ การใช้ชีวิต และประสบการณ์ที่กลุ่มเป้าหมายแสวงหา ผ่านการสื่อสารการตลาดครบวงจร กระตุ้นการเดินทางด้วยกิจกรรมทางตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งการใช้

Celebrity Marketing การทำ Joint Promotion และการจัด Exclusive Trip ร่วมกับพันธมิตรที่อยู่ใน Customer Journey (เส้นทางการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยว) และการจัด Event Marketing

3. กลยุทธ์กระจายพื้นที่และช่วงเวลาการท่องเที่ยว

แนวทาง: ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลัก ให้เดินทางในวันธรรมดา เพื่อลดการกระจุกตัวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ด้วยการสื่อสารคุณค่าของการท่องเที่ยว ในวันธรรมดาควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก และกลุ่ม Corporate ทั้งยังส่งเสริมการกระจายการเดินทางสู่เมืองท่องเที่ยวรอง เพื่อลดการกระจุกตัวในเมืองท่องเที่ยวหลัก ด้วยการต่อยอดโครงการพื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้จุดหมายของทั้ง 12 เมือง และกระจายการท่องเที่ยว ออกสู่เมืองโดยรอบ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการเดินทางสู่เมืองชายแดนด้วยการใช้ประเทศเพื่อนบ้านใน AEC เป็นจุดดึงดูด โดยให้พักค้างและใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้นก่อนเดินทางออกสู่ต่างประเทศ

4. สร้างความเข้มแข็งให้สังคมและรักษาสีงแวดล้อม

แนวทาง: ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Green Tourism ในกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก เพื่อสร้างการตระหนักรู้ในวิธีการท่องเที่ยวที่ช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการสื่อสารการตลาดและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้สำหรับกลุ่มครอบครัว เยาวชน และกลุ่มศักยภาพ ด้วยการสร้างกระแสการเรียนรู้ ให้สนุกทั้งครอบครัว และส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้นอกห้องเรียนกับสถาบันการศึกษา เพื่อปลูกฝังให้คนไทย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนรักและภาคภูมิใจในความเป็นไทย รวมถึงออกแบบและสร้างสรรค์สินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ Supply Chain ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาสินค้า/บริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยคำนึงถึงการรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ให้เป็นจุดหมายทางการตลาดต่อไปได้อย่างยั่งยืน

จากกลยุทธ์ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ 4 ข้อนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์เพื่อใช้สร้างกรอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงคำถามในแบบสอบถามเชิงปริมาณเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยกล่าวโดยสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (10P's) ถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยด้วยการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิราศเมืองเพชรให้ได้ผลดียิ่งขึ้น โดยจะต้องนำหลักของส่วนประสมทางการตลาด (10P's) และการ

ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One-stop services) มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวและการบริการในแต่ละประเภท

การวางแผนการตลาดในการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ

การวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดของ Destination เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะจะเป็นวิสัยทัศน์ร่วมของการทำงานประสานกันในทุกหน่วยงาน จะทำให้เป้าหมายเป็นจริง ตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้ โดยแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) พยอม ธรรมบุตร (2558) กล่าวว่า จะเป็นการกำหนดแผนงานและยุทธศาสตร์หลักระดับนโยบาย (Long-term plan) ในขณะที่แผนกลยุทธ์ (Tactical plan) จะเป็น (Short-term plan) ซึ่งมีรายละเอียดของการกำหนดตลาดเป้าหมายแต่ละแห่ง การกำหนดกิจกรรม และงบประมาณทรัพยากรของแต่ละเป้าหมาย ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ เป็นแผนที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับเวลาดังกระบวนการวางแผนการตลาดได้ (Kotler, 2003) ดังนี้

การตลาดยุค 1.0 เป็นยุคแรก ๆ ที่เกิดการผลิตสินค้าในเชิงอุตสาหกรรมคู่แข่ง ในการผลิตน้อยราย ความต้องการผู้บริโภคจะมีสูงกว่าการผลิตตัวผลิตภัณฑ์ จะเป็นศูนย์กลางของทั้งหมด มีอิทธิพลเหนือลูกค้าอย่างชัดเจน เป็นยุคของการวางตำแหน่งสินค้า กำหนดกลยุทธ์ตลาด ด้วย 4P's พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องมีคุณภาพ มีฟังก์ชันที่ดี ตั้งราคาให้ถูกต้องหาช่องทางขาย ให้ถูกต้องกับผลิตภัณฑ์และลูกค้า ทำการสื่อสารไปหาลูกค้าว่าของเราดีอย่างไร ล่อใจลูกค้าด้วยโปรโมชั่น ความสัมพันธ์ในยุคนี้เป็นแบบ One to Many ผู้ผลิตรายเดียว ติดต่อกับลูกค้าได้หลายราย

การตลาดยุค 2.0 เป็นยุคที่การแข่งขันเริ่มสูงขึ้น เกิดการช่วงชิงลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลายมาเป็นศูนย์กลาง การมุ่งตอบสนองที่ลูกค้ากลายเป็นนโยบายหลักของหลาย ๆ องค์กร กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดจึงต้องพัฒนาเพิ่มจาก 4P เป็น 7P ได้แก่ Product Price Place Promotion People Physical และ Process มุ่งหวังเพิ่มมูลค่าลูกค้าแต่ละรายให้สูงสุด เกิดกลยุทธ์ที่มุ่งไปยังลูกค้ามากขึ้น ทั้งเพื่อรักษาลูกค้าเก่าและช่วงชิงฐานลูกค้าใหม่ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและเกิดความภักดีในที่สุด เช่น การสร้างความสัมพันธ์ให้กับลูกค้า (CRM: Customer Relationship Management) และการบริหารประสบการณ์ลูกค้า (CEM: Customer Experience Management หรือ Experiential Marketing) สร้างให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์เป็นบวกทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Contact Points) หรือการให้ลูกค้าได้ทดลองสินค้า (Try advertising) ผ่านอายตนะทั้ง 5 (5 Sense Marketing)

การตลาดยุค 3.0 เป็นยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารแบบล้ำสมัยเข้ามามีบทบาทสังคมเกิดการรวมตัว ทั้งทางกายภาพและทางความคิดได้ง่าย ส่งผลให้สังคม เริ่มมีอิทธิพลสูงต่อโลก ของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจการค้าจึงต้องย้อนกลับไปสู่การตอบสนองความเป็นเลิศต่อสังคม คุณสมบัติของสินค้าได้เป็นสิ่งยืนยันว่าจะสามารถชนะคู่แข่งได้ ความรักและความศรัทธา ที่ธุรกิจสร้างให้กับสังคมกลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินค้าของผู้บริโภคต่อธุรกิจนั้น ดังนั้น กลยุทธ์เพื่อสร้างการยอมรับจากสังคม (The Societal Marketing Concept) จึงกลายเป็นกลยุทธ์หลัก ที่ใช้แข่งขันในตลาดธุรกิจได้ การสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าในยุคนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็น เช่น ผู้ประกอบการหลายราย รวมตัวกัน เพื่อรวมแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และมองว่าผลกำไรที่ตามมาจะสามารถเป็นผลกำไรที่ยั่งยืน

การตลาดยุค 4.0 เป็นยุคที่อุปกรณ์ดิจิทัล เป็นเครื่องมือสำคัญ ที่ทำให้เกิดเครือข่ายสังคม ขนาดใหญ่ เป็นสังคมใหม่ ที่เชื่อมโยงถึงกันในโลกออนไลน์ และขยายตัวในเชิงปริมาณผู้คนในสังคมดิจิทัล เริ่มมีพฤติกรรมการจัดกลุ่มโดยธรรมชาติ (Self-Fragmented) โดยมุ่งเน้นไปที่วัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับความต้องการของตนเองมากขึ้น ดังนั้น เจ้าของธุรกิจ จะต้องสร้างแบรนด์สินค้าของตน ให้มีชีวิต หรือนำเข้าสู่เครือข่าย แห่งคุณค่าระหว่างแบรนด์ และผู้บริโภคได้

นอกจากนั้น การสร้างแบรนด์ในยุค 4.0 ยังแตกต่างจากยุคที่การตลาด เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน นั่นคือ การก้าวข้ามจากการระบุเพียงจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) หรือตำแหน่งทางการตลาด ไปสู่การทำให้แบรนด์มีชีวิต (Brand Personification) หัวใจสำคัญของกลยุทธ์ที่ทำให้คุณค่ามาก่อนมูลค่า คือ การที่คุณค่าร่วมในยุคนี้ เป็นสิ่งที่มีตัวชีวิตอย่างชัดเจน และสามารถทำได้ในวงกว้าง ดังนั้นแล้ว แบรนด์ จึงจำเป็นต้องเป็นผู้นำในการสร้างพื้นที่ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค รวมถึงความสามารถของแบรนด์ การเปลี่ยนคุณค่าให้กลายเป็นมูลค่า หรือการสร้างคุณค่าเฉพาะของแบรนด์ เนื่องจากว่า ผู้บริโภคกับแบรนด์ สามารถเชื่อมโยงและสร้างสายสัมพันธ์ต่อกันด้วยคุณค่าที่มีร่วมกันได้ เมื่อผู้บริโภคมีอำนาจมากขึ้น ในสังคมดิจิทัลจึงต้องการมีส่วนร่วมกับแบรนด์เพื่อสร้างความแน่ใจ และเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ ว่าจะได้รับบางสิ่งบางอย่างที่ตอบสนองความต้องการสูงสุดของตนเอง

จากการศึกษาเอกสาร และค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ผู้วิจัยขอสรุปว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การผสมผสานของกระบวนการตลาดด้านต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แบบบูรณาการของการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการจัดออกแบบ เพื่อไว้ใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ การกำหนดราคา การจัด

จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ ที่เสนอขาย โดยองค์ประกอบ ของส่วน ประสมทางการตลาดบริการ อันประกอบไปด้วย 10 องค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) แบบภูมิทัศน์ หรือสภาพทางกายภาพ (Physical Evidence) พนักงานขาย (Personal) และความ เข้าใจ (Perception) โดยทำการตลาด แบบเน้นการสร้างคุณค่าของสินค้า และสร้างความ ประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ดังนั้น จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยจะนำไป ใช้ในส่วนของการวางแผนการตลาดกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) มีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ได้ให้ ความหมายแตกต่างกันไป ตามทัศนคติที่หลากหลาย ดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2556) ให้ความหมายการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นปรากฏการณ์ ของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคโบราณ มีการเดินทางเพื่อไปค้าขาย พบปะญาติพี่น้อง เยี่ยมชมเคารพ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ไปเล่นกีฬา และไปด้วยเหตุผลต่าง ๆ เป็นการเฉพาะตามความ ประสงค์ ของผู้เดินทางในแต่ละช่วงเวลา ในเวลาต่อ ๆ มาจนถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ นิคม จารุมณี (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง “การเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมัก หมายถึง ที่อยู่อาศัยประจำไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสภาพแวดล้อม

ในขณะที่ ศรัณญา เลิศมนไพโรจน์ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยถาวร ไปยังที่อื่น ชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่หารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว อาจก่อให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ ระหว่างผู้ร่วมเดินทาง เช่นเดียวกับ ฉันทิช วรรณณอม (2552) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหาร และการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวัง ผลกำไรที่ต้องอาศัยแรงงาน และการลงทุนสูง ซึ่งสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การออกเดินทาง เพื่อการทำกิจกรรม หรือผ่อนคลาย ความเครียด แสวงหา ประการณใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้นเป็นการเดินทาง เพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้อง ไม่ถูกบังคับให้เดินทาง จากความหมายการท่องเที่ยวข้างต้น จากนักวิชาการที่ได้กล่าวมาแล้ว นั้นอาจกล่าวได้ ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจาก ที่พักอาศัยถาวร ไปยังที่อื่นชั่วคราว โดยมีจุดหมาย ปลายทางใดปลายทางหนึ่งที่ตนได้วางแผน

หรือมีความต้องการเดินทาง เพื่อเกิดประโยชน์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป เพื่อให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย หรือเป็นการเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้ หาประสบการณ์ การท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้จะต้องเป็นการเดินทางที่ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถพักผ่อนหรือไม่พักผ่อนก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนิยามความหมายของการท่องเที่ยว ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน เพื่อชมความสวยงาม ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน

ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว

ราณี อิลิชัยกุล (2557) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว แหล่งกิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่นของ อารยธรรมท้องถิ่นที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณี 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้แบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1) ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเอง โดยธรรมชาติโดยมิได้ถูกสร้างขึ้นโดยฝีมือของมนุษย์ ซึ่งมีความงดงามตระการตา สามารถดึงดูดคนให้ไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ทะเล ชายหาด เป็นต้น 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภท ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือของ มนุษย์ตามความต้องการ หรือประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกเมื่อครั้งในอดีต และสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่ในปัจจุบัน แต่สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่สามารถเป็นจุดดึงดูดให้คนหลงใหลไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนาสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น 3) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ในอีกกระบวนการหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้คน ในสังคมนั้น ๆ ซึ่งได้ยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาเป็นเวลานาน จากอดีต มาจนถึงยุคปัจจุบันรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดึงดูดใจให้คนเดินทางไป เยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ อีสริยา เลหาดีรานนท์ (2552) ให้ความหมายของคำว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ตั้งแต่ในระดับท้องถิ่น จนถึงระดับภูมิภาค และระดับโลก อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้ โดยสิ่งเหล่านั้นจะต้องมีความงดงามแปลกตา มีความสำคัญหรือมีคุณค่า รวมทั้ง วิธีการดำเนินชีวิตอันดีงาม ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมอันทรงคุณค่า และมีลักษณะเด่น เป็นเอกลักษณ์ ก็ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยว อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความสวยงามแปลกตา ตามสภาพทางภูมิศาสตร์ และธรณีวิทยา เช่น การกระทำของกระแสน้ำ และคลื่นบริเวณชายฝั่ง รวมทั้งพื้นที่ที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งธรรมชาติ จนเกิดความสวยงามร่มรื่น ทรัพยากรธรรมชาติประเภทนี้ ได้แก่ ภูเขา ถ้ำ อุทยานแห่งชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทวัฒนธรรม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์แต่ละกลุ่ม หรือชุมชนได้สร้างขึ้น ประดิษฐ์คิดค้น และยึดถือปฏิบัติกันเป็นระยะเวลายาวนาน ทรัพยากรประเภทนี้ แบ่งออกเป็น ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน และประเภทศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

แนวคิดของ ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยวมีต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ นิคม จารุมณี (2544) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อ ประเทศเป็นอันดับ 1 รายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวมีส่วนในการสร้างความสมดุลในระเศษฐกิจ และสร้างเสถียรภาพ ให้สมดุลแก่การชำระเงิน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศ และเป็นตัวแปร ในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

ด้านสังคมและวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) กล่าวว่า ความหลากหลายของวัฒนธรรม รวมถึงความเป็นไทยเป็นจุดขายสำคัญของการท่องเที่ยว ประเทศไทย (นิคม จารุมณี, 2544) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และชีวิตความ เป็นอยู่ให้ดีขึ้นแก่คนในชุมชน สามารถกระจายรายได้แก่คนในท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเป็นตัว ช่วยในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้ นักท่องเที่ยวอยากจะมาเยือน เพราะวิถีชีวิตของคนไทยนั้น มีความเป็นมาตั้งแต่อดีตสืบเนื่องมา เป็นเวลานานหลายร้อยปีเป็นมรดกตกทอดจนถึงปัจจุบัน

จึงทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ขึ้นมา และควรค่าแก่การเผยแพร่ให้คนที่ไม่เคยพบเห็นได้รู้จัก (สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดร.ชนิ เอ็มพันธุ์, 2539) เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม การบริการที่จะต้องใช้คนเป็นผู้ให้บริการ โดยเฉพาะ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยวและธุรกิจสายการบิน ส่วนธุรกิจทางอ้อมนั้น อาจจะเป็น การประกอบอาชีพเสริม เช่น งานหัตถกรรมสินค้า OTOP เป็นต้น

ด้านสิ่งแวดล้อมแนวความคิดของฉันทัท วรณณอม (2552) ให้ความสำคัญด้าน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยรักษา สิ่งแวดล้อม เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ทำให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เห็นคุณค่า ของ สิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นเหตุให้มีการมีการช่วยกันรักษาสภาพ ภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชน เพื่อสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น และสามารถ อาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวมาสนับสนุนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อันเป็นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ด้าน ใหญ่ ๆ คือ 1) ด้านการพัฒนา (Development) โดยเมื่อเกิดการเดินทางเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาความเจริญ ไปยังภูมิภาคนั้น ๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร และร้านค้า 2) ด้านเศรษฐกิจ (Economics) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูป เงินตราประเทศเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับการผลิตด้านอื่น ๆ โดยรายได้จากการท่องเที่ยว จะมีผลทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และจะทำให้ผลผลิต ส่วนรวม ของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว และการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดผลผลิต หมุนเวียน ภายในประเทศ และยังมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ ยังเป็นการลดอัตราการว่างงานทำให้ประชากร มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลต่อประเทศในเรื่องการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมถึงรายได้ของรัฐบาล ที่เพิ่มขึ้นในรูปของภาษีอากรประเภท ต่าง ๆ 3) ด้านสังคม (Social) การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง ในการมนุษยสัมพันธ์ของมนุษย์ใน การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และสร้างความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของ บ้านและแขกผู้มาเยือนโดยการท่องเที่ยวมีบทบาท ในการพัฒนาสร้างความเจริญในสังคมให้กับ ท้องถิ่นนั้นประชาชนก็มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ที่ดีขึ้นตามลำดับ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิด การอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม หรือยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและ จิตสำนึกในการอนุรักษ์อีกด้วย นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังช่วยขจัดปัญหาความเปลี่ยนแปลง ของชุมชนเมืองกับชุมชนชนบท และที่สำคัญยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป

หรือผู้ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน นอกจากนี้ของสุรเชษฐ์ เศรษฐมาส และคณะ (2539) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศและคนในสังคม คือ การท่องเที่ยวส่งผลทำให้เกิด การศึกษาเรียนรู้ ประสบการณ์ที่มีความแปลกใหม่ตลอดเวลา การเดินทางท่องเที่ยวช่วยเพิ่มพูน ประสบการณ์ชีวิตในด้านต่าง ๆ และ เข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ตนไปเยือน ได้ดีขึ้น

นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มจิตสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่ กระทบการทางธรรมชาติ ที่ก่อให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าบ้าน เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้ วัฒนธรรมของแต่ละฝ่าย และนำไปสู่ความเข้าใจและมีมิตรภาพที่ดี ต่อกัน และการท่องเที่ยวเป็น กิจกรรมการใช้เวลาว่างของมนุษย์ เพื่อแสวงหาความสุข และ ความเพลิดเพลินจากแหล่ง ท่องเที่ยวที่ตนเดินทางไปเยือน เพื่อช่วยผ่อนคลาย ความเหน็ด เหนื่อยเมื่อยล้า และความเครียด ทำให้สุขภาพร่างกาย และจิตใจสดชื่นดีขึ้น พร้อมทั้งจะกลับไป เพลิดเพลินกับภารกิจต่าง ๆ และการดำรงชีวิตที่จำเอาจได้อย่างมีความสุข ถ้าหากมีการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ดี ก็จะสามารถ ใช้เป็นเครื่องมือ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยวและบริเวณโดยอื่น ๆ ในรอบ ๆ พื้นที่ใกล้เคียงได้ ซึ่งเรื่องนี้ในอดีตผู้คนไม่ค่อย ให้ความสนใจมากนัก จนกระทั่งเกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ระดับโลกเกิดขึ้น และกระแส การท่องเที่ยวดังกล่าวได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย หลายฝ่าย เริ่มมองเห็นคุณค่าของ การท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวในข้างต้น นั้นอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมี ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคม เนื่องจากการท่องเที่ยวส่งผลต่อการพัฒนา ในด้านต่าง ๆ ทั้งการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ส่งผลทำให้ เกิดรายได้ทำให้เศรษฐกิจในประเทศมีการเติบโต เพิ่มโอกาสในการลงทุน และการท่องเที่ยว มีบทบาทในการสร้างงาน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่หน่วยงานต่าง ๆ คนในประเทศ เกิดรายได้ ซึ่งก็จะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำความคิดดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการเขียนความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย พร้อมกับนำไปเป็น แนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ความหมายของการพัฒนา

การพัฒนา (Development) หมายถึง การทำให้เจริญ ซึ่งจาร์ส นวลนิม (2540) ได้อธิบายว่า การพัฒนา หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทีละน้อย ๆ โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมไปกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2532) ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาหมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง หรือการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดแผน เอาไว้ล่วงหน้าแล้ว ซึ่งทิศทางหรือแผนที่กำหนดไว้นี้ ย่อมจะเป็นไปในลักษณะที่พึงปรารถนา ของสมาชิกในสังคมนั้น

นอกจากนั้น ชนิตา รัชกุลพลเมือง (2532) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้ว่า คือ การเปลี่ยนแปลงไปในการที่ดีขึ้นในทิศทางที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ ดารา ที่ปะปาล (2538) ให้ความหมายว่า การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นอย่างมีเป้าหมาย เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มี การกำหนดทิศทางเพื่อให้บรรลุตามแผนที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

ในทิศทางเดียวกัน มีชัย สายอรัม (2540) อธิบายความหมายของการพัฒนา ในลักษณะครอบคลุมและกว้างขวาง สรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงและ สร้างสรรค์ความก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจ ความเป็นธรรมในสังคม ความเสมอภาคในทาง การเมือง การธำรงรักษาวัฒนธรรมอันดีงาม การจัดสรรและกระจายทรัพยากรด้วยวิธีการ บริหารที่เหมาะสม เพื่อบรรลุเป้าหมายในอันที่จะสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากความหมายและนิยามดังกล่าว พอสรุปได้ว่า การพัฒนา คือ “กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยผ่าน ขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ความเจริญ มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเป็นไปตามทิศทางที่พึงปรารถนา อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุด โดยวิธีการพัฒนา ได้แก่ การจัดอบรม ประชุมสัมมนา และศึกษาเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน เป็นต้น

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว (Destination Development) คือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะแวะมาพักหรือหยุดอยู่เพื่อการท่องเที่ยว จับจ่ายซื้อของในช่วงระยะเวลาหนึ่งก่อนจะจากไป ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว คือส่วนสำคัญในการท่องเที่ยว โดยเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย (Pike, 2008)

การพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงปัจจัยที่จะทำการพัฒนา และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มี เพื่อจะได้มีทรัพยากรใช้ต่อไปในอนาคต Pelasol et al. (2012) กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึง องค์ประกอบ

ของการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีการวางแผนตามมา เป็นสิ่งแรกที่ต้องทำ และแบ่งได้เป็น 5 เรื่องด้วยกัน คือ การวิเคราะห์ตลาด การประเมินศักยภาพของพื้นที่ การศึกษาทาง การเงิน การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และการศึกษาผลกระทบทางสังคม (ละเอียด ศิลาณอย, 2549)

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นแก่คนในชุมชน สามารถกระจายรายได้แก่คนในท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเป็นตัวช่วยในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะมาเยือน ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดคำถาม เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 อ้างถึงใน Philip, 1994) กล่าวว่า การทำธุรกิจจำเป็นต้องทำการตลาดเพื่อให้ธุรกิจนั้นสามารถสร้างกำไร หรือผลประโยชน์ที่น่าพอใจแก่ผู้ดำเนินกิจการ ฟิลิปป์ ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำจำกัดความของการตลาดไว้ว่า การตลาดเป็นกระบวนการบริหารทางสังคม (Social and managerial process) มีวัตถุประสงค์ คือ ทำให้บุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการ โดยใช้เครื่องมือ คือ การสร้างการเสนอ และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น

องค์ประกอบของกระบวนการตลาด (Market process) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) มี 4 ส่วน ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์เกี่ยวกับความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความต้องการซื้อ (Demands)
2. การเสนอผลิตภัณฑ์ (Products) เพื่อสนองความต้องการ
3. คุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Value) ต้องคำนึงถึงต้นทุนของลูกค้า หรือราคาสินค้าที่ลูกค้าซื้อ และความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction)
4. การแลกเปลี่ยน (Exchange) การติดต่อธุรกิจ (Transaction) และการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างผลิตภัณฑ์กับการตลาด กลุ่มเป้าหมายของการขายผลิตภัณฑ์

ส่วนประกอบของการตลาดท่องเที่ยว

การตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบทางการตลาด ดังต่อไปนี้ (สุกร เสรีรัตน์, 2544)

1. ผู้ซื้อ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าท่องเที่ยว และเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ซื้อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 กลุ่มผู้บริโภคส่วนบุคคล หมายถึง บุคคลที่ต้องการเดินทาง ท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อโปรแกรมนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งอาจติดต่อผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว หรืออาจติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิต

1.2 กลุ่มผู้บริโภคองค์กร ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ซื้อซึ่งอาจจะเป็นองค์กรห้างร้านต่าง ๆ ที่ติดต่อให้ทางบริษัทจัดการนำเที่ยวอาจบริโภคสินค้าด้วยตัวเองหรือบริการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริโภคคนอื่น ๆ

2. สินค้า หมายถึง โปรแกรมนำเที่ยวต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น เพื่อขายสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยสินค้าบริการ ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย

2.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attraction) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติ หรือที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คนงานเทศกาล งานประเพณี และการแสดงโชว์ หรือเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยว เหล่านี้ ถือว่าเป็นส่วนประกอบหลักสำคัญที่สุดของสินค้าที่อยู่ในรายการนำเที่ยว เพื่อจะสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาซื้อรายการนำเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2.2 การขนส่ง คือ บริการเกี่ยวกับยานพาหนะต่าง ๆ ที่ใช้ในการขนส่งนักท่องเที่ยวตลอดการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยว เช่น การขนส่งโดยสารการบิน ทางรถไฟ หรือทางเรือ รวมถึงการเดินไป ณ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรือข้ามฟาก รถกระเช้า ฯลฯ

2.3 การบริการเกี่ยวกับที่พัก สำหรับผู้ให้บริการโรงแรม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยวว่าต้องการพักโรงแรมแบบไหน บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมแบบใด ตลอดจนคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่โรงแรมมีให้

2.4 การบริการอาหารและของที่ระลึก ผู้ให้บริการที่มีบริการเกี่ยวข้องกับภัตตาคาร ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จะต้องคำนึงถึงคุณภาพ รสนิยม และมีปริมาณที่เพียงพอ กับความต้องการของผู้ใช้บริการ

3. ผู้ผลิต หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หรือผู้จัดรายการนำเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้รวบรวมส่วนประกอบของสินค้าที่มีการบริการต่าง ๆ จากผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ นำมารวบรวม ทำเป็นรายการท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายแก่ผู้ซื้อ โดยผู้จัดรายการ จะต้องพิจารณาถึง คุณภาพของการบริการจากสถานประกอบการต่าง ๆ ต้องยึดหลักของการจัดนำเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจะต้องได้กินได้เที่ยว ได้นอน และได้ซื้อของ และสิ่งสำคัญต้องรู้ว่าขายผลิตภัณฑ์ให้กับใคร ที่ไหน เพื่อจะได้จัดขายผลิตภัณฑ์นั้น ให้ถูกกับความต้องการของตลาด

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) ได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานในการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ดังนี้

1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี 3) ความงดงามทาง ศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่ สืบค้นได้ 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีเกณฑ์การพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

2.1 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

2.2 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

3. การบริหารจัดการ มีเกณฑ์การพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ 3) การจัดการ ด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การจัดการด้านการให้ ความรู้และการสร้างจิตสำนึก 4) ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว 5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

นอกจากนั้น เกณฑ์และศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยว (ปาริณต รสิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี, 2556) สรุปได้ 6 ลักษณะ คือ

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต

2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลา จากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย

4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ข้อจำกัดทางด้านการบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

6. ความมีชื่อเสียงใน ปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จัก ของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสวงหา การรักษา การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญในการดำเนินการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ด้านภูมิทัศน์ หรือสภาพทางกายภาพ ด้านพนักงานขาย และด้านความเข้าใจ โดยทั้ง 10 องค์ประกอบนี้ สามารถนำมาใช้ในการวางแผนการทำงาน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว มากำหนดใช้ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของวรรณคดีที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

อัจฉริยา วสุนันต์ (2560) กล่าวว่า วรรณคดี (Wiktionary) หมายถึง บทประพันธ์หรือวรรณกรรมที่ได้รับการยกย่องว่าแต่งดี มีคุณค่าเชิงวรรณศิลป์ชั้นสูง เช่น พระราชนิพนธ์สิบสองเดือน มัทนะพาธา สามก๊ก เสภาเรื่อง ขุนช้างขุนแผน ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นส่วนสำคัญในการแสดงออกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ ยิ่งไปกว่านั้น วรรณคดียังสามารถถูกนำไปดัดแปลงเป็นศิลปะด้านอื่น ๆ เพราะเป็นตัวแทนของความรู้สึกนึกคิดของผู้คน และสะท้อนสภาพสังคม วัฒนธรรมมาทุกยุคทุกสมัย (สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์, 2020) ที่สำคัญวรรณคดีไทย ยังเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดต่อกันมาช้านานจึงเปรียบเสมือนสมุดบันทึกเล่มหนึ่งที่มีการบันทึกเรื่องราวศิลปวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ของแต่ละแต่ละช่วงเวลา ดังนั้น หากเราใช้วรรณคดีมาเป็นสื่อกลาง ในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวก็จะทำให้

เกิดความน่าสนใจซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้เที่ยวชมสถานที่และศิลปวัฒนธรรมที่สวยงามแล้วยังสามารถเรียนรู้เรื่องราวของวรรณคดีไปในเวลาเดียวกันอีกด้วย

วรรณคดีถือเป็นหนึ่งในหนังสือเพื่อความผันในการเดินทาง ที่นักท่องเที่ยว สามารถขยายขอบเขตจินตนาการอันไกลโพ้นของผู้่านจากความช่วยเหลือของวรรณกรรมเรื่องนี้ ซึ่งจะแนะนำให้ผู้อ่านได้รู้จักเรื่องราวและข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง นอกจากนั้นผู้อ่านสามารถใช้หนังสือเล่มนี้เพื่อวางแผนวันหยุดพักผ่อน วิธีการเดินทาง สถานที่พัก และคุณค่าที่ดีที่สุด จากสิ่งที่ได้รับจากวรรณคดีเรื่องนั้น (Victoria Brooks, 2001) การอ่านบทประพันธ์ สามารถพาความคิดของผู้่านไปได้ไกล สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความต้องการ การเดินทาง ตามรอยทั้งจากตัวอักษร ผู้นิพนธ์ ตัวละคร หรือเรื่องราวดี ๆ ที่สำคัญวรรณคดี สามารถเป็นตัวดึงดูดที่ยิ่งใหญ่ ช่วยให้ผู้อ่านได้พบประสบการณ์ที่คุ้มค่า ช่วยให้เข้าใจถึงไม่ใช่เพียงแค่จุดหมายปลายทางมาสู่ชีวิตของคนแต่งเท่านั้น แต่ยังให้ข้อมูลเชิงลึกอีกยกหนึ่งว่า พวกเขาใช้ชีวิตอย่างไรอีกด้วย (Matthew Brumley, 2018)

สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์ (2563) กล่าวว่า หนึ่งวรรณคดีไทยยังถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่ (Creative Economy) อันเป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจ ที่ถูกนำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์หลัก ต่อการพัฒนาประเทศ โดยประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศ ที่มีขีดความสามารถ ทางวัฒนธรรมเป็นอันดับต้น ๆ ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น การดัดแปลงใช้ทรัพยากร ทางวรรณคดีของไทยผ่านวิธีการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จึงถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรม (Soft Power) ของการส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ของประเทศไทย โดยเชื่อมโยงจากการดัดแปลง บทประพันธ์ที่มีความโดดเด่น เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

เมื่อวิเคราะห์ถึงอิทธิพลของวรรณคดีที่แล้วดัดแปลงแล้วส่งทอดถึงกันซึ่งมีผลทางสังคมและวัฒนธรรมในลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ตามบริบทปัจจุบัน โดยสามารถดำรงเนื้อหาสำคัญ หรือสื่อความหมายถึงความโดดเด่นของวรรณกรรมนั้น ๆ ได้อย่างน่าสนใจ มีหลายเรื่องที่ควรศึกษา ได้แก่ วรรณคดีเรื่อง เสภาขุนช้างขุนแผน นิพนธ์โดยสุนทรภู่ เป็นนิทานมหากาพย์พื้นบ้านของไทย สันนิษฐานว่าแต่งขึ้นการร่อนแบบมุขปาฐะ (ปากต่อปาก) และเค้าเรื่องอาจเคยเกิดขึ้นจริงในสมัยกรุงศรีอยุธยาแล้วมีผู้จดจำเล่าสืบต่อกันมาคิดว่าเริ่มแต่งช่วงอยุธยาตอนกลาง (ราว พ.ศ. 2143) และมีการเพิ่มเติมหรือดัดทอนเรื่อยมา จนมีรายละเอียดและความยาวอย่างทีสืบทอดกันอยู่ในสมัยอยุธยาตอนปลาย เนื่องจากมีปรากฏ ในหนังสือคำให้การชาวกรุงเก่า ต่อมามีการดัดแปลงเพิ่มเติม จนมีลักษณะคล้ายนิทาน เพื่อให้เนื้อเรื่องสนุกสนานชวนติดตามยิ่งขึ้นในการดำเนินเรื่อง ได้สะท้อนภาพการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียม

ประเพณี และวัฒนธรรม ของชาวสยามในครั้งอดีตได้อย่างชัดเจน สำหรับเนื้อหาของขุนช้างขุนแผนในปัจจุบัน พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้โปรดเกล้าฯ ให้กวีในรัชสมัยของพระองค์ ตลอดจนพระองค์เองร่วมกันแต่ง และทรงพระราชนิพนธ์ขึ้นเป็นวรรณคดีที่มีค่าทั้งในด้านความไพเราะ และลีลาการแต่ง ตลอดจนเค้าโครงเรื่อง ได้รับการยกย่องตามพระราชบัญญัติวรรณคดีสโมสร ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวว่าเป็นยอดของหนังสือประเภทกลอนเสภา และได้รับประทับราชลัญจกร รูปพระคเณศไว้เป็นเครื่องหมายของการยกย่องนั้นด้วย บางตอนในวรรณคดีเรื่องนี้ ยังเป็นหลักฐาน ที่ให้ความรู้ในเรื่องราวความเป็นอยู่ของผู้คนและบ้านเมืองในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ สมกับที่มีคำกล่าววว่า วรรณคดีเป็นกระจกเงา สะท้อนภาพความเป็นไปของบ้านเมืองในยุคหนึ่ง ๆ ให้คนรุ่นหลัง ๆ ได้ทราบต่อกัน

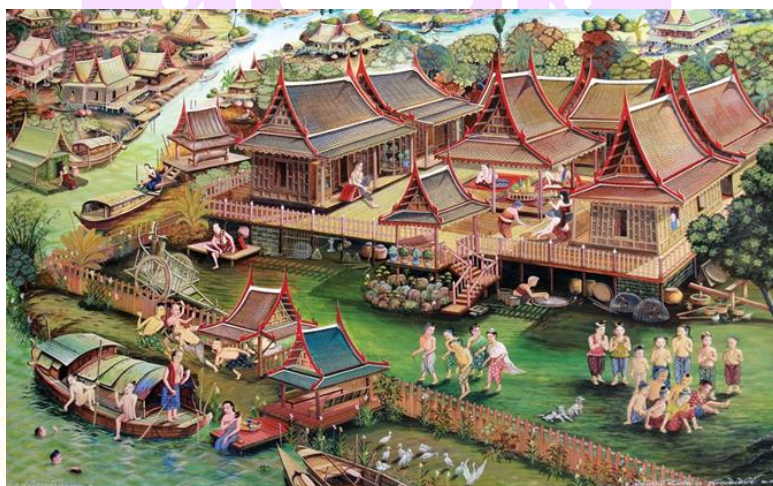
สถานที่ท่องเที่ยวตามรอยที่ได้รับอิทธิพล จากวรรณคดีขุนช้างขุนแผนที่น่าสนใจ ในจังหวัด สุพรรณบุรี ได้แก่ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร เป็นวัดเก่าแก่คู่บ้านคู่มืองที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร มีอายุราว 1,200 ปี ภายในวัดรอบ ๆ วิหารหลวงพ่อดโต จะมีภาพจิตรกรรมฝาผนัง ที่ถูกรังสรรค์จากฝีมือการวาดของจิตรกรด้วยความวิจิตรศิลป์เล่าเรื่องราววรรณคดีแห่งตำนานเมืองสุพรรณอันสือเลื่องของไทย ได้แก่ เสภาขุนช้างขุนแผนของสุนทรภู่ เป็นภาพสวยงามที่ถ่ายทอดเรื่องราวแต่ละตอนที่สำคัญของวรรณคดีได้อย่างครบถ้วนตั้งแต่เริ่มเรื่องจนถึงตอนสุดท้ายและยังสอดแทรกประเพณีไทยไว้ในภาพอย่างประณีตโดยวัดป่าเลไลยก์ปรากฏในเสภาขุนช้างขุนแผน ตอนที่พลายแก้วได้บรรพชาเป็นสามเณร และได้มาเรียนคาถาอาคม เทศน์มหาชาติ กับสมภารมีแห่งวัดป่าเลไลยก์

นอกจากนี้ ยังมีคุ้มขุนช้าง ซึ่งสร้างเป็นเรือนไทยไม้สักแบบโบราณหลังใหญ่ ตามวรรณคดีเรื่องขุนช้างขุนแผนโดยแต่ละห้องบนเรือนนั้น มีการจัดแสดง ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในสมัยเก่าก่อนไว้ให้เข้าชมได้ บริเวณทางขึ้นคุ้มขุนช้าง ก่อนเดินขึ้นไปทางด้านหน้าจะมีศาลา ผังขวาและซ้าย เป็นฉากภาพวาดของนางพิมพิลาไลย ขุนช้าง ขุนแผน ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึก



ภาพ 2 วัดป่าเลไลยก์ที่ปรากฏในเสภาขุนช้างขุนแผน

ที่มา: Facebook จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพ 3 จิตรกรรมฝาผนังเสภาขุนช้างขุนแผน

ที่มา: Facebook จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพ 4 คุ่มขุนช้าง

ที่มา: Facebook จังหวัดสุพรรณบุรี

ยิ่งไปกว่านั้นจากงานวิจัยของอมรรัตน์ เปี่ยมคนตรี และศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ (2558) เรื่อง การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าวรรณกรรมเรื่องนี้สามารถจะช่วยเพิ่มศักยภาพและคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรีได้เนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน เช่น มีสถานที่จริง ที่กล่าวถึงในวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนที่ยังปรากฏอยู่ในปัจจุบัน มีการสร้างคุ่มขุนแผน บ้านขุนช้าง รูปจำลอง ภาพจิตรกรรมในวรรณกรรม มีถนนสายสำคัญในจังหวัด สุพรรณบุรีที่ตั้งชื่อตามตัวละครต่าง ๆ ในเรื่องขุนช้างขุนแผน ซึ่งมีความสอดคล้องตามแนวทางการใช้วรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยว และตามแนวทางตัวอย่างการดำเนินการที่ดี สามารถนำมาสร้างสรรค์และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนรวมถึงชุมชนในท้องถิ่น ควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมนี้ อย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ เพื่อเป็นการสร้างระบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่วยกระจายรายได้ สู่ท้องถิ่น และ ยังเป็นการอนุรักษ์วรรณกรรมขุนช้างขุนแผน



ภาพ 5 การจัดแสดง ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ในสมัยก่อนภายในคุ้มขุนช้าง

ที่มา: Facebook จังหวัดสุพรรณบุรี

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวยังมีความสนใจในด้านการนำวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน มาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดโดยสนใจให้มีการนำวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี และต้องการให้มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม และสนใจให้มีการส่งเสริมและอนุรักษ์ วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและเน้นความเชื่อมโยงในความสนใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนำวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนมาใช้ และการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน การจัดสถานที่ท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็น คุณค่า ทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตประเพณีไทยที่สะท้อน จาการวรรณกรรม ขุนช้างขุนแผน

วรรณคดีไทยที่ยังอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวไทย นั่นคือ เรื่อง ลิลิตตะเลงพ่าย เป็น วรรณคดีโบราณอิงประวัติศาสตร์ ประพันธ์ขึ้นโดยสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระปรมานุชิต ชิโนรส และพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่นภูบาลบริรักษ์ จุดมุ่งหมายในการแต่ง เพื่อเฉลิม พระเกียรติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และในวาระงานพระราชพิธีฉลองดึกวัดพระเชตุพนฯ สมัยรัชกาลที่ 3 ซึ่งวรรณคดีเรื่องนี้แต่งด้วยลิลิตสุภาพ ประกอบด้วย ร่ายสุภาพ โคลงสองสุภาพ โคลงสามสุภาพ และโคลงสี่สุภาพ แต่งสลับกันไป จำนวน 439 บท โดยได้แบบอย่างการแต่ง มาจากลิลิตยวนพ่ายที่แต่งขึ้นในสมัยอยุธยาตอนต้น ลิลิตเปรียบได้กับงานเขียนมหากาพย์ จัดเป็นวรรณคดีประเภทเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์ โดยคำว่า ตะเลง แปลว่า มอญ

ส่วนคำว่า พ่าย แปลว่า แพ้ ดังนั้น ลิลิตตะเลงพ่าย จึงหมายถึงความพ่ายแพ้ของมอญ เนื่องจากกองทัพพม่าในคราวนั้น ได้เกณฑ์ไพร่พลที่เป็นชาวมอญ มาเป็นจำนวนมาก จึงดูเหมือนไทยทำสงครามกับชาวมอญ โดยเนื้อหาเป็นการยกย่องสติวีรกรรม ของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในการทำสงครามยุทธหัตถี กับสมเด็จพระมหาอุปราชาของพม่า ซึ่งสมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้รับชัยชนะ สามารถใช้พระแสงของ้าวฟัน พระมหาอุปราชาคอขาดสะพรั่งลงบนหลังช้าง (ตามประวัติศาสตร์ เป็นสงครามยุทธหัตถีครั้งสุดท้าย ระหว่างไทยกับพม่า)

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยวรรณคดีลิลิตตะเลงพ่ายตามเส้นทางยุทธหัตถี สมเด็จพระนเรศวร (พีพีทีวี, 2558) มีหลายแห่งที่น่าสนใจและยังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ พระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก สถานที่เสด็จพระราชสมภพของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในปี พ.ศ. 2098 พระราชวังจันทน์มักจะเป็นที่ประทับของพระมหาอุปราชาของกรุงศรีอยุธยาในสมัยต่อ ๆ มาจนถึงสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชาธิราช ทรงให้สมเด็จพระนเรศวรเสด็จไปประทับ จากนั้นก็ไม่ปรากฏว่ามีเชื้อพระวงศ์พระองค์ใดไปอยู่ที่พระราชวังจันทน์อีกเลย



ภาพ 6 พระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก

ที่มา: Palanla.com

วัดหน้าพระเมรุ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นวัดเดียวในกรุงศรีอยุธยาที่ไม่ได้ถูกพม่าทำลายและยังคงปรากฏสถาปัตยกรรมแบบอยุธยาอยู่ในสภาพสมบูรณ์มาก วัดนี้มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สมเด็จพระมหาจักรพรรดิ เมื่อครั้งทำศึกกับพระเจ้าบุเรงนอง ได้มีการทำสัญญาสงบศึกเมื่อ พ.ศ. 2106 ได้สร้างพลับพลาที่ประทับขึ้นระหว่างวัดหน้าพระเมรุกับวัดหิโสดาวาส



ภาพ 7 วัดหน้าพระเมรุ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ที่มา: WAT PORTAL (2565)

ด้านเจดีย์สามองค์ จังหวัดกาญจนบุรี เจดีย์สีขาว 3 องค์ที่สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของสันติภาพนั้น นอกจากบรรจุเรื่องราว ประวัติศาสตร์น่าศึกษาแล้ว ยังเป็นเหมือนประตูสู่ดินแดนเมียนมาและปัจจุบันที่นี้คือด่านชายแดน นอกจากนี้ยังเคยเป็นเส้นทางประวัติศาสตร์ในสงคราม พระเจ้าตะเบงชเวตี้ในช่วงเวลาของทัพพม่าเคลื่อนทัพผ่านเข้ามาสู่กรุงไทย



ภาพ 8 ด้านเจดีย์สามองค์ จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา: Thailand Exhibition (2558)

พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ประกอบด้วยพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงพระคชาธารออกศึกและองค์เจดีย์ยุทธหัตถี สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงสร้างเจดีย์ขึ้น เพื่อเฉลิมฉลองชัยชนะในสงครามยุทธหัตถี ที่ทรงมีต่อพระมหาอุปราชาแห่งพม่า เมื่อปี พ.ศ. 2135



ภาพ 9 พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่มา: จังหวัดสุพรรณบุรี

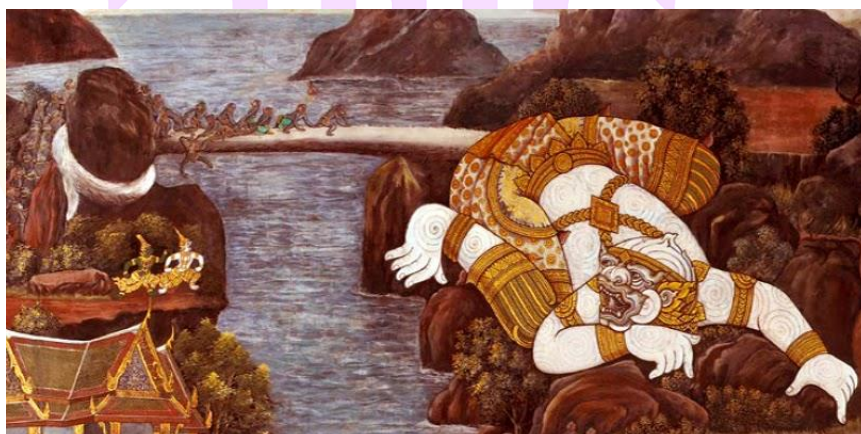
กรมศิลปากร (2558) กล่าวว่า แม้กระนั้นยังมีวรรณคดีไทยที่สำคัญของไทย ซึ่งเป็นทั้งมรดก และศิลปะทางวัฒนธรรมล้ำค่าจนเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศนั้น คือ วรรณคดีเรื่องรามเกียรติ์ ถึงแม้ว่าจะมีเค้าโครงเรื่องมาจากมหากาพย์รามายณะ แต่เมื่อไทยรับเข้ามา ได้ดัดแปลงเป็นเรื่องรามเกียรติ์ในแบบฉบับของไทย เพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมและประเพณีไทย บทละคร เรื่องรามเกียรติ์ พระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช จึงได้รับยกย่องให้เป็นวรรณคดีแห่งชาติ เนื่องด้วยเป็นรามเกียรติ์ของไทยที่มีเนื้อหายาวที่สุด และสมบูรณ์ที่สุด ใช้ภาษาที่มีศิลปะและสำนวนไทยที่เรียบง่าย แต่ไพเราะ มีตัวละคร และพฤติกรรมแปลก ๆ ของตัวละครบางตัว รวมทั้งมีเหตุการณ์ บางเหตุการณ์ ที่น่าตื่นตาตื่นใจชวนให้ติดตาม ตัวละครหลายตัวใช้ปฏิภาณไหวพริบโต้ตอบกันอย่างได้รสชาติ เรื่องรามเกียรติ์จึงเป็นเรื่องที่มีคุณค่าทั้งด้านวรรณศิลป์ และให้ความรู้เกี่ยวกับสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมไทย

รามเกียรติ์เป็นวรรณคดีไทยที่มีคุณค่าอย่างยิ่งในด้านศิลปวัฒนธรรม อันมีบทบาทและมีอิทธิพลในการสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวของไทย ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เรื่องราววรรณคดีมรดกและยังได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวของไทยที่เป็นเสมือนสัญลักษณ์ของประเทศไทย รวมถึงได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของไทยที่มีชื่อเสียงทั้งในสายตาของชาวไทย และชาวต่างประเทศควบคู่กันไป สอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉริยา วสุนันต์ (2560) เรื่อง รามเกียรติ์กับการท่องเที่ยวไทย: การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติม วรรณคดีไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้เรียนชาวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า วรรณคดีไทย เรื่องรามเกียรติ์ซึ่งสัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของไทย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1) รามเกียรติ์ : จิตรกรรมฝาผนังในวัดพระแก้ว 2) รามเกียรติ์ : ประติมากรรมรูปยักษ์ 3) รามเกียรติ์ : การแสดงโขน และ 4) รามเกียรติ์ : การท่องเที่ยว การศึกษาวรรณคดีไทยเพิ่มเติม เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างประเทศ จะเป็นการสร้างและเพิ่มพูนความรู้วรรณคดีไทยที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเรื่องรามเกียรติ์ ทำให้ได้รู้จักกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย และยังช่วยให้ชาวไทย และชาวต่างประเทศได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของไทยที่มีชื่อเสียง

ดังนั้น วรรณคดีไทยจึงมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ทั้งภาษาและวัฒนธรรมไทยควบคู่กันไป เพราะเนื้อหาของวรรณคดีไทยมักจะบอกเล่าเรื่องราวในสมัยก่อน ที่ได้รับอิทธิพลจากคติ ความเชื่อ ประเพณี ทัศนคติ ค่านิยม รวมไปถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ ในด้านของจิตรกรรมฝาผนัง และประติมากรรมรูปตัวละครยักษ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่

บ่งบอก ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย โดยปรากฏอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย ได้แก่

ภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องรามเกียรติ์ในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้ยังเป็นจิตรกรรมฝาผนัง ที่มีความยาวที่สุดในโลก มีจำนวน 178 ห้อง โดยเป็นเรื่องรามเกียรติ์เริ่มตั้งแต่ต้นเรื่องจนจบ และมีเรื่องราวของพระนารายณ์ปางต่าง ๆ ก่อนจะอวตารมาเป็นพระราม แทรกอยู่ตามซุ้มประตูจำนวน 80 ภาพ ภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องรามเกียรติ์นี้ วาดขึ้นตอนที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระอาราม ในพระราชวังตามประเพณี ชื่อว่า “วัดพระศรีรัตนศาสดาราม” พระองค์โปรดเกล้าฯ ให้เขียนรูปภาพเรื่องรามเกียรติ์ รอบพระระเบียงตามพระราชनिพนธ์บทละคร เรื่องรามเกียรติ์ ของพระองค์ นอกจากนี้ ยังมีโคลงเรื่องรามเกียรติ์สลักอยู่บนแผ่นหินอ่อนที่เสา รอบพระระเบียง แต่งขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เป็นโคลงที่บรรยายตรงกับฉากในภาพจิตรกรรมห้องนั้น ๆ ภาพจิตรกรรมฝาผนัง เหล่านี้ มักจะได้รับความสนใจจากชาวต่างประเทศ กล่าวคือเป็นภาพของหนุมานที่กำลังแสดงอิทธิฤทธิ์ เช่น ในตอนที่หนุมาน เนรมิตกายให้ใหญ่โต ใช้หางเป็นสะพานเพื่อให้เหล่าทหารวานรข้ามแม่น้ำมหานที



ภาพ 10 หนุมานเนรมิตกายใช้หาง เป็นสะพานข้ามแม่น้ำมหานที

ที่มา: Blog spot (2557)

ประติมากรรมรูปยักษ์ หรือการนำตัวละครจากเรื่องรามเกียรติ์มาสร้าง เป็นงานประติมากรรมนั้น มีปรากฏเป็นประติมากรรมขนาดใหญ่โดยปั้นเป็นรูปยักษ์ ซึ่งเป็นยักษ์สำคัญจากเรื่องรามเกียรติ์ทั้งสิ้น ได้แก่ ทศกัณฐ์ อินทรชิต สหัสเดชะ วิรุญจำบัง มัยราพนธ์ สุริยาภพ วิรุพหก มังกรกัณฐ์ อัศกรรณมารา จักรวรรดิ ทศคีรีวัน และทศคีรีธร รูปปั้นยักษ์ทั้ง 12 ตนนี้ตั้งอยู่ในบริเวณ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม(มณีนีปุ่น พรหมสุทธีรักษ์, 2534)

การสร้างประติมากรรมรูปยักษ์ประดับที่ประตูวัดและสถานที่สำคัญ ๆ นี้ สะท้อนถึงคติความเชื่อที่ว่า ยักษ์เป็นผู้เฝ้าและรักษาให้สถานที่นั้น ปราศจากอันตราย และการรบกวนจากภูตผีปีศาจ



ภาพ 11 ยักษ์สุริยาภพและอินทรชิตที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (ซ้าย)

ที่มา: วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร



ภาพ 12 ยักษ์ทศกัณฐ์และสหัสเดชะที่วัดอรุณราชวราราม

ที่มา: วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร

นอกจากที่วัดพระศรีรัตนศาสดารามแล้ว ยังมีประติมากรรมรูปยักษ์ จากเรื่องรามเกียรติ์ที่วัดอรุณราชวราราม ได้แก่ ยักษ์ทศกัณฐ์ และยักษ์สหัสเดชะ และยังมีการติดตั้งที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นรูปหล่อยักษ์ทั้ง 12 ตน ที่บริเวณชั้น 2 ของอาคารเทียบเครื่องบินอีกด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีวรรณคดีอีกหนึ่งเรื่องที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการท่องเที่ยวไทย คือ เรื่อง พระอภัยมณี ผลงานชิ้นเอกของพระสุนทรโวหาร หรือสุนทรภู่กวีเอกแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ และเป็นวรรณคดีชิ้นเยี่ยมเรื่องหนึ่งของไทย วรรณคดีเรื่องนี้เป็นนิทานคำกลอนที่มีความยาวมากถึง 94 เล่มสมุดไทย เมื่อพิมพ์เป็นเล่มหนังสือจะมีความยาวกว่าหนึ่งพันสองร้อยหน้า ระยะเวลาในการประพันธ์ไม่มีการระบุไว้อย่างแน่ชัด แต่คาดว่าสุนทรภู่เริ่มประพันธ์ราวปี พ.ศ. 2364–2366 และแต่ง ๆ หยุด ๆ ไปตลอดเป็นระยะ สิ้นสุดการประพันธ์ราว พ.ศ. 2388 รวมเวลามากกว่า 20 ปี สาเหตุที่วรรณคดีพระอภัยมณี เป็นที่รู้จักกว้างขวางมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากเค้าโครงเรื่องของพระอภัยมณีแหวกประเพณีของวรรณคดีในยุคเก่า มีจินตนาการล้ำยุคอยู่มากมาย และมีตัวละครจากหลากหลายชนชาติ แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์และความเปิดกว้าง ความเป็นนักคิดยุคใหม่ของผู้ประพันธ์เมื่อเปรียบเทียบกับยุคสมัยเดียวกันได้เป็นอย่างดี นักวิชาการจำนวนมากพากันศึกษากลอนนิทานพระอภัยมณี เพื่อค้นคว้าหาแรงบันดาลใจ มาเชื่อมโยงแนวคิดของสุนทรภู่กับวรรณกรรมโบราณ ตลอดจนความรู้

เกี่ยวกับภูมิศาสตร์ยุคใหม่ของบรรดานักเดินเรือที่เข้ามาสู่ประเทศไทยในยุคการค้าสำเภา นอกจากนี้ สุนทรภู่ยังได้สอดแทรกแนวคิดไว้ในบทประพันธ์ทำให้ผลงานชิ้นนี้โดดเด่น และเป็นที่รู้จักมาก เพราะผู้คนล้วนใช้ บทกลอนเหล่านั้น เป็นคติสอนใจ เช่น บทกลอนในช่วงที่พระยาภิรมย์สุนทรสาคร เป็นต้น เมื่อเข้าสู่ยุคของการพิมพ์ โดยวรรณคดีพระอภัยมณี ได้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวงกว้างยิ่งขึ้นจากโรงพิมพ์ของหมอมสุมิ ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในยุคต่อมา มีการดัดแปลง และถ่ายทอดวรรณกรรม ขึ้นนี้ ออกไปในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย ทั้งเรื่องเล่า ร้อยแก้ว การ์ตูน รวมทั้งภาพยนตร์ และละคร บทกลอนหลายช่วงในเรื่อง พระอภัยมณี ได้รับคัดเลือกให้บรรจุอยู่ในแบบการเรียน การสอนของกระทรวงศึกษาธิการ กลายเป็นคติสอนใจที่ผู้คนทั่วไปจดจำกันได้

อิทธิพลของวรรณคดีพระอภัยมณีก่อให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางตามรอยหลายแห่ง ได้แก่ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์สถานที่ให้กับ พระสุนทรโวหาร หรือ สุนทรภู่ ครูแก้วเอกของไทยในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ผู้สร้างสรรค์บทประพันธ์อันทรงคุณค่ามากมาย ซึ่งท่านเคยมาเยือนที่อำเภอแกลงแห่งนี้เมื่อครั้งวัยหนุ่ม พร้อมกับได้ประพันธ์ นิราศเมืองแกลง เอาไว้ด้วย



ภาพ 13 อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ที่มา: Shutterstock

หาดนางรำ เดิมหาดนางรำเป็นหาดที่ไม่มีชื่อ จากตำนานของชาวบ้านเล่าว่าคำว่า นางรำ เป็นชื่อเรียกเกาะที่อยู่ตรงข้ามหาดนางรำในปัจจุบัน เป็นเกาะที่ไม่มีคนอาศัย และไม่ค่อยมีคนไปเที่ยว อยู่มาวันหนึ่งมีเสียงดนตรีมโหรีดังกึกก้องมาจากเกาะนี้ คล้ายเสียงดนตรีที่ใช้ในการรำรำ วันดีคืนดีก็มีเสียงดนตรีดังขึ้นจากเกาะนี้อีก ชาวบ้านจึงเรียกเกาะนี้ว่า เกาะนางรำ และหาดที่อยู่ตรงข้ามจึงเรียกหาดนางรำ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน



ภาพ 14 หาดนางรำ เขตทหารเรือสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

ที่มา: Travel Focus (2560)

หาดปึกเตียน เป็นชายหาดที่มีทรายสีขาว มีความกว้างไม่มากนัก แต่สามารถลงเล่นน้ำได้ สิ่งที่น่าสนใจของ ชายหาด แห่งนี้อยู่ที่รูปปั้นจากตัวละครในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี ซึ่งก็คือ นางผีเสื้อสมุทร พระอภัยมณี สินสมุทร และนางเงือกเป็นเหมือนการจำลองฉากจากตอนหนึ่งของวรรณคดีเรื่องนี้ ทั้งยังเต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันทั้งที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกเพื่อบริการนักท่องเที่ยวด้วย



ภาพ 15 หาดปึกเตียน จังหวัดเพชรบุรี

ที่มา: เพจจังหวัดเพชรบุรี

ในประเทศไทย บทบาทของวรรณกรรมที่ได้รับความนิยมและมีผลต่อการท่องเที่ยวตามรอยอย่างสูงสุด นั่นคือ วรรณกรรมเรื่องบุพเพสันนิวาส ผู้ประพันธ์คือ รอมแพง เป็นผลงานที่สร้างชื่อเสียงให้กับรอมแพงมากที่สุด มีการนำไปสร้างเป็นละครโทรทัศน์ ในปี 2561 ซึ่งถือเป็นสื่อบันเทิง ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากหลังจากได้แพร่ภาพออกอากาศไป โดยเนื้อหาเป็นแนวย้อนยุคที่เนื้อเรื่องมีความโดดเด่น สนุกสนาน แสดงให้เห็นถึงความแตกต่าง ระหว่างยุคสมัยและมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวไทยเพราะสามารถก่อให้เกิดปรากฏการณ์กระแสความนิยมตามรอยละครไทย เกิดการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว ในสถานที่แหล่งโบราณสถาน ที่ปรากฏเป็นฉากของละครหลายแห่งซึ่งสถานที่แต่ละแห่งนั้นสร้างมาหลายร้อยปีและล้วนมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจควรค่าแก่การไปเที่ยวชมอย่างยิ่ง รวมไปถึงนักท่องเที่ยว ยังเกิดกระแสนิยม แต่งชุดไทยไปยังสถานที่ดังกล่าวอีกด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2561) ได้แสดงทัศนะต่อละครโทรทัศน์ไทย เรื่องบุพเพสันนิวาสไว้ว่า ละครเรื่องนี้ กลายเป็นปรากฏการณ์ที่มีคุณค่ายิ่งใหญ่ ในการปลุกกระแส ความนิยมไทย สามารถก่อให้เกิดละคร ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์กับประเทศชาติ สร้างกระแสความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงวัฒนธรรมที่อยุธยา ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ชม ทั้งในด้านของภาษาและเอกลักษณ์ที่น่าภาคภูมิใจ สามารถปลุกกระแสนิยมไทย ให้สอดคล้อง กับนโยบาย นิยมไทยของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญละครเรื่องบุพเพสันนิวาส สามารถสร้างรายได้

ด้านการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยอย่างมหาศาล เพราะผู้ชมที่สนใจในเรื่องราวต่าง ๆ ของเหตุการณ์ในละครย่อมสนใจที่จะเดินทางตามรอยละครไปยังสถานที่ที่ปรากฏในละครเรื่องนั้น เหมือนดังที่คนไทยเดินทางตามรอยละครเกาหลีจนทำให้การท่องเที่ยวเกาหลีกลายเป็นที่นิยมอย่างมาก หากรัฐบาลให้ความสนใจใช้วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการสร้างกระแสตามรอยละครได้สำเร็จ ประเทศไทย ย่อมสามารถที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มากยิ่งขึ้น นำวัฒนธรรม พร้อมความเป็นไทยออกไปเผยแพร่ให้ชาวโลกได้รับรู้ ทำให้ละครไทยกลายเป็นละครที่ก้าวไกลสู่โลกไร้พรมแดน



ภาพ 16 ละคร บุพเพสันนิวาส

ที่มา: Dailymotion

สถานที่ท่องเที่ยวตามรอยฯ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โบราณสถานเก่าแก่ ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมบนพื้นที่กว่า 3,000 ไร่ ทั้งพระราชวังโบราณ, วัดพระศรีสรรเพชญ์, วัดมหาธาตุ, วัดราชบูรณะ, วัดพระราม, วิหารพระมงคลบพิตร และอีกมากมาย ได้สัมผัสความรุ่งเรือง ของกรุงศรีอยุธยา อุดมราชธานีที่ปกครองแผ่นดินมาถึง 417 ปี นอกจากนั้น ยังสามารถช้อปปิ้งเมืองกรุงเก่าที่เพนียดคล้องช้าง หรือวังช้างอยุธยา ซึ่งอยู่ในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และถูกประกาศให้เป็นมรดกโลก



ภาพ 17 อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ที่มา: khaosod Online (2561)

วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยุธยา วัดแห่งนี้สร้างขึ้นสมัยพระเจ้าปราสาททอง เพื่ออุทิศพระราชกุศลถวายให้พระราชมารดา และใช้จัดพิธีถวายพระเพลิงพระศพในพระมหากษัตริย์เกือบทุกพระองค์ของอยุธยา และเพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งชัยชนะเหนือกรุงละแวก (พนมเปญ) โดยจำลองแบบมาจากปราสาทนครวัด สิ่งที่น่าสนใจคือ ปรางค์ประธานที่ตั้งอยู่บริเวณตรงกลางของพื้นที่ รายล้อมด้วยปรางค์บริวาร อีก 4 องค์



ภาพ 18 วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ที่มา: Sale Here (2565)

วัดพุทไธสวรรย์ พระอารามหลวงอันใหญ่โต จุดที่น่าสนใจ คือ ปรากฏประธานองค์ใหญ่ ศิลปะแบบขอม และพระบรมรูป “พระมหากษัตริย์ห้าพระองค์” ได้แก่ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) สมเด็จพระเอกาทศรถ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว



ภาพ 19 วัดพุทไธสวรรย์

ที่มา: Kapook.com (2561)

สถานที่ท่องเที่ยวตามรอยฯ ในจังหวัดลพบุรี หรือเมืองละโว้ ได้แก่ พระนารายณ์ราชนิเวศน์ หรือวังนารายณ์ ชาวเมืองลพบุรีเรียกสถานที่แห่งนี้ว่า “วังนารายณ์” เป็นพระราชวังที่สมเด็จพระนารายณ์มหาราชโปรดฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2209 บนพื้นที่ 41 ไร่ ณ เมืองลพบุรี เพื่อใช้เป็นที่พักประทับล่าสัตว์ออกจากราชการและต้อนรับแขกเมือง ภายหลังการเสด็จสวรรคตของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชที่นี้ก็ถูกทิ้งร้าง จนถึงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์โปรดให้บูรณะพระราชวังของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชและสร้างพระที่นั่งขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2399 และพระราชทานนามว่า “พระนารายณ์ราชนิเวศน์”



ภาพ 20 พระนารายณ์ราชนิเวศน์

ที่มา: M Thai (2561)

พระที่นั่งไกรสรสีหราช หรือพระที่นั่งเย็น (พระตำหนักทะเลชุบศร) พระที่นั่งแห่งนี้เป็นที่ประทับอีกแห่งหนึ่งของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช องค์พระที่นั่งตั้งอยู่บนเกาะกลางทะเลชุบศร ซึ่งในสมัยโบราณเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ที่มีเขื่อนหินถือปูนล้อมรอบ สมเด็จพระนารายณ์ฯ โปรดให้สร้างขึ้นเพื่อทรงสำราญพระราชอิริยาบถ



ภาพ 21 พระที่นั่งไกรสรสีหราช

ที่มา: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี (2561)

พระปรางค์สามยอด สัญลักษณ์สำคัญของเมืองลพบุรี ตั้งอยู่ใจกลางเมืองใกล้กับศาลพระกาฬ บริเวณตำบลท่าหิน อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในรัชสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 มีลักษณะเป็นพระปรางค์รูปแบบสถาปัตยกรรมขอม เรียงต่อกัน 3 องค์ มีมุขกระสันเป็นตัวเชื่อมต่อ สร้างด้วยหินศิลาแลง และหินทราย ตกแต่งอย่างสวยงามด้วยปูนปั้น



ภาพ 22 พระปรางค์สามยอด

ที่มา: M Thai (2561)

บ้านหลวงรับราชทูต หรือบ้านหลวงวิชาเยนทร์ สำหรับเป็นที่รองรับราชทูตที่มาจาก
สมเด็จพระนารายณ์มหาราช ที่เมืองลพบุรี คณะราชทูตจากประเทศฝรั่งเศสชุดแรกที่เข้ามา
เมื่อปี พ.ศ. 2228 ได้พำนัก ณ ที่แห่งนี้ ต่อมา คอนสแตนติน ฟอลคอน (Constantine Phaulkon)
ซึ่งเป็นชาวกรีกได้เข้ามารับราชการได้รับความดีความชอบ และได้รับการแต่งตั้งให้เป็น
“เจ้าพระยาวิชาเยนทร์” สถานที่แห่งนี้เป็นที่พักสุดท้ายของคอนสแตนติน ฟอลคอน
(Constantine Phaulkon) ขุนนางชาวกรีก ที่มีความสำคัญมากในช่วงสมัยสมเด็จพระนารายณ์
มหาราช ด้วยความสามารถในการเจรจา ค้าขายกับต่างชาติ จากพ่อค้าชาวต่างชาติธรรมดา
คอนสแตนติน ฟอลคอน ก็ได้เข้ามารับราชการ ในแผ่นดินสยาม จนได้รับยศสูงสุดก่อน
เสียชีวิตคือ เจ้าพระยาวิชาเยนทร์ ท่านมีคู่สมรสที่เรารู้จักกันดีคือ มารีย์ กีมาร์ (Marie Guimar)
หรือท้าวทองกีบม้า ราชินีแห่งขนมไทยนั่นเอง



ภาพ 23 บ้านหลวงรับราชทูต

ที่มา: M Thai (2561)

หากวิเคราะห์ถึงวรรณกรรมต่างชาติ วรรณกรรมจีนอิงประวัติศาสตร์เรื่องสามก๊ก (Romance of the Three Kingdoms: 三国演义) (วิกิพีเดีย) ถือเป็นวรรณกรรมโด่งดัง และได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง มาช้านาน จัดเป็นบทประพันธ์เพชรน้ำเอกของโลก เป็นมรดกทางปัญญาของปราชญ์ชาวตะวันออกที่สืดยอด มีการแปลเป็นภาษาต่าง ๆ มากกว่า 10 ภาษาและมีการตีพิมพ์อย่างแพร่หลายทั่วโลก แต่งขึ้นประมาณ ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 14 ยุคสมัยราชวงศ์หมิง ประพันธ์โดยหลัวกั๋วจง (羅貫中) แปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทยครั้งแรกโดยเจ้าพระยาพระคลัง (หน) ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อปี พ.ศ. 2345 ในรูปแบบสมุดไทย ตีพิมพ์ครั้งแรกโดยโรงพิมพ์ของหมอบรัดเลย์ ในปี พ.ศ. 2408 และได้รับการตีพิมพ์ซ้ำอีกครั้งภายใต้ชื่อ “หนังสือสามก๊กฉบับราชบัณฑิตยสภา” โดยโรงพิมพ์ ไสยหน พิศรธรรม ธนากร ในปี พ.ศ. 2471 ปัจจุบันสามก๊กฉบับเจ้าพระยาพระคลัง (หน) ได้รับการตีพิมพ์ใหม่อีกหลายครั้ง โดยหลายสำนักพิมพ์ ถือเป็นวรรณกรรมจีนอิงประวัติศาสตร์เล่มที่ 2 โดยแปลจากไซอันและเกาเก๋ที่สุดในไทย



ภาพ 24 สามก๊ก Three Kingdoms (2010)

ที่มา: 4baht.com

สามก๊กมีเนื้อหาหลากหลายรสชาติ เต็มไปด้วยเล่ห์กลเพทุบาย กลศึกในการรบ การชิงรักหักเหเลี่ยม ความเคียดแค้นชิงชัง ความซื่อสัตย์และการให้อภัย ซึ่งมีเนื้อหาและเรื่องราวในทางที่ดี และร้ายปะปนกันภาพโดยรวม ของสามก๊กกล่าวถึงประวัติศาสตร์จีนในยุคสามก๊ก ในปี พ.ศ. 763 – พ.ศ. 823 โดยจุดเริ่มต้นของสามก๊ก เริ่มจากยุคโจรโพกผ้าเหลืองในปี พ.ศ. 726 ที่ออกอาละวาด จนเป็นเหตุให้บุคคลทั้งสามคือเล่าปี่ กวนอู และเตียวหุย ได้รวมสาบานตนเป็นพี่น้องและร่วมปราบกบฏโจรโพกผ้าเหลือง รวมทั้งการแย่งและช่วงชิงอำนาจ ความเป็นใหญ่ ในช่วงปลายราชวงศ์ฮั่นของก๊กต่าง ๆ อันประกอบด้วยวุยก๊ก หรือก๊กเว่ย (魏) จ๊กก๊กหรือก๊กสุ่ (蜀) และง่อก๊กหรือก๊กหฺวู (吳) จนถึงการสถาปนาราชวงศ์จิ้นโดยสุมาเอี้ยน รวมระยะเวลาประมาณ 60 ปี นอกจากนี้ สามก๊ก ยังเป็นหนึ่งในสี่สุดยอดวรรณกรรมจีน ร่วมกับไซอิ๋ว ซ้องกั๋งและความฝันในหอแดง ซึ่งนักอ่านหนังสือจำนวนมากยกย่องสามก๊กเป็นบทเรียนตำราพิชัยสงครามภาคปฏิบัติ การบริหารและเศรษฐกิจ

อิทธิพลของวรรณกรรมเรื่องสามก๊ก สามารถสร้างให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวตามรอยสถานที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม และได้รับความนิยมอย่างมากหลายแห่ง นั่นคือศาลเจ้าขงเบ้ง หรือ อู่โหวหนือ แห่งเมืองเฉิงตู (เมเนเจอร์ออนไลน์, 2550) ซึ่งประกอบด้วยศาลขงเบ้ง สุสานเล่าปี่ และบ้านจิ้นหลี่ รวมเนื้อที่ 139,860 ตรม. มีประวัติศาสตร์รวมยาวนานกว่า 1,784 ปี โดยมีจุดเด่นอยู่ 3 ประการ คือ 1) ในสุสานฮุ่ยหลิง เป็นที่ฝังศพของเล่าปี่และท่านผู้หญิ๊งทั้งสอง ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์โบราณวัตถุแห่งยุคสามก๊ก (ค.ศ. 220-280) ที่เก่าแก่ที่สุดและสงผลอันยาวไกลที่สุดของประเทศจีน 2) เป็นศาลแห่งเดียวของประเทศจีนที่บวงสรวงเซ่นไหว้ ทั้งฮ่องเต้และขุนนางพร้อม ๆ กัน และ 3) มีประวัติศาสตร์ทางโบราณวัตถุและทัศนียภาพที่เปิดให้ชมอย่างต่อเนื่อง ไม่เคยขาดระยะเป็นเวลากว่า 1,780 ปี

สุสานฮุ่ยหลิง และศาลเล่าปี่ เริ่มสร้างเมื่อศักราชจางอู๋ ปีที่ 3 (ค.ศ.223) แห่งราชวงศ์สุ่ฮั่น ในสมัยเหนือใต้ได้ทำการย้ายศาลขงเบ้งจากเมืองเซาเฉิงมาอยู่ที่นี่ สุสานฮุ่ยหลิง ศาลเล่าปี่ และศาลขงเบ้งทั้ง 3 จึงตั้งอยู่ ในบริเวณใกล้ ๆ กัน แต่แยกออกจากกันตั้งแต่สมัยราชวงศ์เหนือ-ใต้ (ค.ศ. 420-589) จนถึงราชวงศ์หยวน(ค.ศ.1271-1368) และถูกทำให้รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในสมัยราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1368-1644) รวมทั้งนำเล่าปี่ และขงเบ้งมาบวงสรวงเซ่นไหว้ในศาลหลังเดียวกัน แต่ชาวสุ่หรือเสฉวน ยังคงนิยมเรียกรวมสามสิ่งนี้ว่าศาลขงเบ้ง

จากการบูรณะปฏิสังขรณ์ในสมัยฮ่องเต้คังซีปีที่ 11 (ค.ศ. 1672) แห่งราชวงศ์ชิง จึงได้จัดแบ่งเป็นศาลองค์หน้า และศาลองค์หลังภายในศาลขงเบ้งอีก ปัจจุบันสิ่งก่อสร้างหลักในศาลขงเบ้ง หันหน้าไปทางทิศใต้ โดยตั้งแต่อยู่ ตามแนวกลาง ประกอบด้วย ศาลเล่าปี่

ศาลขงเบ้ง ศาลไตรลัทธิยพรด และสวณละครแห่งหอร่วมลัตยาบัน เป็นต้น ทางทิศตะวันตก เป็นสวณสุสานอยู่หลัง และห้องนิทรรคการวัฒนธรรมสามก๊ก ภายในศาลยังมีศิลาจารึกโคลงคู่ ระซังและกลองหอยทิงหลี่ เรือนเชียงเยี่ย เป็นต้น ซึ่งเป็นเขตทัศนียภาพที่เปี่ยมด้วยเนื้อหาที่น่าสนใจ มีรูปปั้นบุคคลในประวัติศาสตร์สามก๊ก 50 รูปซึ่งเกิดจากฝีมือจิตรกรในสมัยราชวงศ์ชิง (ค.ศ. 1644-1911) โดยส่วนใหญ่ รูปปั้นเหล่านี้ยังได้กลายมาเป็นเทพมวงคลในสายตาประชาชนตั้งแต่ราชวงศ์ชิงเป็นต้นมา เทพมวงคลที่ว่าหมายถึง เทพที่นำมาซึ่งความเป็นมวงคล ความผาสุก ปญญาและโชคลาภ โดยได้รักษาไว้จนถึงปัจจุบัน

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1780 เป็นต้นมา ศาลชงเบ้งค่อย ๆ ก่อตัวเป็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว นั่นคือ “วัฒนธรรมสามก๊ก” ซึ่งเกิดจากการประสมของวัฒนธรรมขงจื้อกับ วัฒนธรรมการทหารของจีน อันเป็นข้อมูลการศึกษา และตัวอย่างในด้านการปกครองประเทศ การปกครองทหาร การบริหารธุรกิจ การปฏิบัติตนต่อสังคม การปกครองครอบครัว และสั่งสอนลูกหลาน และด้วยสาเหตุนี้เอง จึงมีนักการเมือง นักการทหาร นักการทูต นักธุรกิจ และประชาชนโดยทั่วไปทั้งในและนอกประเทศจีน เดินทางจากพื้นที่ห่างไกลเป็นพันลี้ เพื่อมาเยี่ยมชมและศึกษา ทุก ๆ ปีจะมีผู้มาท่องเที่ยวและบวงสรวงเช่นไหว้ศาลเจ้าชงเบ้งกว่า 1 ล้านคน

นอกจากศาลเจ้าซังเบ้ง ยังมีพิพิธภัณฑ์ซานซิงตงย ซึ่งเก็บรวบรวมข้าวของเครื่องใช้ จากสำริดที่ขุดพบ จากเมืองซานซิงตงย สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมเก่าแก่ที่มีมากกว่า 3,600 ปี จากตามรอยสามก๊ก ได้ทั้งความรู้ ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญผ่านวัฒนธรรมสามก๊ก ขณะที่ ได้สัมผัสกับมรดกโลกที่ยิ่งใหญ่

ทางด้านของวรรณกรรมตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว เรื่องที่โด่งดัง และเป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วโลกมาหลายร้อยปีคือเรื่อง โรมิโอและจูเลียต (อังกฤษ: Romeo and Juliet) เป็นตำนานวรรณกรรมโศกนาฏกรรมอันเป็นระดับโลก ประพันธ์โดย วิลเลียม เชกสเปียร์ กวีเอกของโลกชาวอังกฤษ แต่งในปี ค.ศ. 1595 เนื้อเรื่องเกี่ยวกับเรื่องราวความขัดแย้งของสองตระกูล คือ ตระกูลมอนตะคิวและตระกูลคาปุเล็ต ในเมืองเวโรนา ประเทศอิตาลี โดยวิลเลียม เชกสเปียร์ เลือกใช้สถานที่ของประเทศอิตาลีในการเชิดฉากของบทประพันธ์ เพราะเป็นประเทศที่โดดเด่นทั้งด้านประวัติศาสตร์ อารยธรรม สถาปัตยกรรม ศิลปะความงามอันหลากหลาย เมืองอันงดงาม และเรื่องราวจากบทประพันธ์โรแมนติกรามาผสมกลมกล่อมกันจนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลยอดนิยมและดึงดูดให้นักเดินทางออกไปตามรอยจวบจนทุกวันนี้ โดยเส้นทางตามรอยวรรณกรรม ดังกล่าว อยู่ที่เมือง เวโรนา เมืองอันสวยแสนโรแมนติก และเป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม ของยูเนสโก ตั้งอยู่ที่ ประเทศอิตาลี

และได้รับสมญานามว่า “LITTLE ROMAN” เพราะยังคงสภาพ สิ่งก่อสร้างจากสมัยโรมันไว้ อย่างสมบูรณ์ สถานที่ปรากฏในบทประพันธ์ ได้แก่

Casa di Julietta (บ้านของจูเลียต) เป็นสถานที่สมมติให้เป็นบ้านของ จูเลียต นางเอก ของโศกนาฏกรรม ความรักจุดเด่นของบริเวณบ้าน คือ กำแพงที่เต็มไปด้วย ข้อความ และคำอธิษฐานเกี่ยวกับความรัก ทั้งเขียน แปะ เพ้นท์ รวมถึงกุญแจคล้องประตู หรือตามผนัง มีชื่อคู่รักหนุ่มสาวเต็มไปหมดจนแทบไม่มีที่ว่าง ข้อความทั้งหมดนั้นมาจากนักท่องเที่ยวบ้าง จากคนในอิตาลีบ้าง เพราะเชื่อว่าจะทำให้ความรักมั่นคงยืนยาวเหมือนโรมิโอกับจูเลียต โดยเฉพาะอย่างยิ่งระเบียงอันโด่งดังที่ว่ากันว่าโรมิโอปีนขึ้นไปบอกรักจูเลียต ภายใน สถาปัตยกรรมหินของลานสนามของตึกนั้นซึ่งสามารถเข้ามาได้จากเฉลียงคดโค้งเล็ก ๆ ยังคง ถูกเก็บรักษาไว้ในบรรยากาศโบราณราวกับอยู่อีกโลกหนึ่ง



ภาพ 25 Casa di Julietta (บ้านของจูเลียต)

ที่มา: Cigna (2021)

Basilica di San Zeno Maggiore สถานที่แห่งนี้มีห้องใต้ดิน ที่เป็นฉากโรมิโอ และจูเลียต มาทำพิธีแต่งงานกัน เป็นตัวอย่างของแท้ ดั้งเดิมของสถาปัตยกรรมโรมานesk โดยมีหน้าต่าง กุหลาบวงล้อแห่งโชคชะตา และประตูทองสัมฤทธิ์ ยุคศตวรรษที่ 12 ติดอยู่ตรงหน้าอาคาร



ภาพ 26 Basilica di San Zeno Maggiore

ที่มา: Chiese Verona (2021)

เมืองแวนโรแมนติกแห่งนี้มีเนินเขาเรียงตัวซ้อนกันราวกับชั้นที่นั้งในโรงมหรสพ “เวโรนา” จึงนับเป็นเมืองที่คุณสัมผัสกลิ่นอายของเชคสเปียร์ได้เป็นอย่างดี ในด้านผู้คนท้องถิ่นในเมืองเวโรนาก็เต็มไปด้วยชีวิตชีวา ยิ้มแย้ม มีอารมณ์ขัน เต็มไปด้วยมิตรไมตรี และเป็นกลุ่มมนุษย์ ผู้มีนิสัยอยากกรู้อยากเห็นชอบต้อนรับแขกผู้มาเยือน รวมทั้งยินดีเปิดรับอิทธิพลใหม่ ๆ

ทางด้านของวรรณกรรมต่างประเทศ มีบทประพันธ์หลายเรื่อง ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยตัวอย่างวรรณกรรมที่โด่งดัง และเป็นที่ชื่นชอบของผู้่านทั่วโลก อาทิ

วรรณกรรมเรื่อง เดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ (The Lord of the Rings) เป็นงานเขียนประเภทแฟนตาซี ขนาดยาว ประพันธ์โดยศาสตราจารย์ชาวอังกฤษ เจ. อาร์. อาร์. โทลคีน ซึ่งเป็นงานเขียนที่ต่อเนื่องกับนิยายชุดก่อนหน้าี่เรื่อง There and Back Again หรือเดอะฮอบบิท แต่ได้ขยายโครงเรื่องซับซ้อนไปกว่าเดอะฮอบบิทมาก โทลคีนผู้นิพนธ์ประพันธ์เรื่องนี้ขึ้นในช่วง

ปี พ.ศ. 2480 – 2492 (ค.ศ. 1937 – 1949) และได้วางจำหน่ายในปี ค.ศ. 1954–1955 โดยแบ่งตีพิมพ์ออกเป็น 3 ตอน เนื่องจากหนังสือมีความยาวมากจนสำนักพิมพ์เห็นว่าไม่สามารถตีพิมพ์รวมเป็นเล่มเดียวกันได้ วรรณกรรมเรื่องนี้ได้แปลไปเป็นภาษาต่าง ๆ มากมายไม่น้อยกว่า 38 ภาษา และได้รับยกย่อง ให้เป็นวรรณกรรมที่ดีที่สุดเรื่องหนึ่งของคริสต์ศตวรรษที่ 20

เรื่องราวในเดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ เกิดขึ้นบนดินแดนในจินตนาการที่มีชื่อว่า มิดเดิลเอิร์ธ ตัวละครในเรื่องมีหลายเผ่าพันธุ์ เช่น มนุษย์ เอลฟ์ (หรือ พราย ในฉบับแปลภาษาไทย) ฮอบบิท คนแคระ พ่อมด และออร์ค หัวใจของเรื่องเกี่ยวข้องกับแหวนเอกอำนาจมืด ซึ่งสร้างโดยจอมมารเซารอน เหตุการณ์ในเรื่องเริ่มต้นจากดินแดนไชร์อันสุขสงบ ไปยังส่วนต่าง ๆ ของมิดเดิลเอิร์ธ จนถึงเหตุการณ์สงครามแหวน โดยผ่านมุมมองของตัวละครฮอบบิทคนหนึ่งชื่อ โฟรโด แบ๊กกิ้นส์ ในตอนท้ายของเรื่องยังมีภาคผนวกอีก 12 ชุดที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของโลกในนิยาย รวมถึงภูมิหลังด้านภาษาศาสตร์ของวัฒนธรรมต่าง ๆ ในนิยายด้วย

เมื่อพิจารณางานเขียน เดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ จะเห็นว่า ผลงานเรื่องนี้ แสดงให้เห็นถึงความลุ่มลึกทางด้านภาษา ด้านโครงตำนาน ด้านแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสู่อุตสาหกรรม และในด้านของ ศาสนศาสตร์ จนส่งผลต่อการวรรณกรรมแฟนตาซียุคต่อมาเป็นอย่างมาก ผลกระทบจากงานของโทลคีนต่อสังคมทำให้คำว่า “แบบโทลคีน” (“Tolkienian” และ “Tolkienesque”) ถูกบรรจุลงในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ ฉบับออกซฟอร์ด

ความนิยมอย่างล้นหลามและยาวนานในวรรณกรรม เดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ ยังเป็นจุดกำเนิดของงานเทศกาล ประเพณี ชมรม และสมาคมต่าง ๆ มากมาย จากบรรดาผู้ชื่นชอบผลงานนี้ รวมทั้งได้สร้างให้เกิดแรงบันดาลใจอย่างต่อเนื่องต่องานศิลปะ ภาพวาด ดนตรี ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เกม และวรรณกรรมชิ้นอื่น ๆ อีกมากมายนับไม่ถ้วน มีการดัดแปลงนิยายเรื่องนี้ ไปเป็นบทละครวิทยุ ละครเวที รวมถึงภาพยนตร์หลายครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การดัดแปลงเป็นภาพยนตร์ไตรภาคในระหว่างปี ค.ศ. 2001–2003 เป็นครั้งที่กระตุ้นให้เกิด กระแสความสนใจ ในผลงานของโทลคีนขึ้นมาอย่างสูงมากอีกครั้งหนึ่ง

บทวิจารณ์ในซันเดย์เทเลกราฟ (Sunday Telegraph) กล่าวว่า “นี่เป็นจินตนิยายที่ดีที่สุดเรื่องหนึ่งในศตวรรษที่ยี่สิบ” และนิวยอร์กเฮรัลด์ (New York Herald) ก็ลงความเห็นไว้ว่า “หนังสือจะเป็นที่นิยมอย่างมาก และจะอยู่ไปอีกนานยิ่งกว่าช่วงชีวิตของเรา”

เมื่อปี พ.ศ. 2500 (ค.ศ. 1957) หนังสือชุด เดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ ได้รับรางวัลนิยาย แฟนตาซียอดเยี่ยม จาก International Fantasy Award การตีพิมพ์เผยแพร่กับสำนักพิมพ์ Ace Books และ Ballantine ที่สหรัฐอเมริกา ทำให้หนังสือคงความนิยมอย่างสูงได้ตลอดช่วง

ทศวรรษ 1960 และติดอันดับหนังสือขายดีมาจนตลอดศตวรรษที่ 20 ในปี พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) สถานีโทรทัศน์บีบีซี จัดสำรวจความนิยม "หนังสือในดวงใจ" ของประเทศอังกฤษ และ เดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ ได้รับเลือกเป็นอันดับหนึ่ง ในปี พ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) ผลสำรวจในเยอรมนี และออสเตรเลียก็ปรากฏว่า เดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ ครองความนิยมอันดับหนึ่ง ที่ผู้คนชื่นชอบที่สุดเช่นกัน นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2542 (ค.ศ. 1999) เว็บไซต์อเมซอนดอตคอม เว็บไซต์ออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ได้จัดสำรวจความนิยมของผู้อ่าน และเดอะลอร์ดออฟเดอะริงส์ ได้รับการโหวตให้เป็น “หนังสือยอดเยี่ยมแห่งสหัสวรรษ”

อุบลวรรณ สุจริตกุล (2555) กล่าวว่า วรรณกรรมเรื่อง The Lord of the Rings ได้ถูกนำมาภาพยนตร์ โดยทีมผู้สร้างเลือกใช้ ประเทศนิวซีแลนด์เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ทั้ง 3 ภาค เนื่องจากประเทศนิวซีแลนด์ เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ ประกอบไปด้วยชายหาดทอดยาว กว่า 1,700 กิโลเมตร มีมหาสมุทรสีครามที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งบริเวณที่เป็นบ่อน้ำร้อน ภูเขาไฟ บ่อโคลนเดือด พยอร์ด และชาวเผ่าอันสวยงาม จากความอุดมสมบูรณ์ที่งดงามของธรรมชาติกว่า 150 แห่งที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์สามารถสร้างชื่อเสียงให้ประเทศนิวซีแลนด์ได้กลายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่เหล่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยมียอดจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 ทุกปี ในช่วง 5 ปี หลังจากภาพยนตร์ได้ออกฉาย

เส้นทางการท่องเที่ยวตามรอย The Lord of The Rings ที่น่าสนใจ อาทิเช่น หมู่บ้านเกษตรกรรมมาตามาตา (Matamata) ในภูมิภาคไวคาโต (Waikato) ซึ่งตั้งอยู่ที่บนเกาะเหนือของนิวซีแลนด์ได้รับการสร้างให้เป็นหมู่บ้านของตัวละครฮอบบิท (Hobbit)



ภาพ 27 หมู่บ้านเกษตรกรรมมาตามาตา (Matamata)

ที่มา: โลฟส์ไคล์แม็กกาซีน (2560)

อุทยานไคโตกิ (Kaitoke) หรือเมือง “ริเวนเดลล์” (Rivendell) ซึ่งตามเนื้อเรื่องนั้น เป็นเมืองที่สวยงามราวกับความฝันของตัวละครเอลฟ์ (Elves) และยังใช้เป็นสถานที่ ถ่ายทำ ฉากที่เหล่าพันธมิตรแห่งแหวนได้พบกันเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ยังมีท่าเทียบเรือดอร์เซตต์ (Fort Dorset) ซึ่งในเรื่องก็คือฉาก เมืองบริ (Bree) ดินแดนที่มนุษย์และฮอบบิท สามารถ ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน อย่างสงบสุขมาเป็นเวลานาน และแม่น้ำฮัท (Hutt) ก็ได้รับการเนรมิตให้เป็น Great River Anduin หรือแม่น้ำที่บรรดากลุ่มพันธมิตรข้ามจากเมืองโลธโลเรียน (Lothlorien) ซึ่งเป็นถิ่นที่อยู่ของเอลฟ์ทั้งสาม (เมเนเจอร์ออนไลน์, 2548) แม้ว่า The Lord of the Rings จะฉายไปนานแล้ว ทว่าเมื่อเอ่ยถึงนิวซีแลนด์ คนส่วนใหญ่ยังคงนึกถึงภาพยนตร์เรื่องนี้ ไม่เสื่อมคลาย

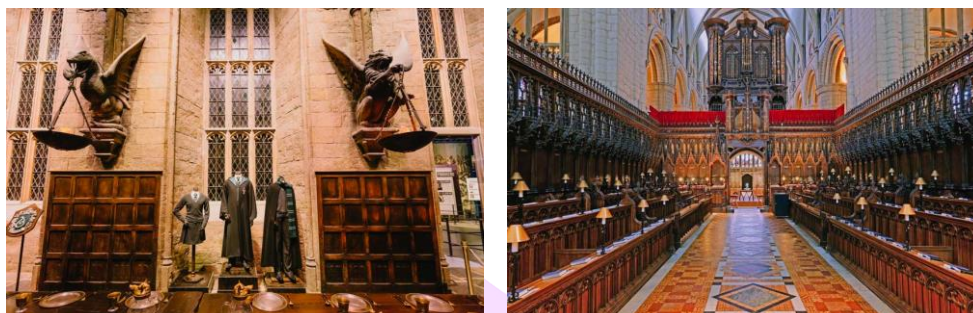


ภาพ 28 Mt Aspiring National Park and Mt Ngauruhoe

ที่มา: ไคฟัสไคล์แม็กกาซีน (2560)

ในทำนองเดียวกัน ยังมีวรรณกรรมเรื่องแฮร์รี่ พอตเตอร์ (Harry Potter) ที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งด้านการท่องเที่ยว โดยเป็นชุดนวนิยายแฟนตาซีจำนวนเจ็ดเล่ม ประพันธ์โดยนักเขียนชาวอังกฤษชื่อว่า เจ. เค. โรว์ลิง เป็นเรื่องราวการผจญภัยของพ่อมดวัยรุ่น แฮร์รี่ พอตเตอร์ กับเพื่อนสองคน รอน วีสลีย์ และ เฮอร์ไมโอนี่ เกรนเจอร์ ซึ่งทั้งหมด เป็นนักเรียนของโรงเรียนคาถาพ่อมดแม่มดและเวทมนตร์ศาสตร์ฮอกวอตส์ โครงเรื่องหลักเกี่ยวกับ การกิจของแฮร์รี่ ในการเอาชนะพ่อมดศาสตร์มืดที่ชั่วร้าย ลอร์ดโวลเดอมอร์ ผู้ที่ต้องการจะมีชีวิต เป็นอมตะ มีเป้าหมายเพื่อพิชิตมักเกิ้ล หรือประชากรที่ไม่มีอำนาจวิเศษ พิชิตโลกพ่อมด และทำลายทุกคนที่ขัดขวาง

แฮร์รี่ พอตเตอร์ หนังสือเล่มแรกในชุด แฮร์รี่ พอตเตอร์กับศิลาอาถรรพ์ วางจำหน่ายในฉบับภาษาอังกฤษครั้งแรกเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน ค.ศ. 1997 และนับแต่นั้นหนังสือ ก็ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม จนถึงเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2013 ชุดหนังสือแฮร์รี่ พอตเตอร์ ได้ทำยอดขาย ไปมากกว่า 500 ล้านเล่มทั่วโลก ซึ่งเป็นชุดหนังสือที่มียอดขายมากที่สุดตลอดกาล และมีการแปลไปเป็นภาษาต่าง ๆ รวม 80 ภาษา หนังสือเล่มสุดท้ายของชุด ยังได้สร้างสถิติเป็นหนังสือที่จำหน่ายออกหมดเร็วที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยหนังสือเล่มสุดท้ายของชุดมียอดขายกว่า 11 ล้านเล่มในสหรัฐและสหราชอาณาจักร ภายในระยะเวลา 24 ชั่วโมงแรกที่วางขาย



ภาพ 29 ห้องอาหารในฮอกวอตส์ ณ มหาวิหารกลอสเตอร์ และ Warner Bros. Studio

ที่มา: True ID (2564)



ภาพ 30 ธนาคารกริงกอตส์ Australia House และชานชลา 9 $\frac{3}{4}$ สถานีรถไฟไปฮอกวอตส์ สถานีรถไฟคิงส์ครอส

ที่มา: True ID (2564)

กล่าวโดยสรุป อิทธิพลของวรรณคดีหรือวรรณกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวสามารถพบได้ในวรรณคดี และวรรณกรรมในทุกชาติ เช่น สามก๊ก โรมิโอ แอนด์ จูเลียต หรือในวรรณกรรมร่วมสมัย เช่น เดอะลอร์ด ออฟ เดอะริงส์ แฮร์รี่ พอตเตอร์ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์

จักรวัชร ศิริวรรณ (2554) กล่าวว่า แผนยุทธศาสตร์ หมายถึง ทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติตามพันธกิจและภารกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) จุดหมายปลายทาง ที่องค์การประสงค์จะไปให้ถึง ซึ่งในวิสัยทัศน์ต้องมีการแปลงออกมาเป็นวัตถุประสงค์ (Objective) ที่เป็นรูปธรรมและสามารถวัดได้

ยุทธศาสตร์ชาติ หมายถึง เป้าหมายในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน อันจะก่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันไปสู่เป้าหมายดังกล่าวได้

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติดั้งแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่งยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน

สถานการณ์ แนวโน้มในการพัฒนาประเทศ

ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในหลายมิติทั้งในมิติเศรษฐกิจที่โครงสร้างเศรษฐกิจยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมอย่างเต็มที่ ผลผลิตภาพการผลิตของภาคบริการและภาคเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ คุณภาพและสมรรถนะของแรงงานที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการในการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ มิติทางสังคมที่การยกระดับรายได้ของประชาชน การแก้ปัญหาด้านความยากจนและความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการขยายโอกาสในการเข้าถึงระบบบริการสาธารณะยังคงมีช่องว่างที่สามารถพัฒนาต่อไปได้ มิติสิ่งแวดล้อมที่การฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และมิติของการบริหารจัดการภาครัฐที่ยังขาดความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาของประชาชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังมีสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีสัดส่วนประชากรวัยแรงงานลดลงและประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ความท้าทายใหม่ ๆ ซึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งด้านความมั่นคงและเศรษฐกิจ การเชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อนจากการรวมกลุ่มภายในภูมิภาค และการเปิดเสรีด้านต่าง ๆ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวจะก่อให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาประเทศ

ทั้งในมิติความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ที่รอบคอบและครอบคลุมเพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และตัวชี้วัด

วิสัยทัศน์ประเทศ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคมนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติประกอบด้วย

1. ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย
 2. ขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้
 3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ
 4. ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม
 5. ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ
 6. ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ
- การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาส และความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ



ภาพ 31 วิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580

ที่มา: ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ฉบับย่อ)

ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง

ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสภาวะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคงปลอดภัย เอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล

ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ความสุขของประชากรไทย 2) ความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ 3) ความพร้อมของกองทัพ หน่วยงานด้านความมั่นคง และการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคง 4) บทบาทและการยอมรับในด้านความมั่นคงของไทยในประชาคมระหว่างประเทศ และ 5) ประสิทธิภาพการ

บริหารจัดการความมั่นคงแบบองค์รวม โดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคงประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่

1. การรักษาความสงบภายในประเทศ เพื่อสร้างเสริมความสงบเรียบร้อยและสันติสุขให้เกิดขึ้นกับประเทศชาติบ้านเมือง โดย 1) การพัฒนาและเสริมสร้างคนในทุกภาคส่วนให้มีความเข้มแข็ง มีความพร้อม ตระหนักในเรื่องความมั่นคง และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา 2) การพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ 3) การพัฒนาและเสริมสร้างการเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขที่มีเสถียรภาพและมีธรรมาภิบาล เห็นแก่ประโยชน์ของประเทศชาติมากกว่าประโยชน์ส่วนตน และ 4) การพัฒนาและเสริมสร้างกลไกที่สามารถป้องกันและขจัดสาเหตุของประเด็นปัญหาความมั่นคงที่สำคัญ

2. การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง เพื่อแก้ไขปัญหาเดิม และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาใหม่เกิดขึ้น โดย 1) การแก้ไขปัญหาความมั่นคงในปัจจุบัน 2) การติดตามเฝ้าระวัง ป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่อาจอุบัติขึ้นใหม่ 3) การสร้างความปลอดภัยและความสันติสุขอย่างถาวรในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และ 4) การรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งทางบกและทางทะเล

3. การพัฒนาศักยภาพของประเทศให้พร้อมเผชิญภัยคุกคามที่กระทบต่อความมั่นคงของชาติเพื่อยกระดับขีดความสามารถของกองทัพและหน่วยงานด้านความมั่นคง โดย 1) การพัฒนาระบบงานข่าวกรองแห่งชาติแบบบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ 2) การพัฒนาและฝึกพลกำลังอำนาจแห่งชาติ กองทัพและหน่วยงานความมั่นคง รวมทั้งภาครัฐและภาคประชาชน ให้พร้อมป้องกันและรักษาอธิปไตยของประเทศ และเผชิญกับภัยคุกคามได้ทุกมิติทุกรูปแบบและทุกระดับ และ 3) การพัฒนาระบบเตรียมพร้อมแห่งชาติและการบริหารจัดการภัยคุกคามให้มีประสิทธิภาพ

4. การบูรณาการความร่วมมือด้านความมั่นคงกับอาเซียนและนานาชาติรวมถึงองค์กรภาครัฐและที่มิใช่ภาครัฐ เพื่อสร้างเสริมความสงบสุข สันติสุข ความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้า ให้กับประเทศชาติ ภูมิภาค และโลก อย่างยั่งยืน โดย 1) การเสริมสร้างและรักษาคุณภาพสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศ 2) การเสริมสร้างและดำรงไว้ซึ่งสันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค และ 3) การร่วมมือทางการพัฒนากับประเทศเพื่อนบ้าน ภูมิภาคโลก รวมถึงองค์กรภาครัฐและที่มิใช่ภาครัฐ

5. การพัฒนากลไกการบริหารจัดการความมั่นคงแบบองค์รวม เพื่อให้กลไกสำคัญต่าง ๆ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้หลักธรรมาภิบาล และการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด โดย 1) การพัฒนากลไกให้พร้อมสำหรับการติดตาม เฝ้าระวัง แจ้งเตือน ป้องกัน และแก้ไขปัญหาความมั่นคงแบบองค์รวมอย่างเป็นรูปธรรม 2) การบริหารจัดการความมั่นคงให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศในมิติอื่น ๆ และ 3) การพัฒนากลไกและองค์กรขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ 1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราเก่งทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ 2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคม และขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ 3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริม และสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้ 2) ผลผลิตภาพการผลิตของประเทศทั้งในปัจจัยการผลิตและแรงงาน 3) การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา และ 4) ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่

1. การเกษตรสร้างมูลค่า ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร ประกอบด้วย 1) เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ 2) เกษตรปลอดภัย 3) เกษตรชีวภาพ 4) เกษตรแปรรูป และ 5) เกษตรอัจฉริยะ

2. อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต โดยสร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต ประกอบด้วย 1) อุตสาหกรรมชีวภาพ 2) อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร 3) อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ 4) อุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์ และ 5) อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ

3. สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ประกอบด้วย 1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 2) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและแพทย์แผนไทย 4) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และ 5) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

4. โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก ครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ โดย 1) เชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ 2) สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ 3) เพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ 4) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่ และ 5) รักษาและเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาค

5. พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขัน และมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดย 1) สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ 2) สร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน 3) สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 4) สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล และ 5) ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่งและมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้านและมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มัธยัสถ์ อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักษาศีลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3 และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้ และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นวัตกรรม ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่และอื่น ๆ โดยมีสัมมาชีฟตามความถนัดของตนเอง

ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) การพัฒนาคุณภาพชีวิต สุขภาวะ และความเป็นอยู่ที่ดีของ คนไทย 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต และ 3) การพัฒนาสังคม และครอบครัวไทย โดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย 7 ประเด็น ได้แก่

1. การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝัง ค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดย 1) การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมผ่านการเลี้ยงดู ในครอบครัว 2) การบูรณาการเรื่องความซื่อสัตย์ วินัย คุณธรรมจริยธรรม ในการจัดการเรียน การสอนในสถานศึกษา 3) การสร้างความเข้มแข็งในสถาบันทางศาสนา 4) การปลูกฝังค่านิยม และวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน 5) การสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์จากภาค ธุรกิจ 6) การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม และ 7) การส่งเสริมให้คนไทยมีจิตสาธารณะและมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม

2. การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต มุ่งเน้นการพัฒนาคนเชิงคุณภาพในทุก ช่วงวัย ประกอบด้วย 1) ช่วงการตั้งครรภ์/ปฐมวัย เน้นการเตรียมความพร้อมให้แก่พ่อแม่ก่อน การตั้งครรภ์ 2) ช่วงวัยเรียน/วัยรุ่น ปลูกฝังความเป็นคนดี มีวินัยพัฒนาทักษะการเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 3) ช่วงวัยแรงงาน ยกย่องศักยภาพ ทักษะและสมรรถนะแรงงาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และ 4) ช่วงวัยผู้สูงอายุ ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเป็นพลัง ในการขับเคลื่อนประเทศ

3. ปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้น ผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้และมีใจใฝ่เรียนรู้ตลอดเวลา โดย 1) การปรับเปลี่ยนระบบการเรียนรู้ ให้เอื้อต่อการพัฒนาทักษะสำหรับศตวรรษที่ 21 2) การเปลี่ยนโฉมบทบาท “ครู” ให้เป็น ครูยุคใหม่ 3) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการศึกษาในทุกกระดับ ทุกประเภท 4) การพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต 5) การสร้างความตื่นตัวให้คนไทยตระหนักถึง บทบาท ความรับผิดชอบ และการวางตำแหน่งของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ และประชาคมโลก 6) การวางพื้นฐานระบบรองรับการเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม และ 7) การสร้างระบบการศึกษาเพื่อเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ

4. การตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย โดย 1) การพัฒนาและส่งเสริม พหุปัญญาผ่านครอบครัว ระบบสถานศึกษา สภาพแวดล้อม รวมทั้งสื่อตั้งแต่ระดับปฐมวัย 2) การสร้างเส้นทางอาชีพ สภาพแวดล้อมการทำงาน และระบบสนับสนุน ที่เหมาะสมสำหรับผู้ มีความสามารถพิเศษผ่านกลไกต่าง ๆ และ 3) การดึงดูดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญต่างชาติและคนไทย ที่มีความสามารถในต่างประเทศให้มาสร้างและพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมให้กับประเทศ

5. การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี ครอบคลุมทั้งด้านกาย ใจสติปัญญา และสังคม โดย 1) การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาวะ 2) การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาวะ 3) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาวะที่ดี 4) การพัฒนาระบบบริการสุขภาพที่ทันสมัยสนับสนุนการสร้างสุขภาวะที่ดีและ 5) การส่งเสริมให้ชุมชนเป็นฐานในการสร้างสุขภาวะที่ดีในทุกพื้นที่

6. การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์โดย 1) การสร้างความอยู่ดีมีสุขของครอบครัวไทย 2) การส่งเสริมบทบาทการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ครอบครัวและชุมชนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 3) การปลูกฝังและพัฒนาทักษะนอกห้องเรียน และ 4) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

7. การเสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาประเทศ โดย 1) การส่งเสริมการออกกำลังกาย และกีฬาขั้นพื้นฐานให้กลายเป็นวิถีชีวิต 2) การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกาย กีฬาและนันทนาการ 3) การส่งเสริมการกีฬาเพื่อพัฒนาระดับอาชีพ และ 4) การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาและนันทนาการเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญที่ให้ความสำคัญการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชนประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำ เพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ความแตกต่างของรายได้และการเข้าถึงบริการภาครัฐระหว่างกลุ่มประชากร 2) ความก้าวหน้าของการพัฒนาคน 3) ความก้าวหน้าในการพัฒนาจังหวัดในการเป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี และ 4) คุณภาพชีวิตของประชากรสูงอายุ โดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ประกอบด้วย 4 ประเด็น ได้แก่

1. การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ โดย 1) ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก 2) ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค 3) กระจายการถือครองที่ดิน และการเข้าถึงทรัพยากร 4) เพิ่มผลิตภาพและคุ้มครองแรงงานไทยให้เป็นแรงงานฝีมือที่มีคุณภาพและความริเริ่มสร้างสรรค์ มีความปลอดภัยในการทำงาน 5) สร้างหลักประกันทางสังคมที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย ทุกเพศภาวะและทุกกลุ่ม 6) ลงทุนทางสังคมแบบมุ่งเป้าเพื่อช่วยเหลือกลุ่มคนยากจนและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสโดยตรง 7) สร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการสาธารณสุขและการศึกษา โดยเฉพาะสำหรับผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส และ 8) สร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมอย่างทั่วถึง

2. การกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี โดย 1) พัฒนาศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีในภูมิภาค 2) กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละกลุ่มจังหวัดในมิติต่าง ๆ 3) จัดระบบเมืองที่เอื้อต่อการสร้างชีวิตและสังคมที่มีคุณภาพและปลอดภัย ให้สามารถตอบสนองต่อสังคมสูงวัย และแนวโน้มของการขยายตัวของเมืองในอนาคต 4) ปรับโครงสร้างและแก้ไขกฎหมายระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน เพื่อวางระบบและกลไกการบริหารงานในระดับภาค กลุ่มจังหวัด 5) สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่บนฐานข้อมูลความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และ 6) การพัฒนากำลังแรงงานในพื้นที่

3. การเสริมสร้างพลังทางสังคม โดย 1) สร้างสังคมเข้มแข็งที่แบ่งปันไม่ทอดทิ้งกัน และมีคุณธรรม โดยสนับสนุนการรวมตัวและดึงพลังของภาคส่วนต่าง ๆ 2) การรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ 3) สนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน 4) ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและบทบาทของสตรีในการสร้างสรรค์สังคม 5) สนับสนุนการพัฒนาบนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม และ 6) สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อรองรับสังคมยุคดิจิทัล

4. การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเอง โดย 1) ส่งเสริมการปรับตัวกิจกรรมในระดับครัวเรือนให้มีขีดความสามารถในการจัดการวางแผนชีวิต สุขภาพ ครอบครัว การเงินและอาชีพ 2) เสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการพึ่งตนเองและการพึ่งพากันเอง 3) สร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างประชาธิปไตยชุมชน และ 4) สร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาให้กับชุมชน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งมิติ ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกัน ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์ และแผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเป็นการดำเนินการบนพื้นฐานการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตโดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง 3 ด้าน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) พื้นที่สีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) สภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมได้รับการฟื้นฟู 3) การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 4) ปริมาณก๊าซเรือนกระจก มูลค่าเศรษฐกิจฐานชีวภาพโดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ประเด็น ได้แก่

1. สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว โดย 1) เพิ่มมูลค่าของ เศรษฐกิจฐานชีวภาพให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน 2) อนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในและนอกถิ่นกำเนิด 3) อนุรักษ์และฟื้นฟู แม่น้ำลำคลองและแหล่งน้ำธรรมชาติทั่วประเทศ 4) รักษาและเพิ่มพื้นที่สีเขียวที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม และ 5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

2. สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจภาคทะเล โดย 1) เพิ่มมูลค่าของ เศรษฐกิจฐานชีวภาพทางทะเล 2) ปรับปรุง ฟื้นฟู และสร้างใหม่ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ทั้งระบบ 3) ฟื้นฟูชายฝั่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ชายฝั่งทะเลได้รับการป้องกันและแก้ไขทั้งระบบ และมีนโยบายการจัดการชายฝั่งแบบบูรณาการอย่างเป็นองค์รวม และ 4) พัฒนา และเพิ่ม สัดส่วนกิจกรรมทางทะเลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศโดย 1) ลดการ ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2) มีการปรับตัวเพื่อลดความเสี่ยงและเสียหายจากภัยธรรมชาติ และผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 3) มุ่งเป้าสู่การลงทุนที่เป็นมิตร ต่อสภาพภูมิอากาศในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและภาคเอกชน และ 4) พัฒนา และสร้างระบบรับมือปรับตัวต่อโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศ

4. พัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ มุ่งเน้นความเป็นเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย 1) จัดทำแผนผังภูมินิเวศเพื่อการพัฒนาเมือง ชนบท พื้นที่เกษตรกรรมและอุตสาหกรรม รวมถึงพื้นที่อนุรักษ์ตามศักยภาพและความเหมาะสมทางภูมินิเวศอย่างเป็นเอกภาพ 2) พัฒนาพื้นที่เมือง ชนบทเกษตรกรรม และ อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ที่มีการบริหารจัดการตามแผนผังภูมินิเวศอย่างยั่งยืน 3) จัดการมลพิษที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสารเคมีในภาคเกษตรทั้งระบบ ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและค่ามาตรฐานสากล 4) ส่งเสริมรักษา อนุรักษ์ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางสถาปัตยกรรมและศิลปวัฒนธรรมอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตพื้นถิ่นบนฐานธรรมชาติ และฐานวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน 5) พัฒนาเครือข่ายองค์กรพัฒนาเมืองและชุมชน รวมทั้งกลุ่มอาสาสมัคร ด้วยกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในท้องถิ่น และ 6) เสริมสร้างระบบสาธารณสุขและอนามัยสิ่งแวดล้อมและยกระดับความสามารถในการป้องกันโรคอุบัติใหม่และอุบัติซ้ำ

5. พัฒนาความมั่นคงน้ำ พลังงาน และเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดย 1) พัฒนาการจัดการน้ำเชิงลุ่มน้ำทั้งระบบเพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านน้ำของประเทศ 2) เพิ่มผลิตภาพของน้ำทั้งระบบในการใช้น้ำอย่างประหยัด รู้คุณค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้น้ำให้ทัดเทียมกับระดับสากล 3) พัฒนาความมั่นคงพลังงานของประเทศและส่งเสริมการใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานโดยลดความเข้มข้นของการใช้พลังงาน และ 5) พัฒนาความมั่นคงด้านการเกษตรและอาหารของประเทศและชุมชนในมิติปริมาณ คุณภาพ ราคาและการเข้าถึงอาหาร

6. ยกระดับกระบวนการทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ โดย 1) ส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย 2) พัฒนาเครื่องมือ กลไกและระบบยุติธรรม และระบบประชาธิปไตยสิ่งแวดล้อม 3) จัดโครงสร้างเชิงสถาบันเพื่อจัดการประเด็นร่วม ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ และ 4) พัฒนาและดำเนินโครงการที่ยกระดับกระบวนการทัศน์ เพื่อกำหนดอนาคตประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม บนหลักของการมีส่วนร่วม และธรรมาภิบาล

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐมีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความ

ทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝัง ค่านิยม ความซื่อสัตย์สุจริต ความมัธยัสถ์ และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริต ประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ กฎหมายต้องมีความชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำ และเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และการอำนวยความสะดวกตามหลักนิติธรรม

ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของภาครัฐ 2) ประสิทธิภาพของการบริการภาครัฐ 3) ระดับความโปร่งใสการทุจริต ประพฤติมิชอบและ 4) ความเสมอภาคในกระบวนการยุติธรรม โดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐประกอบด้วย 8 ประเด็น ได้แก่

1. ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่าง สะดวกรวดเร็ว โปร่งใส โดย 1) การให้บริการสาธารณะของภาครัฐได้มาตรฐานสากล และเป็นระดับแนวหน้าของภูมิภาค และ 2) ภาครัฐมีความเชื่อมโยงในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้

2. ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยง การพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ โดย 1) ให้ยุทธศาสตร์ชาติเป็นกลไก ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ 2) ระบบการเงินการคลังประเทศสนับสนุนการขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ชาติ และ 3) ระบบติดตามประเมินผลที่สะท้อนการบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ ในทุกระดับ

3. ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ โดย 1) ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสม 2) ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมใน การพัฒนาประเทศ และ 3) ส่งเสริมการกระจายอำนาจและสนับสนุนบทบาทชุมชนท้องถิ่น ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่มีสมรรถนะสูง ตั้งอยู่บนหลักธรรมาภิบาล

4. ภาครัฐมีความทันสมัย โดย 1) องค์กรภาครัฐมีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับบริบท การพัฒนาประเทศ และ 2) พัฒนาและปรับระบบวิธีการปฏิบัติราชการให้ทันสมัย

5. บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึกมีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ โดย 1) ภาครัฐมีการบริหารกำลังคนที่มีความคล่องตัว ยึดระบบคุณธรรม และ 2) บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชน มีคุณธรรม และมีการพัฒนาตามเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ

6. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดภัย จริยธรรม และประพฤติดีมีขอบ โดย 1) ประชาชนและภาคีต่าง ๆ ในสังคมร่วมมือกันในการป้องกันการทุจริตและประพฤติดีมีขอบ 2) บุคลากรภาครัฐยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต 3) การปราบปรามการทุจริตประพฤติดีมีขอบมีประสิทธิภาพมีความเด็ดขาด เป็นธรรมและตรวจสอบได้ และ 4) การบริหารจัดการการป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่างเป็นระบบแบบบูรณาการ

7. กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น โดย 1) ภาครัฐจัดให้มีกฎหมายที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลง 2) มีกฎหมายเท่าที่จำเป็น และ 3) การบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เท่าเทียม มีการเสริมสร้างประสิทธิภาพการใช้กฎหมาย

8. กระบวนการยุติธรรมเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อประชาชนโดยเสมอภาค โดย 1) บุคลากรและหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมเคารพและยึดมั่นในหลักประชาธิปไตยเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่พึงได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม 2) ทุกหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรม มีบทบาทเชิงรุกร่วมกันในทุกขั้นตอนของการค้นหาความจริง 3) หน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมทั้งทางแพ่ง อาญาและปกครองมีเป้าหมายและยุทธศาสตร์ร่วมกัน 4) ส่งเสริมระบบยุติธรรมทางเลือกระบบยุติธรรมชุมชน และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการยุติธรรม และ 5) พัฒนามาตรการอื่นแทนโทษทางอาญา

การดำเนินการเพื่อการบรรลุเป้าหมายประเด็นข้างต้น ยังคงมีประเด็นท้าทายที่ต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายระดับแผนแม่บทย่อย อาทิ 1) การเตรียมพร้อมรับมือต่อสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่กระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างมีศักยภาพ 2) การสร้างความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ยกระดับการบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพ 3) การส่งเสริมการตลาดเชิงรุกที่สอดคล้องกับศักยภาพทางการท่องเที่ยวของไทย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน 4) การยกระดับทักษะและมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีทักษะที่ครอบคลุม และมีศักยภาพสูงในการให้บริการ และ 5) การจัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เพื่อดึงดูดเทคโนโลยีและการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

แม้ว่าจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในช่วงที่ผ่านมา จะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีการฟื้นตัวกลับสู่ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ แต่ภายหลังจาก สถานการณ์คลี่คลาย การกลับเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อาจกระทบต่อการบริหารจัดการ ศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก การจัดทำ มาตรฐานและความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องเตรียมความพร้อม รองรับกับ บริบทธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านพฤติกรรมและวิถีปฏิบัติใหม่ ที่เกิดจากการปรับตัวของ นักท่องเที่ยวจากสถานการณ์โควิด 19 โดยเฉพาะมาตรการสุขอนามัย และความปลอดภัย ที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว

ยิ่งไปกว่านั้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และ สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวยังชะลอการเดินทาง ระหว่างประเทศ ควรให้ความสำคัญ กับยกระดับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาว โดยการ พัฒนาปรับปรุงและซ่อมแซมโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว การจัดระเบียบ และมาตรฐาน ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เป็นระบบ และมีความปลอดภัย นอกจากนี้ ต้องให้ความสำคัญกับ การขับเคลื่อน โครงการ “ยิ่งเที่ยว ยิ่งรักษ์” (Responsible Tourism) อย่างต่อเนื่อง การขยายพื้นที่ กิจกรรมโครงการ The One for Nature เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อ แหล่งท่องเที่ยวและธรรมชาติ ให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศ และประชาสัมพันธ์ไปยัง กลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม ในด้านสุขอนามัย รวมทั้งเว้นระยะห่างทางสังคม และมีความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมด้วยการหลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง และการใช้ภาชนะส่วนตัว ซึ่งจะช่วยลดขยะและการแพร่เชื้อไปพร้อมกัน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2564)



ภาพ 32 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2564)

ที่มา: กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564 ได้นำเสนอหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องจาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 9–11 เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทย สามารถยืดหยุ่นต่ออยู่ได้อย่างมั่นคงเกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่าง เหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน

ในการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ครั้งนี้ ได้จัดทำบนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทย ไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ นอกจากนั้นได้ให้ความสำคัญ กับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และ ระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนฯ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่องเพื่อร่วมกันกำหนด วิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564 ฉบับนี้ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ภาพรวมการพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ส่วนที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมการพัฒนาประเทศ

- สถานการณ์และแนวโน้มภายนอก
- สถานการณ์และแนวโน้มภายใน

ส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์และเป้าหมายการพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่าง

ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่าง

ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศ

สู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริต

ประเพณีนิยมและธรรมาภิบาลในสังคมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 7 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์

ยุทธศาสตร์ที่ 8 : การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 9 : การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 10 : ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

ส่วนที่ 5 การขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

แผนพัฒนาการทองเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564)

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้คำนึงถึงบริบทของประเทศไทยในการพัฒนาภายใต้กรอบการวิเคราะห์แบบองค์รวม โดยสรุปจากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิที่ได้สำรวจความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้มีการดำเนินการตาม 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559 2) การศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวของประเทศและของโลก 3) การทบทวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ

4) การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 5) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ประชาสังคม ผ่านการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรวบรวม ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน ทั่วประเทศ การจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อข้อเสนอ วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 และข้อเสนอร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)

ทั้งนี้ได้นั้นกระบวนการทำงานที่ผ่านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตั้งแต่สถาปนาปฏิรูป แห่งชาติ (สปช.) สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน การทำงานผ่านกลไก การมีส่วนร่วมจากผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของ คณะอนุกรรมการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และคณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้ได้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่เกิดจาก กระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง

วิสัยทัศน์และเป้าประสงค์

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชน ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้

1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก
2. การเติบโตอย่างมีคุณภาพ
3. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย
4. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน
5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน

เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

1. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้าน การท่องเที่ยว
2. การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
3. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
4. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย

ตัวชี้วัดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

1. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
2. อันดับขีดความสามารถการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือ 1 ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
3. ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 90
4. รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี
5. การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี
6. สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่า 1 ใน 3 ของการเดินทางตลอดทั้งปี
7. รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า 1 ล้านคน) มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 ต่อปี
8. ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี
9. อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทย ด้านความเด่นชัดของวัฒนธรรมและนันทนาการจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น 1 ใน 10 อันดับแรกของโลก
10. ดัชนีด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน 6 มิติที่สำคัญ พัฒนาขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับในแต่ละมิติ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2

(พ.ศ. 2560 – 2564)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

1. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน
2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการอย่างยั่งยืน
3. สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว
2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด
2. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

1. เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย
2. ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา
5. ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

1. ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง
3. สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตลาดท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 ถึง 2564) แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวคิดในการสร้างแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนา เพื่อส่งเสริมยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis

SWOT Analysis ในการวิเคราะห์สภาพการณ์ภายในและภายนอก สามารถค้นหาจุดแข็ง-จุดอ่อน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค ขององค์กรได้ ซึ่งการวิเคราะห์สภาพการณ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภายใน คือ จุดแข็ง, จุดอ่อน และกลุ่มภายนอก คือ โอกาส, อุปสรรค เมื่อวิเคราะห์จุดอ่อน และอุปสรรคแล้วจะเห็นมุมมองของความเสี่ยงที่องค์กรจะต้องเผชิญ (ชยางกูร จันทะวัน และคณะ, 2560)

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดในมิติการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Gratiela, 2012) โดย Ahmad Reza Ommani (2011) กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นกรอบช่วยให้ผู้วางแผนระบุกลยุทธ์ให้บรรลุเป้าหมายได้ เป็นเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงขององค์กร และผู้บริหาร ยังใช้เป็นเครื่องมือ ประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการขององค์กร ช่วยให้ผู้บริหารรับทราบข้อมูลเชิงลึกในอดีตและข้อมูลที่เป็นไปได้ในอนาคต

สุมาลี สันติพลวุฒิ และคณะ (2554) กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ภาพองค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจสนับสนุนหรือเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต โดย SWOT เป็นตัวย่อของข้อความที่มีความหมาย ดังนี้

Strength หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

Weakness หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

Opportunity หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้

Threat หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT คือ การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) เป็นการวิเคราะห์ โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายใน และสภาพการณ์ภายนอก นอกจากนี้ Comino and Ferretti (2016) กล่าวว่า การวิเคราะห์ SWOT ช่วยสร้างทางเลือกเชิงกลยุทธ์ที่เป็นไปได้ โดยการตั้งคำถามและตอบคำถามหลัก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง รู้จักสภาพแวดล้อมชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กร ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและสามารถคาดการณ์ เกี่ยวกับแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

นอกจากนั้น การวิเคราะห์ SWOT จากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร มีขั้นตอนดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2561) การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรโดยจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็ง (S-Strength) และจุดอ่อน (W-Weakness) ขององค์กร ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunity) และอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threat) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบด้านประโยชน์ถือเป็นโอกาส (O-Opportunities) ทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาคและองค์กรสามารถผนวกข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้ ส่วนอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจะต้องหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่ง พร้อมทั้งจะเผชิญกับแรงกระแทกดังกล่าวได้ เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรคจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับโอกาส-อุปสรรคจากภายนอก เพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์เช่นนั้นองค์กรควรจะทำอย่างไร

โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ขององค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบ ดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุดเนื่องจากองค์กรจะได้รับประโยชน์หลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive –Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และมองหาโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดเนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยจากอุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหา มาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์ขององค์กร มีโอกาสเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันหลายประการ แต่ติดขัดตรงที่มีปัญหาอุปสรรคซึ่งเป็นจุดอ่อนอยู่หลายประเด็นเช่นกัน ดังนั้นทางออก คือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดการหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะมองหาโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้ เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป องค์กรสามารถ เลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็ง ที่มีเพื่อสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

ผู้วิจัยขอสรุปแนวคิดการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis ได้ว่า เป็นแนวคิดหลักที่สำคัญและมีความจำเป็นเพื่อการบริหารงานของทุกองค์กร เป็นเครื่องมือในการประเมิน และวิเคราะห์ สถานภาพขององค์กรเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ ตลอดจนการบริหาร เพราะนอกจากทำให้ผู้บริหารทราบ ถึงความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ยังเป็นการกำหนดกรอบ การทำงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยมีขั้นตอน การประเมินสถานการณ์ และทำการวิเคราะห์จากการสำรวจสภาพแวดล้อม 2 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค ช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่จะมีผลต่อองค์กร

การวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix

กลยุทธ์ TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์โดยมองจากบุคคลภายนอกเข้ามาหาองค์กร เป็นการสำรวจและถามความคิดเห็นจากผู้อื่นเพื่อนำมาวิเคราะห์ Wehrich (1982) ได้แสดงความเห็นว่า TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทั้งนี้เครื่องมือ TOWS Matrix ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ทั้งระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับหน้าที่ นอกจากนี้ Harold Koontz and Heinz Wehrich (2015) กล่าวว่า เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยของเครื่องมือทางธุรกิจด้วยเครื่องมือ SWOT ซึ่ง TOWS Matrix เป็นตัวย่อของปัจจัยสำหรับการเตรียมการที่จะวิเคราะห์ความแตกต่างกันของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทั้งนี้ TOWS Matrix หรือ SWOT Analysis ช่วยให้เข้าใจ เกี่ยวกับ วิธีการเลือกเชิงกลยุทธ์ที่ต้องเจอ

Harold Koontz et al. (2015); สุริยกาล ชุมแสง (2556) กล่าวว่า ขั้นตอนการวิเคราะห์ TOWS Matrix ประกอบด้วย

1. เขียนปัจจัยภายนอกที่เป็น โอกาส (O) ที่สำคัญที่สุดของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจ
2. เขียนปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค (T) ที่สำคัญที่สุด ของบริษัท หรือหน่วยธุรกิจที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน หรืออนาคต

3. เขียนปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็ง (S) ที่สำคัญที่สุดของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจ
4. เขียนปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อน (W) ที่สำคัญที่สุดของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจ
5. จับคู่จุดแข็งภายใน (S) กับโอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ SO
6. จับคู่จุดอ่อนภายใน (w) กับโอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WO
7. จับคู่จุดแข็งภายใน (S) กับอุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ ST
8. จับคู่จุดอ่อนภายใน (W) กับอุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WT

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดแล้ว จะนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบแมตริกซ์ โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix เป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่าง ๆ

การนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์นั้นมีขั้นตอนดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์กร (สุริยกาล ชุมแสง,

2556) ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร กล่าวได้ว่า ประสิทธิภาพของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้ จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ที่ละเอียดในทุกแง่มุม

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ในข้อมูลแต่ละคู่ ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท (Harold Koontz et al., 2015) ดังนี้

2.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อม ที่เป็นจุดแข็ง และโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก เช่น กรมธนารักษ์มีจุดแข็ง คือ ความสามารถในการผลิตเหรียญ และมีโรงงานที่ทันสมัย มีโอกาส คือ สามารถหารายได้จากการผลิตเหรียญได้ทั้งหมด สามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรุก คือ ยุทธศาสตร์การรับจ้าง ผลิตเหรียญทุกประเภท ทั้งในและต่างประเทศ (Harold Koontz et al., 2015)

2.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อม ที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้

2.3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อม ที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ในเชิงแก้ไข (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีโอกาสที่จะนำ แนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่ได้

2.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อม ที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ ในเชิงรับ (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้ง จุดอ่อน และข้อจำกัดภายนอก ที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จุดแข็งและโอกาส (SO) คือ องค์กรมีวิธีที่สามารถใช้จุดแข็งที่มี เพื่อสร้างโอกาสเหล่านี้หรือไม่ จุดแข็งและอุปสรรค (ST) คือ องค์กรมีวิธี ที่สามารถใช้ประโยชน์ จากจุดแข็ง เพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคามที่อาจจะเกิดขึ้นจริงได้หรือไม่ จุดอ่อน

และโอกาส (WO) คือ องค์การมีวิธีที่ใช้โอกาสที่จะเอาชนะจุดอ่อนหรือไม่ จุดอ่อนและอุปสรรค (WT) คือ องค์การมีวิธี ที่สามารถลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคามหรือไม่

ผู้วิจัยขอสรุปทฤษฎีการวิเคราะห์ TOWS Matrix ว่า คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมิน สภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT: Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อม ที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมา พิจารณาร่วมกัน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถแนวคิด TOWS Matrix มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและนำมาสรุปเป็นเนื้อหา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเพชรบุรี

เพชรบุรีเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 2,000 ปี นับตั้งแต่สมัยทวารวดี เดิมเป็นหนึ่งในเมืองศูนย์กลางของพระพุทธศาสนาที่มีชื่อที่ชาวต่างประเทศใช้เรียกต่าง ๆ กัน เช่น ชาวฮอลันดา เรียกว่า “พิพริย์” ชาวฝรั่งเศส เรียกว่า “พิพฟีล” และ “พิพรี” จึงสันนิษฐานว่าชื่อ “เมืองพริบพรี” เป็นชื่อเดิมของเมืองเพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับชื่อวัดพริบพลี ที่เป็นวัดเก่าแก่วัดหนึ่งของจังหวัด

ในสมัยสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา เพชรบุรีเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญในกลุ่มหัวเมืองฝ่ายตะวันตก เจ้าเมืองผู้ปกครองเพชรบุรีล้วนเป็นผู้ที่สืบเชื้อพระวงศ์ ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ จังหวัดเพชรบุรีได้เปลี่ยนเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดปรานเมืองเพชรบุรีตั้งแต่ครั้งยังทรงผนวชอยู่ เมื่อเสด็จขึ้นครองราชย์จึงโปรดให้สร้างพระราชวัง วัด และพระเจดีย์ใหญ่ขึ้นบนเขาเตี้ย ๆ ใกล้กับตัวเมือง และพระราชทานนามว่า “พระนครคีรี”

ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้สร้างพระราชวังขึ้นอีกแห่งหนึ่งในตัวเมืองเพชรบุรี คือ “พระราชมราชนิเวศน์” หรือที่เรียกกันว่า “วังบ้านปืน” และพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวก็ได้โปรดให้สร้างพระราชวัง “พระราชนิเวศร์

มฤคทายวัน” ขึ้นที่ชายหาดชะอำในเวลาต่อมาเพื่อใช้เป็นที่พักพิงรักษาพระองค์ด้วยทรงเชื่อว่าอากาศชายทะเลและน้ำทะเลอาจบรรเทาอาการเจ็บป่วยได้ จังหวัดเพชรบุรีจึงถูกเรียกชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า “เมืองสามวัง” นับตั้งแต่นั้นมา

ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อมูลสถานที่สำคัญ ที่ปรากฏอยู่ในวรรณคดีนิราศเมืองเพชร และยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน โดยพื้นที่ที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเพชรบุรี และอำเภอบ้านแหลม โดยมีรายละเอียดดังนี้ เส้นทางที่สุนทรภู่ผ่าน คือวัดพลับขึ้นฝั่งที่ทำน้ำ (ปัจจุบันเป็นอนุสาวรีย์สุนทรภู่) ผ่านวัดพระนอน วัดเขabanไดอิฐ วัดเพชรพลี (เมืองพลับพลี) ขากลับลาเมืองเพชรที่วัดมหาธาตุ ส่วนถ้าเป็นอำเภอบ้านแหลม สุนทรภู่พายเรือเข้าเมืองเพชรที่คลองบางตะบูน ผ่านวัดคู้้งดำหนัก และแวะไหว้พระที่วัดเขาตะเครา

สุนทรภู่ กวีเอกของไทย กล่าวไว้ตอนหนึ่งในบทประพันธ์นิราศเมืองเพชร เมื่อ พ.ศ. 2375 เป็นหลักฐานสำคัญ ที่ชี้ให้เห็นว่าหลวงพ่อดำหรือหลวงพ่อดำทองเป็นพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์มีชาวบ้านเคารพนับถือมาช้านานแล้ว ใจความตอนหนึ่งว่า

“ครู่หนึ่งถึงเขาเคราสวาท
มะพร้าวรอบขอบเขตที่บริเวณ
กับหนูพุดจัดรูปเทียนดอกไม้
เขานับถือลือมาแต่โบราณ

มีอาวาสวัดวามหาเถร
พอจวนเพลพักกร่อนผ่อนสำราญ
ขึ้นไปไหว้พระสำคัญพิษฐาน
ใครบนบานพระก็รับช่วยดับร้อนฯ”



ภาพ 33 วัดเขาตะเครา และพระปฏิมาทองสำริด ณ ปัจจุบัน

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

เมื่อสุนทรภู่เดินทางถึงที่ตั้งวังประทับรับเสด็จทรงเปิดตกลากะโท้ เป็นสถานที่แห่งหนึ่งในระหว่างทางก่อนถึงเมืองเพชร เป็นที่ซึ่งพระเจ้าแผ่นดินพระองค์หนึ่งเคยเสด็จมาประทับทรงเปิดตกลากะโท้ได้แล้วก็ปล่อยไป ประหนึ่งว่าทรงถือเป็นกีฬาชนิดหนึ่ง นัยว่าพระเจ้าแผ่นดินสมัยปลายกรุงศรีอยุธยาพระองค์หนึ่งทรงโปรดฯ การตกลากะโท้และเคยมาประทับที่นี่ นั่นคือ ที่วัดคู้งตำหนัก ใจความตอนหนึ่งว่า

“ถึงที่วังตั้งประทับรับเสด็จ
ให้ปล่อยไปในทะเลเอาเพดาน

มาทรงเปิดกะโท้ไม่สังหาร
และโบราณเรียกว่าองค์พระทรงปลา”



ภาพ 34 วัดคู้งตำหนัก ตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีในปัจจุบัน

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

แล้วสุนทรภู่ก็เดินทางเข้าเขตเพชรบุรีพบชาวเมืองคนหนึ่งก็ไถ่ถามเขาว่า บ้านขุนแขวงนั้นยังไม่ไกลอยู่หรือ ชายนั้นย้อนถามทันควันว่า

“จะพายแรงหรือว่านายจะพายเบา ถ้าพานหนักพักหนึ่งก็ถึงดอก”

สุนทรภู่ได้ฟังคำตอบถึงกับสะดุ้งโหยงอุทานออกมาว่า “สำนวนนอกน้ำเพชรแล้วเซ็ดเขา” ซึ่งมีความหมายว่า ชาวเมืองเพชรชอบเล่นลิ้นดีฝีปากเก่งมากเอาการ

การเดินทางไปเมืองเพชรของสุนทรภู่นั้นปรากฏว่าเคยมาแล้วหนหนึ่งในสมัยรัชกาลที่ 2 ได้รู้จักมักคุ้นรักใคร่กับชาวเมืองเพชรเป็นอย่างดี ดังนั้นในนิราศเมืองเพชรสุนทรภู่จึงพรรณนาถึงเรื่องราวในอดีตไว้มากทีเดียว พอมาเพชรบุรีคราวนี้ สุนทรภู่จึงได้ไปเที่ยวเยี่ยมเยียนแทบทุกคน คนแรกที่ควรกล่าวถึงก็คือขุนรองซึ่งสุนทรภู่เขียนเล่าไว้ว่า

“ถึงบ้านโพธิ์โธ่ให้ลิกซี้
กับขุนรองต้องเป็นแพ่งตำแหน่งพี่
เป็นคราวเคราะห์เพราะนางนวลมากวนใจ
นึกชมบุญขุนรองร้องทันทันแพ่ง
จนผู้เฒ่าเจ้าเมืองนั้นเคืองพอ
เป็นต่างคนต่างแคล้วแล้วกันไป
แสนสนทนับเนื้อว่าเชื้อไข
ต้องอายุใจจำลากลัวซ้ำการ”

เคยมาพึ่งพักก่อนแต่ก่อนไร
สถิตที่ทับนามาอาศัย
จึงทำให้หมองหมางเพราะขวางคอ
เขาจะแปลงปลุกทับกับเป็นหอ
เพราะลวงคอเคื่องขัดถึงตัดรอน”
แต่ปรางทองน้องหญิงยังจริงจิต
จะแหวะหาสารพัดยังขัดใน



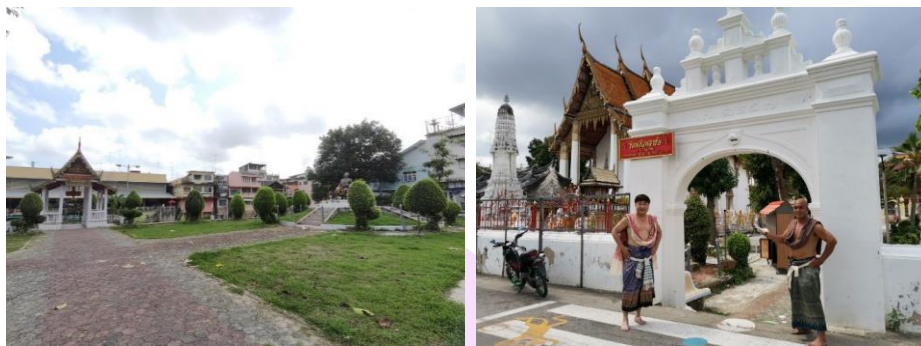
ภาพ 35 วัดบันไดทอง / คู้ดอ้อยวัดบันไดทอง จังหวัดเพชรบุรี

ที่มา: Homelittlegirl.com

และเมื่อสุนทรภู่เข้าไปถึงซานเมืองเพชรบุรีเลยบ้านขุนรอง บ้านหม่อมขุนนางมาแล้ว
ท่านบอกเล่าถึงการเดินทางผ่านวัดกุฎีทองที่แลเห็นโบสถ์วิหารเรียงรอง วัดนี้ปัจจุบันนี้เรียกชื่อ
ว่าวัดบันไดทอง อยู่ในกลุ่มวัดกุฎีดาว วัดกำแพงแลง ห่างจากตัวเมืองประมาณ 2 กม. แม่น้ำ
ตรงเลยวัดคดโค้งเป็นวังน้ำวนซึ่งสุนทรภู่ว่าชื่อ “คดอ้อย” ซึ่งสุนทรภู่เขียนเล่าไว้ว่า

“ถึงอารามนามที่กุฎีทอง
ริมอารามข้ามน้ำท่าสะพาน
ถึงคู้ดอ้อยเลี้ยวลัดชื่อคดอ้อย
ค้อยคลองแคล้วแจวรีบถึงพริบพรี

ดูเรื่องรองรุ่งโรจน์โบสถ์วิหาร
นมัสการเดินมาในวารี
ตะวันคล้อยคล้าฟ้าในราศี
ประทับที่หน้าท่าพลับพลาชัย”



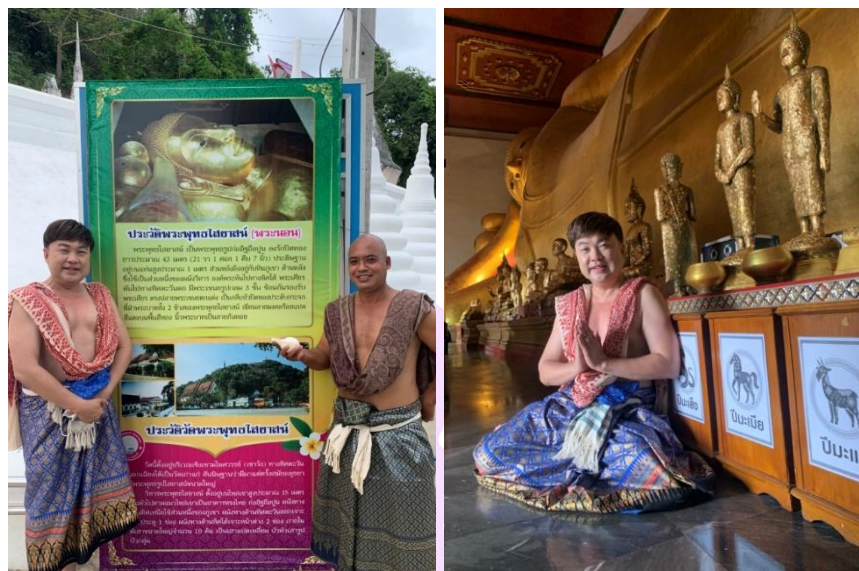
ภาพ 36 ทาน้ำที่วัดพลับพลาชัยในปัจจุบัน

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

ครั้นพ้นจากคดอ้อยแล้วก็แจวเรือได้คล่องขึ้น เป็นเวลาเย็นแล้วแจวแรง ๆ ก็ถึงเมืองพริบพรี ในเวลาเย็นค่ำพอดี จึงให้จอดเรือพักอยู่ที่หน้าวัดพลับพลาชัย วัดนี้ปัจจุบันยังชื่อวัดพลับพลาชัย เป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องศาสนาและวัฒนธรรมสำคัญของเพชรบุรี มีพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ให้ศึกษากันด้วย และเมื่อสุนทรภู่เดินทางไปเพชรบุรีในนิราศเมืองเพชร ท่านไปย่านวัดเกาะแก้วสุทธาราม เยี่ยมเยียนหลานสาวอีกคนหนึ่ง เอาผ้าแพรไปมอบให้แล้วเลยไปบ้านตาลเรียงด้วยตั้งใจเอาผ้าแพรไปมอบให้อีกเช่นกันพอไปถึงก็เห็นผู้คนเต็มไปหมดทราบว่าเขากำลังทำพิธีรดน้ำสังข์ช่วยพรให้คู่บ่าวสาว และเจ้าสาวก็คือน้องคนที่เอาผ้าแพรไปให้นั่นเอง จึงถึงกับยืนเซ่ออยู่เป็นนานไม่กล้าเข้าไปในบ้าน พอดีป้าทรัพย์คนรู้จักกันอีกคนหนึ่งโผล่ออกมาจากบ้านงาน เห็นเข้าก็ทักทาย ท่านจึงมอบผ้าสำหรับหนึ่งให้ป้าทรัพย์นำไปมอบให้แทน แล้วเดินกลับมาลงเรือแจวต่อไปวัดพระนอน ท่านเล่าว่าไปไหว้พระนอน (พระพุทธรูปไสยาสน์) ซึ่งเป็นพระพุทธรูปที่งดงามมาก ท่านไปนั่งถือพัดโบกวีพระพุทธรูปไสยาสน์องค์นี้ด้วย

“แล้วนี่ว่าหน้าหนาวมาคราวนี้
ยังมีแต่แพรหอมถนอมชม
อุทิศว่าผ้านี้ของพี่น้อง
มาหม่อมพระจะให้ผลดลบันดาล

ถึงแท่นที่พระสถิตสนิทสนม
ได้คลี่หม่มห่มอุระพระประธาน
ฝ่ายเจ้าของชาดรักสัสมครสมาน
ได้พบพานภายหน้าสถาพร”



ภาพ 37 พระพุทธรูปไสยาสน์ วัดพระนอน ในปัจจุบัน

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

นอกจากนั้นสุนทรภู่ยังได้เขียนสัพยอกไว้เป็นความขัน ๆ อีกหลายราย “ครั้นไปเยือนหลานบ้านวัดเกาะ ยังทวงเพลาะแพรดำที่ทำหาย ต้องให้สีทับทิมจึงยืมพราย” ต่อจากนั้นสุนทรภู่ก็ไปบ้านตาลเรียง

“แล้วไปบ้านตาลเรียงเคียงบ้านไร่
พอวันนัดชดน้ำเขาทำบุญ
เขว่าน้องของเราเป็นเจ้าสาว
เหมือนจุดไต้ว่ายนน้ำมาดำตอ
จะแทนคุณบุญมาประสาหยาก
ได้ฝากแต่แพรผำกับป้าทรัพย์
ไปปีหนึ่งครึ่งปีเมื่อมีลูก
สุนทรภู่ขมน้ำใจชาวเพชรบุรีไว้น่าฟังว่า

ที่นับในเนื้อช่วยเกื้อหนุน
เห็นคนรุ่นใหญ่ดียิ่งยืนรังรอง
ไม่รู้ราวเรื่องเรอมาเจอหอ
เสียแรงถ่อกายมาก้ออภัพ
ต้องกระดากดั่งหนึ่งศรกระดอนกลับ
ไว้สำหรับหนึ่งนั้นทำขวัญน้อง
จะมาผูกมือบ้ายอย่าหมองหมอง”

“ทั่วประเทศเขตแคว้นแดนพริบพรี
ที่พวกทำน้ำตะโหนดประโยชน์ทรัพย์

เห็นจะชี้ไปไม่พ้นแต่ต้นตาล
มีดสำหรับเหน็บข้างอย่างทหาร”



ภาพ 38 ต้นตาลโตนด และการทำน้ำตาลโตนดในปัจจุบัน

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

สุนทรภู่แต่งนิราศเมืองเพชรเป็นนิราศเรื่องสุดท้ายของท่าน นับเป็นนิราศที่มีความไพเราะดีเด่นเรื่องหนึ่ง นักศึกษาวรรณคดีหลายท่าน เช่น ศาสตราจารย์ วอลเตอร์ เอฟ. เวลลาก็ยกย่องว่านิราศเมืองเพชร เป็นนิราศที่ดีเด่นที่สุดในบรรดานิราศของท่านสุนทรภู่ ไม่ใช่นิราศภูเขาทอง แม้แต่อาจารย์ล้อม เพ็งแก้ว อาจารย์วิทยาลัยครูเพชรบุรี ก็ลงความเห็นว่ “ก็แหละบรรดานิราศของท่านสุนทรภู่นั้น ข้าพเจ้ามีความเห็นเป็นเฉพาะตัวว่า นิราศเมืองเพชรเป็นนิราศดีที่สุดของท่านสุนทรภู่ ไม่ว่าจะพิจารณากันในด้านวรรณศิลป์และหรือสาระที่ท่านผู้แต่งได้เก็บบรรจุไว้ (และเมื่อได้สอบชำระนิราศเมืองเพชรเสร็จแล้ว จึงได้ทราบว่ นิราศเมืองเพชรเป็นนิราศที่ยาวที่สุดอีกด้วย คือยาวถึง 498 คำกลอน)”

นิราศเรื่องนี้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่าท่านสุนทรภู่มีความผูกพันอยู่กับเมืองเพชรบุรียิ่งกว่าเมืองใด ๆ ที่ท่านเคยไป และได้แต่งเป็นนิราศไว้ กล่าวคือ ท่านได้เดินทางมาเมืองเพชรบุรีหลายคราว และมีอยู่คราวหนึ่งที่ท่านได้พาแม่จันทร์มาหลบซ่อนอยู่ในถ้ำเขาหลวง (วัดบุญทวีหรือวัดถ้ำกลบ จังหวัดเพชรบุรี) เมื่อมาคราวแต่งนิราศ สุนทรภู่ได้ไปชมเขาหลวงอีกครั้งหนึ่งปรากฏว่าลายมือที่ท่านเคยเขียนไว้ที่ผนังถ้ำเขาหลวงเมื่อครั้งกระโน้นยังอยู่ และมีส่วนปลุกเร้า

ให้ท่านระลึกนึกถึงความหลัง นิราศเมืองเพชรจึงเปรียบเสมือนบันทึกความทรงจำทาง
ภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

“ดูว่างเวียงเชิงพนมหน้าชมเชย	ต่างแห่งนงเยาว์ชมชง่อนก่อนคิลา
เป็นลดหลั่นชั้นช่องมีห้องหับ	แลสลับเลื่อมลายคล้ายเลขา
กลางศิรินหินห้อยย้อยระย้า	ดาษดาตุตุตั้งพู่พวง”



ภาพ 39 ถ้ำเขาหลวง ในปัจจุบัน

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านการวางแผน และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เพื่อประกอบการดำเนินการวิจัย โดยมิงานงานวิจัย ภายในประเทศจำนวน 16 เรื่อง และงานวิจัยต่างประเทศจำนวน 10 เรื่อง ดังต่อไปนี้

ชัชณะ เตชคณา (2565) ได้วิจัยเรื่อง แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจาก “การเห็น และการเรียนรู้” เป็น “การทำ” เป็นรูปแบบอุตสาหกรรมประสบการณ์เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบพาสซีฟอีกต่อไป และมองหาการมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้นในกิจกรรมสร้างสรรค์ของวัฒนธรรมที่แท้จริงในจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว การวิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อค้นหาตัวแปรแฝง 4 ประการ ได้แก่ การรับรู้ถึงคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ในท้องถิ่น การดึงดูดกิจกรรมสร้างสรรค์ บริการเพื่ออำนวยความสะดวก และความสามารถเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว รายการที่สังเกตพบแปดสิบรายการถูกสร้างขึ้นเพื่อสร้างแบบสอบถามเพื่อแจกจ่ายให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดสร้างสรรค์ยินดีจ่ายราคาที่สูงขึ้นเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ พวกเขาชอบผู้เชี่ยวชาญด้านครีเอทีฟระดับอาวุโสในพื้นที่มากกว่าผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์รุ่นเยาว์ พวกเขาแสวงหากิจกรรมสร้างสรรค์ที่หลากหลาย พวกเขาต้องการบริการสนับสนุนในปลายทางที่สร้างสรรค์ ในการที่จะเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะต้องนำเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่นเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เฟลิดเฟลีน รองเท้าทดสอบทางสถิติที่ตัวแปรแฝงทั้งสี่มีความเกี่ยวข้องและแสดงผล SEM ของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยต้องรู้จักการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย

ชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2564) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยความปลอดภัยด้านอาชญากรรมทางร่างกาย ทรัพย์สิน และอุบัติเหตุ และปัจจัยความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาด ที่มีผลต่อ

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหา (Reliability) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรชาวไทยกลุ่ม Generation Y โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ การวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาด ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยความปลอดภัย ด้านอาชญากรรมทางร่างกาย ทรัพย์สิน และอุบัติเหตุไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19

เสรี วงษ์มณฑา (2565) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: นวัตกรรมการเคลื่อนย้ายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังเติบโตขึ้น ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่แพ้เพียงนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง และปานกลางอย่างแต่ก่อนเท่านั้นที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวรายได้น้อยในตลาดล่างก็มีความสนใจเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ได้สนใจแต่เพียงไปดูและไปเรียนรู้ที่ไม่มีการทำกิจกรรมใด ๆ พวกเขาต้องการที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการสร้างสรรคเพื่อทดสอบศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง พวกเขาต้องการมีส่วนร่วมกับการใช้ชีวิตของคนในชุมชนเป็นโอกาสให้ท้องถิ่นที่ไม่มีทุนทางโครงสร้าง แต่มีทุนทางวัฒนธรรม สามารถใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทั้งด้านวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี งานศิลปหัตถกรรม การแสดง การทำอาหาร การละเล่น กีฬา และกิจกรรมอื่น ๆ มาดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ โดยการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายสำหรับการร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค ภาคชุมชนที่จะเป็นผู้สอน ผู้นำกิจกรรมการสร้างสรรค โดยมองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเชิงสืบสานที่จะดำรงวัฒนธรรมที่แท้จริงของท้องถิ่นให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

โอชญญา บัวธรรม (2564) ได้ศึกษาเรื่อง เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมพื้นบ้านอีสาน: ร้อยเรื่องเมืองยโสธร โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาประวัติความเป็นมา ตำนาน วัฒนธรรม ความเชื่อของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมพื้นบ้านอีสานในจังหวัดยโสธร ประเมินศักยภาพ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมพื้นบ้านอีสานในจังหวัดยโสธร และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ตามรอยวรรณกรรมพื้นบ้านอีสาน จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ตัวแทน

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ในพื้นที่กรณีศึกษา โดยวิธีการเลือกการสุ่ม กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 18 คน และกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) และแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการ Content Analysis และใช้เทคนิคทางสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ประวัติความเป็นมา ตำนาน ความเชื่อของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมในจังหวัดยโสธรมีทั้งหมด 8 แห่ง จากการประเมินความสำคัญทางวัฒนธรรมและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแล้วอยู่ในระดับมากทุกด้าน และสามารถจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมพื้นบ้านอีสานในจังหวัดยโสธร ใน 1 วัน ได้ดังนี้ เริ่มที่ พระธาตุอานนท์ ชุมชนเมืองเก่าบ้านท่าสิงห์ ศาลหลักเมืองจังหวัดยโสธร วัดศรีธรรมมาราม พิพิธภัณฑ์พญาคัคนาก โบสถ์คริสต์บ้านซ่งแย้ หมู่บ้านท่าหมอนชิต บ้านศรีฐาน ปิดท้ายที่พระธาตุก่องข้าวน้อย โดยหน่วยงานภาครัฐหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปจัดทำเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมพื้นบ้านอีสาน เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว ในยุคปัจจุบันที่นิยมหันมาให้ความสนใจทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มาท่องเที่ยวยังจังหวัดยโสธรเพิ่มมากขึ้น

ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทย แบบปรกติใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.43) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.90) ราคา ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.57) ที่พัก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.47) สถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.49) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัย และสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด สรุปในภาพรวม ของบทความ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ สิ่งใหม่ ที่ยังเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญ คือ การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนไปสู่ New Normal ที่ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจบริการใหม่ (New Business Norms) เช่นกัน ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่

เปลี่ยนไป เช่น การให้บริการทางด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยจากโควิด-19 ถึงแม้ว่าจะส่งผลกระทบต่อรายได้ แต่ก็เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ขณะที่ผู้ประกอบการหลายราย เผชิญกับสภาพคล่องที่จำกัด ทำให้ยังต้องระมัดระวังควบคุมรายจ่าย โดยให้มีผลต่อการบริการน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในสต็อกสินค้า การจ้างงาน หรือการจัดกิจกรรมการตลาด ที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น

สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง วรณกรรมกับการท่องเที่ยว: เศรษฐกิจ (การท่องเที่ยว) สร้างสรรค์จากฐานรากวัฒนธรรม การสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ผ่านทางวรรณกรรมแล้วดัดแปลงเป็นการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคัดเลือกวรรณกรรมที่มีความโดดเด่น และการดัดแปลงใช้เพื่อการท่องเที่ยวควรผ่านการวิเคราะห์จากแนวคิดสัมพันธบท ชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับวรรณกรรมนั้น ๆ ผู้สื่อความหมายเข้าใจสาร จากวรรณกรรมที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยการดัดแปลงการท่องเที่ยว จากวรรณกรรมแต่ละกิจกรรม จำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยว ให้ชัดเจนว่าเป็นผู้สนใจอ่านวรรณกรรมนั้น ๆ อยู่แล้วหรือเพื่อสื่อความหมายให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปเพื่อที่จะเลือกสารจากวรรณกรรมนำไปดัดแปลงให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายประเด็นหนึ่งที่พึงให้ความสำคัญยิ่ง คือ พึงระมัดระวังอย่าให้นักท่องเที่ยวเหมารวมว่า แหล่งท่องเที่ยวจากวรรณกรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวจากวรรณกรรม เรื่องเล่า ณ แหล่งท่องเที่ยวจากวรรณกรรม ของที่ระลึกการท่องเที่ยวจากวรรณกรรมเรื่องนั้น พื้นที่นั้นก็เหมือนกับวรรณกรรมอื่น พื้นที่อื่น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างอัตลักษณ์ เป็นที่ประทับใจอันก่อให้เกิดจากจดจำและส่งต่อไปยังผู้คนกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป นอกจากนี้ การพัฒนาให้วรรณกรรมเป็นรากฐานไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สังคมควรปลูกฝังให้คนไทยรักการอ่านให้มากขึ้น อ่าน (Reading) ในที่นี้คือทำความเข้าใจและตีความทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวรรณกรรมที่มีเพื่อการใช้ประโยชน์ต่อการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว โดยผ่านความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเข้าใจวรรณกรรม แล้วนำมาออกแบบอารมณ์ และออกแบบประสบการณ์ร่วม ให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม วัฒนธรรม โดยยังสามารถดำรงเนื้อหาสำคัญ หรือสื่อความหมายถึงความโดดเด่นของวรรณกรรมนั้น ๆ ได้อย่างน่าสนใจ

อดิศักดิ์ จำปาทอง และคณะ (2563) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านให้ประสบผลสำเร็จควรบูรณาการ และต่อยอดจากกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีอยู่เดิม โดยประกอบด้วย 1) การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อใช้เป็นศูนย์กลาง ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่ครบถ้วน 2) การใช้สื่อ

สังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น การสร้างเพจ Facebook การโฆษณาผ่านทาง Instagram การโพสต์โฆษณาผ่านทาง Twitter การสร้าง LINE official account เป็นต้น 3) การสร้างกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดแสดงสินค้าหรือการแนะนำกิจกรรมท่องเที่ยว (Road show) 4) การประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการโทรทัศน์ 5) การส่งเสริมการขายผ่านบริษัทตัวแทน เช่น Agoda Traveloka 6) การสร้างแลนด์มาร์ค เพื่อเป็นจุด Check in ถ่ายภาพสำหรับนักท่องเที่ยว 7) การโฆษณาทาง YouTube โดยผสมผสานกิจกรรมดังกล่าวภายใต้กลยุทธ์และแผนงานเดียวกันอย่างลงตัวเพื่อพัฒนาการสื่อสารการตลาดไปสู่รูปแบบใหม่ ด้วยการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง อันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการตลาด และการขยายกลุ่มผู้บริโภคการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้ผลมากที่สุด

อรทัย มูลคำ และชวลี ฤณ กลาง (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวและญาติ เดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ใช้พาหนะประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำนวน 2,001 – 4,000 บาท สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม เพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและเชิงวัฒนธรรม สนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวการไหว้พระธาตุและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวันมหาธาตุ / วัดโอกาสศรีบัวบาน และวัดอื่น ๆ จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ปี 2559 จำนวน 905,501 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะจังหวัดนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม บ้านนาจอก ตำบลหนองญาติ อำเภอเมือง นครพนม เป็นต้น รวมถึงจังหวัดนครพนมเป็นเมืองขนาดเล็กที่สงบและไม่วุ่นวายเหมาะแก่การพักผ่อนและเป็นที่ยู่ออาศัย อีกทั้งจังหวัดนครพนมเป็นจุดเชื่อมเส้นทางคมนาคมทางบกของไทย-สปป.ลาว-เวียดนาม และจีนตอนใต้ที่สะดวก และมีสะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม – คำม่วน) และมีสะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม – คำม่วน) เป็นสะพานสำคัญในการเชื่อมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียน จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยว อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันทุกด้าน ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง

ท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ การเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จิตกรวี กระจำนเมฆ และสุดหล้า เหมือนเดช (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม ไทยแลนด์ 4.0: กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นลาวครั่งบ้านทุ่งผักกูด ไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้างและไทยจีนตลาดบางหลวง โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นลาวครั่งบ้านทุ่งผักกูด วิถีชีวิตไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้างและไทยจีนตลาดบางหลวง 2) ศึกษาศักยภาพ พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น ลาวครั่งบ้านทุ่งผักกูด วิถีชีวิตไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้างและไทยจีนตลาดบางหลวง ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนา เพื่อส่งเสริม พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นลาวครั่งบ้านทุ่งผักกูด วิถีชีวิตไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้าง และไทยจีน ตลาดบางหลวง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมทั้ง 3 ด้าน ผลการวิจัยพบว่า สภาพทั่วไปของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นลาวครั่ง บ้านทุ่งผักกูด วิถีชีวิตไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้างและไทยจีนตลาดบางหลวง 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่ง เหมือนกันคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่โดดเด่น ในเรื่องของกลุ่มชาติพันธุ์ ความเก่าแก่ของโบราณวัตถุในพิพิธภัณฑสถาน โบราณสถานวัด ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ทั้งลาวครั่งไทยทรงดำและจีนบางหลวงมีวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาจนกลายเป็นเอกลักษณ์ 2) ด้านการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่ง มีที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าขายของที่ระลึก สถานบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม สถานีตำรวจ สถานพยาบาล ระบบการสื่อสาร มีเพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านการเข้าถึงระบบการคมนาคม นักท่องเที่ยว ใช้รถยนต์ส่วนตัว หรือรถโดยสารเข้ามาท่องเที่ยวจึงสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่งได้อย่าง สะดวกสบาย มีสถานที่จอดรถ เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ผลการศึกษา ศักยภาพพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นลาวครั่งบ้านทุ่งผักกูด วิถีชีวิตไทยทรงดำบ้านไผ่หูช้าง และไทยจีนตลาดบางหลวง ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่าแหล่งท่องเที่ยวแต่ละชุมชน มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีลักษณะโดดเด่นที่นำมาเป็นจุดสนใจ จุดขายในเรื่องที่ต่างกันแต่มีการบริหารจัดการ

ร่วมกันในเรื่องเส้นทางเชื่อมโยงที่เอื้อต่อกันทั้ง 3 แหล่งอย่างลงตัวสิ้นสุด 1 วันจึงไม่ทำให้เกิดอุปสรรคหรือปัญหาใด ผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนา เพื่อส่งเสริมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นลาวครั้งบ้านทุ่งผกูด วิถีชีวิต ไทยทรงดำบ้านไผ่หู่ช้าง และไทยจีนตลาดบางหลวง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดนครปฐม ทั้ง 3 ด้านพบว่า 1) ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว จัดหาอาสาสมัคร เพื่อช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว รณรงค์สนับสนุนส่งเสริมยกย่องวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ทันสมัยแต่คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์เดิม จึงควรมีการปรับปรุงรูปแบบ ราคา ให้ดีกว่าเก่าเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) สิ่งอำนวยความสะดวก ควรคำนึงถึงราคาอาหาร สินค้าโดยเฉพาะสินค้าประเภทผ้าทอมือควรมีการปรับราคาให้เหมาะสม ห้องสุขา และสถานที่นั่งพักผ่อน มัคคุเทศก์ท้องถิ่น น้ำดื่มให้เพียงพอ 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงพัฒนาให้ถนนสะอาดโล่งสะดวกและความปลอดภัย ปรับปรุงเส้นทาง ป้ายบอกทาง ในระยะทางที่มองเห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย

ณัฐธิดา ทองอุปการ และณิษกานต์ ตันติกวินกุล (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนบ้านบุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชนบ้านบุ 2) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชนบ้านบุ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบุ จำนวน 100 คน มาเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย จำนวนร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบุ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะต้องการพักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต การตัดสินใจเดินทางมาของนักท่องเที่ยว เพราะกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ของชุมชนบ้านบุ พบว่า ควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ เพื่อให้เกิดกระจายตัว ของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังต้องมีการคิดค้น พัฒนา และต่อยอดกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวให้มีความ

หลากหลายมากกว่านี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรม กับชุมชนมากขึ้น รวมไปถึงทางชุมชนจะต้องมี การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ ไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน

ศิริธิดา ภูมิวิรมุน (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครพนม 2) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครพนม (7Ps) 3) สร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดนครพนมด้วยการกำหนด ยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวจากส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (7Ps) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติ ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และ การวิเคราะห์ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการ ในการมาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน และเติมเต็มให้กับชีวิตร้อยละ 29.8 โดยมีแรงจูงใจ ในการมาท่องเที่ยว เพราะวัฒนธรรมและประเพณี ร้อยละ 22.5 ในด้านปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจ มาท่องเที่ยวเพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ร้อยละ 25.8 และมูลเหตุที่ก่อให้เกิด การตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพราะอิทธิพลของสังคมและบุคคล ร้อยละ 26.5 2) ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครพนม (7Ps) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.11 ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ปัจจัยด้านราคาและบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.05 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามล าดับ การทดสอบค่าที่ (t-test) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) แตกต่างกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน 3) ด้านการกำหนดยุทธศาสตร์การตลาด เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนมที่พบจากการวิจัย คือ ด้านลักษณะ

กายภาพ และการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) ต้องมีการบริหารจัดการพื้นที่ พัฒนาเส้นทางหลัก และเส้นทางรอง ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความหลากหลายและโดดเด่น ด้านวัฒนธรรมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ด้านราคา (Price) ราคาค่าบริการทางการท่องเที่ยวก็ไม่แพงมาก ด้านกระบวนการ (Process) มีกระบวนการทำงานและบริการที่ดีแต่ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ (Place) สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ด้านบุคลากร (People) ต้องมีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและบริการให้เพียงพอ และด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion) ต้องส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

วิไลวรรณ สว่างแก้ว (2561) ได้วิจัยเรื่อง อิทธิพลภาพลักษณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากร คือนักท่องเที่ยว ชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การ ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็น ต่อภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อยู่ในระดับมาก สำหรับการรับรู้ถึง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่า นักท่องเที่ยว มีการรับรู้ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดตามด้วยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้าน สิ่งดึงดูดใจ เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจด้าน ปัจจัยหลักในการมาท่องเที่ยวมากกว่าด้านปัจจัยรอง ผลการทดสอบสมมติฐาน ภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว การรับรู้องค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ แรงจูงใจด้านปัจจัยหลัก ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้า ไชยานุชิตของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนการรับรู้องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และแรงจูงใจด้านปัจจัยรองไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ราณี อธิชัยกุล และวรรณา ศิลปอาชา (2558) ได้วิจัยเรื่อง ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า ตลาดที่มีศักยภาพเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ กลุ่มคนที่มีความสนใจในการเรียนรู้วิถีและวัฒนธรรมท้องถิ่น สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมซึ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้น การศึกษาความต้องการด้านความรู้และทักษะของชุมชนและผู้ประกอบการในการพัฒนาการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า แนวทางการพัฒนาตลาดในกรอบคำว่า SPECIAL ซึ่งมาจากตัวย่อและความหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ S: Segment, P: Sense of place, E: Experience, C: Communication, I: Information Technology, A: Access, L: Linkage โดยแบ่งออกเป็น 2 หลักสูตร คือ หลักสูตร การตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับชุมชน และหลักสูตรการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับบริษัทนำเที่ยว

ศึกษากรณีศึกษาที่ประสบผลสำเร็จในการทำงานเรื่องการตลาดในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนพบว่า ชุมชนในประเทศไทยและในประเทศที่คัดเลือกมามีปัจจัยความสำเร็จทางการตลาดที่เป็นปัจจัยร่วมกันอยู่หลายประการในด้านต่าง ๆ ตามหลักการส่วนประสมทางการตลาด 7P แต่เมื่อจำแนกตามลักษณะของการจัดการทางการตลาดสามารถจัดเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่ชุมชนสามารถทำการตลาดได้ด้วยตัวเองและมีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย กลุ่มนี้มีแนวโน้มว่าจะมีความยั่งยืนทางการตลาดสูง และ 2) กลุ่มที่ทำการตลาดโดยการพึ่งพิงองค์กรพี่เลี้ยง แม้จะประสบความสำเร็จจากการมีสื่อและช่องทางทางการตลาดที่ทันสมัย แต่หากชุมชนไม่ขยับเข้ามาเรียนรู้และจัดการด้วยตัวเอง ให้มีความรอบรู้เท่าทันและเพิ่มความหลากหลายของช่องทางก็จะเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงเรื่องความยั่งยืนในการทำการตลาด

แนวทางการส่งเสริมการตลาดและแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนมีข้อเสนอหลายระดับ ได้แก่ 1) ชุมชนสามารถนำกรอบเรื่อง SPECIAL ไปวางแผนการตลาดเชิงรุกในการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม 2) บริษัทนำเที่ยวเข้าไปทำงานร่วมกับชุมชนในฐานะพันธมิตร เพื่อดึงจุดเด่นของชุมชนจัดทำรายการนำเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3) เครือข่าย CBT ทำการตลาดโดยใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว 4) พี่เลี้ยง/สถาบันการศึกษาสามารถนำหลักสูตร SPECIAL ไปบูรณาการกับการสอน หรือการให้บริการชุมชน 5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องการท่องเที่ยวนำไปเผยแพร่แนวทางการทำการตลาดสมัยใหม่แบบ CBT SPECIAL หรือขยายผลกับคนในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องท่องเที่ยวโดยชุมชน 6) เวทีแลกเปลี่ยน/สรุปบทเรียนเป็นการสังเคราะห์ความรู้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและงานวิจัยรับใช้สังคมต่อไป 7) การสร้างงานวิจัยร่วมระหว่าง

นักวิจัยไทยและนักวิจัยในประเทศสมาชิกอาเซียนเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนและมีการเขียนงานวิจัย เป็นภาษาอังกฤษอันจะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ข้ามภูมิภาค

อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2558) ได้วิจัยเรื่อง การใช้วรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางในการใช้วรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรีและศึกษาความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนำวรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผนมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยผสมผสานงานวิจัยเชิงคุณภาพและงานวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้วรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จะช่วยเพิ่มศักยภาพและคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้เนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน เช่น มีสถานที่จริงที่กล่าวถึงในวรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผนที่ยังปรากฏอยู่ในปัจจุบันมีการสร้างคัมภีร์ชุมชนแผน บ้านขุนช้าง รูปจำลอง ภาพจิตรกรรมในวรรณกรรม มีถนนสายสำคัญ ในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ตั้งชื่อตามตัวละครต่าง ๆ ในเรื่องขุนช้างขุนแผน ซึ่งมีความสอดคล้อง ตามแนวทาง การใช้วรรณกรรม เพื่อการท่องเที่ยว และตามแนวทางตัวอย่าง การดำเนินการที่ดี สามารถนำมาสร้างสรรค์ และจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมถึงชุมชนในท้องถิ่น ควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุน กิจกรรมนี้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อเป็นการสร้างระบบ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์วรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน 2) นักท่องเที่ยวมีความสนใจในด้านการนำวรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน มาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสนใจให้มีการนำวรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน มาใช้ในการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรีสนใจให้มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม และสนใจให้มีการส่งเสริมและอนุรักษ์วรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน ในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจ ในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและเน้นความเชื่อมโยงในวรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน รวมทั้งมีการจัดโปรแกรม การท่องเที่ยว ตามสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมชุมชนข้างชุมชนแผน

Joyeeta Chatterjee and Nigel Raylyn Dsilva (2021) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาบทบาทของโซเชียลมีเดีย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรัฐอัสสัมและโอริสสา (A Study on The Role of Social Media in Promoting Sustainable Tourism in The States of Assam And Odisha) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดบทบาทของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรัฐอัสสัมและโอริสสา การศึกษาให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ของจุดหมายปลายทางดังกล่าวซึ่งจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมบนโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ ยังแนะนำกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทั้งสองรัฐ วิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง กระบวนทัศน์ในแนวโน้มการบริโภคทั่วโลก การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ที่สำคัญซึ่งส่งเสริมและส่งเสริมความยั่งยืนในหมู่ประชากรในท้องถิ่น ดังนั้นจึงต้องมีแพลตฟอร์มสื่อเชิงกลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมการขายที่เข้าถึงได้ง่าย สรุปได้จากการศึกษาว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย จะช่วยเพิ่มทัศนวิสัยและการเข้าถึงแก่ผู้เยี่ยมชมของปลายทาง

Anya Chapman (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงมรดก ความกดดันจากการแข่งขัน และการปรับตัว: กรณีของท่าเรือชายทะเลของอังกฤษ (Heritage Attraction, Competitive Pressures And Adaptation: The Case of The British Seaside Pier) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวเชิงมรดก ของผู้เยี่ยมชมได้มีการดำเนินการในสภาพแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งต้องตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งพวกเขาไม่สามารถควบคุมได้ บทความนี้มุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์การปรับตัวที่นำมาใช้ โดยทรัพยากรมรดกประเภทหนึ่ง: ท่าเรือริมทะเลในสหราชอาณาจักร ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของมรดก ของการท่องเที่ยวมวลชน ท่าเรือถูกสร้างขึ้นในบริบทเฉพาะ และเนื่องจากบริบทนั้นเปลี่ยนไป พวกเขาจึงต้องปรับตัวเพื่อให้ยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ การสำรวจท่าเรือทั้งหมด ในสหราชอาณาจักรและการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับเจ้าของท่าเรือที่ได้รับการคัดเลือก ถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบกลยุทธ์ในการปรับตัว มีการระบุประเภทท่าเรือสามประเภทโดดเด่นด้วยกลยุทธ์และประสบการณ์ในการปรับตัวที่แตกต่างกันซึ่งนำเสนอแก่ผู้เยี่ยมชม Family Entertainment Pier ได้นำกลยุทธ์การรวมกลุ่มมาใช้ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม ที่มีความหลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้บริโภคร่วมสมัย ท่าเรือ Innovator แห่งศตวรรษที่ 21 ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง โดยมุ่งเน้นที่ความบันเทิงร่วมสมัยและการจัดเลี้ยง ท่าเรือเฮอริเทจมีความแตกต่างโดยนำเสนอประสบการณ์วันหยุดริมทะเลแบบดั้งเดิม กลยุทธ์เหล่านี้ ช่วยให้ท่าเรือแต่ละแห่งยังคงแข่งขันในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่บางแห่งมีรูปแบบธุรกิจที่แข็งแกร่ง

กว่า และอยู่ในสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งขึ้น เพื่อรับมือกับความท้าทายที่กำลังจะเกิดขึ้น และในอนาคต

Atsuko Hashimoto (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ชีวิตที่อยู่เหนือการเติบโตประชากร ในชนบท กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในนาโกโระ หมู่บ้านหุบโล่กาของญี่ปุ่น (Life Beyond Growth? Rural Depopulation Becoming The Attraction in Nagoro, Japan's Scarerow Village) การวิจัยพบว่า หมู่บ้านในชนบท ในญี่ปุ่นกำลังเสื่อมภาพและจำนวนประชากรลดลงอย่างรวดเร็ว บนเกาะชิโกกุ ในหุบเขาอิยะ ที่อยู่ห่างไกลจากภูเขาเป็นหมู่บ้านนาโกโระ ผู้อยู่อาศัยที่จากไป หรือเสียชีวิตจะถูกแทนที่ด้วย 'kakashi' หรือหุ่นโล่กาในรูปแบบของตุ๊กตาที่เหมือนจริง ในปัจจุบันหุบโล่กา มีจำนวนมากกว่าชาวบ้าน และปรากฏอยู่ทั่วชุมชน เช่น รถที่ป้ายรถเมล์ ทำงานในทุ่งนา และเรียนที่โรงเรียนปิด ความพยายามที่จะอนุรักษ์วิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของหมู่บ้านผ่านหุบโล่กาเริ่มดึงดูดความสนใจของสื่อและนักท่องเที่ยว บทความนี้จะตรวจสอบสถานที่ท่องเที่ยวในชนบท ที่เกิดขึ้นใหม่นี้ ในบริบทของการลดจำนวนประชากรในชนบทของญี่ปุ่นและการต่อพ่วง Nagoro เป็นตัวแทนของหมู่บ้านญี่ปุ่น หลายแห่งที่วิถีชีวิตในชนบทหายไป ได้นำเอารูปแบบการต่อต้านอย่างเงียบ ๆ มาใช้กับจุดสิ้นสุดของยุคที่มองในบริบทของพิพิทธภัณฑ์และภูมิทัศน์ที่ถูกทอดทิ้ง ชุมชนในชนบทกำลังเปลี่ยนการค้นหาดนเองระหว่างนโยบายการฟื้นฟูของรัฐบาลและการเรียนรู้ที่จะอยู่เหนือการเติบโต

Keith Kay Hin Tan and Camelia Kusumo (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบเพื่อความสมจริง: การเพิ่มขึ้นของสถาปัตยกรรมโบสถ์แบบ 'Bathic' และผลกระทบต่อเอกลักษณ์และการท่องเที่ยวของชาวบาห์ลี (Designing for Authenticity: The Rise of 'Bathic' Church Architecture And Its Impact on Balinese Identity And Tourism) พบว่า ในขณะที่สถาปัตยกรรมของโบสถ์ทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่ถูกจำแนกตามประเภทของอาณานิคมหรือนีโอโคโลเนียล การออกแบบโบสถ์คาทอลิก ในบาห์ลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งตั้งแต่ทศวรรษ 1970 ได้รับการแปลเป็นภาษาท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง ผลิตผลงานของสถาปนิกชาวอินโดนีเซีย โบสถ์เหล่านี้ผสมผสานการใช้เทคนิคแบบดั้งเดิม และสมัยใหม่เข้ากับแรงงานของช่างฝีมือที่ทำงานในวัดฮินดู มาหลายชั่วอายุคน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มองว่าเป็นชาวบาห์ลีแท้ ๆ การใช้เกณฑ์มาตรฐานของการวิเคราะห์ ซึ่งรวมระบบ ความเชื่อดั้งเดิมของชาวบาห์ลี เข้ากับการวัดที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เกี่ยวกับ ความถูกต้องทางสถาปัตยกรรม การศึกษาเชิงคุณภาพนื้ออธิบายการเพิ่มขึ้นของสถาปัตยกรรม 'Bathic' ว่าเป็นภาษาสถาปัตยกรรมแบบบาห์ลีแท้ใหม่ซึ่งมีมากกว่าการออกแบบวัด ไม่มีที่ไหนเลยนอก ชายฝั่งของบาห์ลี มันแสดงให้เห็นว่าความหายากเป็นผลพลอยได้ของความทันสมัย ที่บางครั้งสามารถแสดง 'ความถูกต้อง' ในการสร้างสรรค์

ใหม่ ๆ ให้อยู่ในระดับเดียวกับ ของเก่าได้อย่างไร ข้อเสนอแนะนี้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวก ในระยะยาวต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเชิงมรดกของบาห์ลี เมื่อพิจารณาจากการ เปลี่ยนแปลง ทางประชากรศาสตร์ และแนวโน้มระยะยาวต่อกลุ่มพหุนิยมทางศาสนา ได้อธิบาย ว่าในกรณีของโบสถ์ 'Bathic' ของเกาะ อิทธิพลจากภายนอกสามารถสร้างอาคารใหม่แบบบาห์ลี แท้ ๆ ซึ่งเนื่องมาจากพลังงานที่มีศักยภาพ ในการท่องเที่ยวของพวกเขาได้อย่างไร

Marios Sotiriadis (2020) ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดปลายทางท่องเที่ยว: ความรู้เชิง วิชาการ (Tourism Destination Marketing: Academic Knowledge) พบว่าจากมุมมองสำหรับ องค์รวมแบบหลายองค์การด้านการตลาดหรือการจัดการที่จุดหมายปลายทาง (DMOs) ซึ่งต้อง รวบรวมความพยายามอย่างเต็มที่จากองค์กรพันธมิตรและบุคคลจำนวนมาก (ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย) ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูงสุด การตลาดปลายทางถูกอธิบายว่าเป็น “ความต่อเนื่อง ของกระบวนการตามลำดับซึ่ง DMO วางแผน วิจัย นำไปใช้ ควบคุม และประเมินผลโปรแกรม ที่มุ่งตอบสนองความต้องการองค์กรและความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนจุดหมาย ปลายทางและ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์” ประสิทธิภาพ ของ กิจกรรมทางการตลาด ขึ้นอยู่กับความพยายามและแผนของความต้องการในการเสนอขายสินค้าด้าน การท่องเที่ยว และหน่วยงานอื่น ๆ คำจำกัดความนี้ระบุว่า การตลาด คือ การบริหารหน้าที่ ขอบเขตที่ควร ดำเนินการอย่างเป็นระบบ นำไปใช้และนำไปปฏิบัติแนวทางที่เหมาะสม ตลอดจน เครื่องมือ และวิธีการที่เหมาะสม ในการทำเช่นนั้น เชื่อกันว่าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (ผ่านโครงสร้างองค์กรของ DMO) สามารถบรรลุตามที่คาดหวังได้ ผลผลิตที่เป็นประโยชน์ ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชุมชน/ ประชากรเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยว/นักท่องเที่ยว การนำหลักการตลาดปลายทางท่องเที่ยว ไปปฏิบัติอย่างมี ประสิทธิภาพและวิธีการต่าง ๆ ถือเป็นเสาหลักที่มีประสิทธิภาพและชาญฉลาด ซึ่งเป็น รากฐานที่สำคัญในการบรรลุความสมดุล/สมดุลระหว่างการรับรู้และความสนใจที่บางครั้ง ขัดแย้งกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยลดผลกระทบด้านลบและผลประโยชน์สูงสุดที่เกิดจาก การท่องเที่ยว เป็นที่น่าสังเกตว่าการตลาดนั้นไม่ใช่ยาครอบจักรวาล ไม่ใช่ไม้วิเศษชนิดหนึ่ง

Mukhles M. Al-Ababneh (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างสรรค์ พบว่าเป็นรูปแบบใหม่ของความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม มรดก และการท่องเที่ยว (Creative Cultural Tourism As A New Model of The Relationship Between Cultural Heritage And Tourism) ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันจากการศึกษาสำรวจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบใหม่ของความสัมพันธ์ระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มรดกทางวัฒนธรรม ที่มีองค์ประกอบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ แสดงถึงส่วนสำคัญ

ของวัฒนธรรม การท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงมากมายในการท่องเที่ยว เนื่องจากรูปแบบการบริโภคแบบใหม่ การท่องเที่ยว กิจกรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ จำเป็นต้องเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นแนวคิดใหม่ของมรดกวัฒนธรรม เพราะนักท่องเที่ยวประสบปัญหามากมายในวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงมวลชน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์จึงเข้ามาแก้ปัญหาเหล่านี้ นอกจากนี้การศึกษานี้ยังอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์

Zahra Shiran, Neda Torabi Farsani and Mohammad Ali Rajaie Rizi (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิสฟาฮานเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวย้อนอดีต โดยเน้นที่ความทรงจำของสงครามโลกครั้งที่ 2 (Isfahan As A Destination for Promoting Historical Nostalgia Tourism With An Emphasis on World War II Memories) พบว่า สงครามโลกครั้งที่สองกินเวลาตั้งแต่ปี 1939 ถึง 1945 และส่งผลกระทบต่อโลกส่วนใหญ่ สร้างความทรงจำให้กับสถานที่และผู้คนทุกที่ งานวิจัยนี้ เน้นที่เมืองอิสฟาฮาน ประเทศอิหร่าน เป็นกรณีศึกษาที่ประกอบด้วยความทรงจำของสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเน้นที่เด็กชาวโปแลนด์ งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์หลักสามประการ: 1) เพื่อตรวจสอบสถานที่ท่องเที่ยว ของประวัติศาสตร์ความคิดถึงโดยเน้นที่รอยเท้าของเด็กชาวโปแลนด์; 2) เพื่อพิจารณากิจกรรมและกลยุทธ์ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในความคิดถึงในเมืองอิสฟาฮาน และ 3) เพื่อวัดแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวตามผู้ลี้ภัยชาวโปแลนด์ในพื้นที่ศึกษา ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าอิสฟาฮานมีอนุสรณ์สถานและเส้นทางเดินซึ่งรวมถึงความทรงจำของเด็กชาวโปแลนด์ และถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนี้ นอกจากนี้ ผลลัพธ์ยังแนะนำให้จัดทัวร์เฉพาะเรื่องเกี่ยวกับโปแลนด์และอิสฟาฮาน และฝึกอบรมผู้นำทัวร์ในเรื่องนี้ การรวมการท่องเที่ยวแบบย้อนอดีตเข้ากับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มอื่น ๆ การจัดกิจกรรม และการประชุมทางวิทยาศาสตร์ การส่งเสริมการตลาดและการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบย้อนอดีต และการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบย้อนอดีต ในอิสฟาฮาน เป็นกลยุทธ์และกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทนี้ ในอิสฟาฮาน นอกจากนี้ ผลลัพธ์ของเรายังแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวสนใจ สถานที่ท่องเที่ยวที่อิงจากผู้ลี้ภัยชาวโปแลนด์

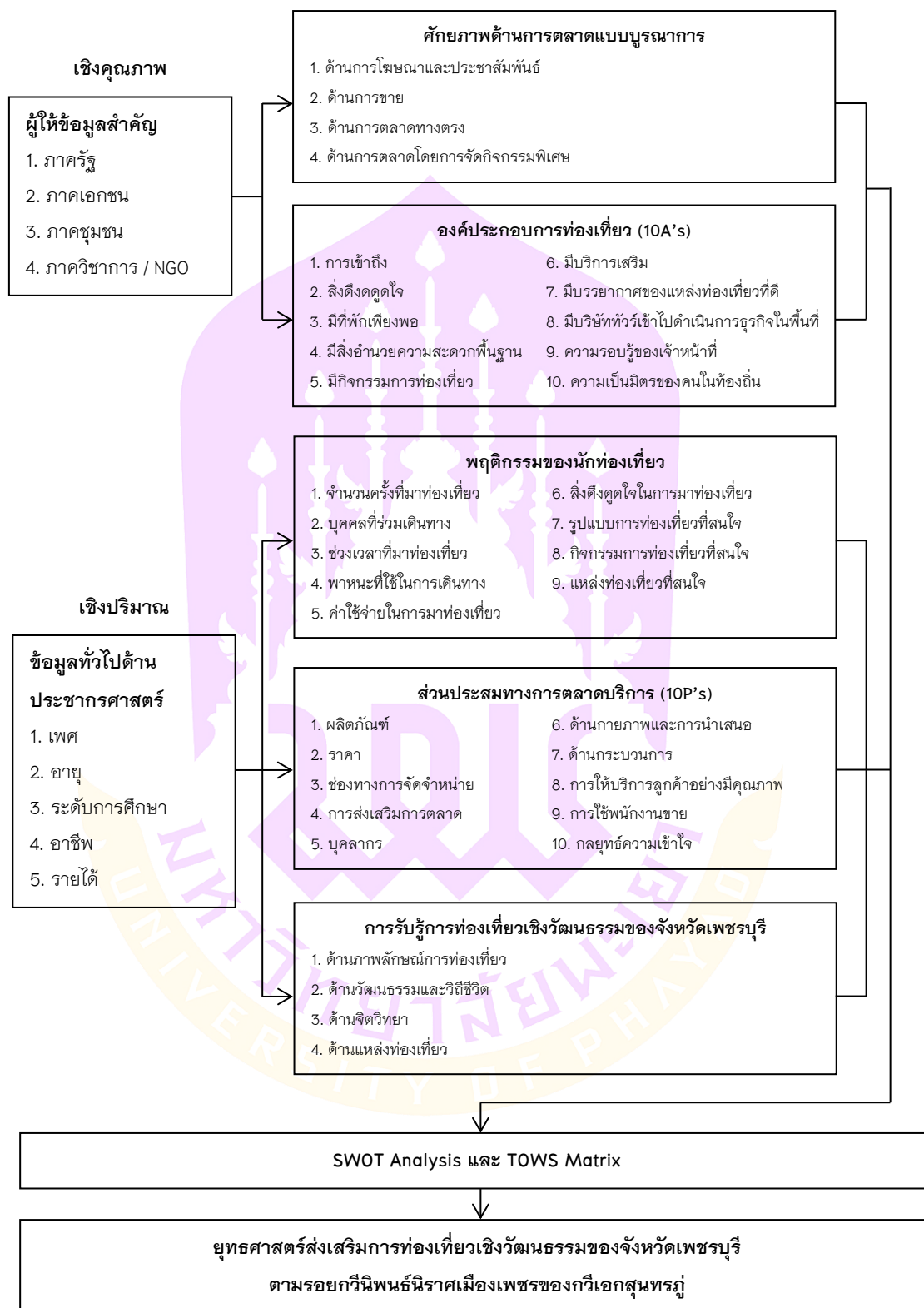
Greg Richards (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: การทบทวน การวิจัยและแนวโน้มล่าสุด (Cultural Tourism: A Review of Recent Research And Trends) จากการติดตามพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในฐานะการวิจัยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ระบุถึงแนวโน้มที่สำคัญและพื้นที่ในการวิจัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่งได้รับการยืนยันอีกครั้งโดย UNWTO ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญ ของการบริโภคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งคิดเป็นกว่า 39% ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการบริโภคทางวัฒนธรรม แรงจูงใจทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์มรดก เศรษฐศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มานุษยวิทยา และความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวโน้มการวิจัยที่สำคัญ ได้แก่ การเปลี่ยนจากมรดกที่จับต้องได้เป็นมรดกที่จับต้องไม่ได้ ความสนใจที่มากขึ้นสำหรับชนพื้นเมืองและชนกลุ่มน้อยอื่น ๆ และการขยายตัว ทางภูมิศาสตร์ในการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยนี้ยังสะท้อนถึง ‘การพลัดถิ่น’ ในด้านสังคมศาสตร์ รวมถึงการพลิกกลับของการเคลื่อนไหว การพลิกกลับด้านการแสดง และการพลิกผันที่สร้างสรรค์ บทความนี้สรุปด้วยข้อเสนอแนะหลายประการ สำหรับทิศทางการวิจัยในอนาคต เช่น การพัฒนาวัฒนธรรมข้ามยุคสมัยใหม่ และผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่

Doganer (2013) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยการท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรม: โครงการออกแบบชุมชนอย่างยั่งยืนสำหรับเขตประวัติศาสตร์ San Antonio Mission (Cultural Heritage Tourism Research: A Sustainable Community-Based Design Project for The San Antonio Mission Historic District) โดยบทความนี้ได้กล่าวถึงวิธีการให้ประสิทธิภาพสูงสุดในด้านของเศรษฐกิจ มิติทางประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแนวทางการพัฒนาเพื่อรองรับ การท่องเที่ยวเชิงมรดกของซานอันโตนิโอ การกิจ และการพัฒนาในเซาท์ซานอันโตนิโอ การกิจของซานอันโตนิโออยู่ในรายการเบื้องต้นของสหรัฐอเมริกาที่จะก้าวขึ้นเป็นแหล่งมรดกโลกของ UNESCO ที่เป็นไปได้ พื้นที่ที่กำหนดเป็นภารกิจย่านประวัติศาสตร์ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำซานอันโตนิโอ ทางตอนใต้ของเมืองเดิม สามารถรวมได้ทั้งชาวอินเดียนก่อนประวัติศาสตร์ และประวัติศาสตร์สเปนและแองโกล เนื่องจากความชุกของทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่ซ้ำกัน ประวัติศาสตร์ของแม่น้ำซานอันโตนิโอเป็นศูนย์กลางของเมืองมาช้านานในแต่ละปี River Walk ที่มีชื่อเสียงระดับโลกดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลายล้านคน แต่ยังห่างไกลจากแม่น้ำในเมือง งานวิจัยนี้ตรวจสอบและวิเคราะห์ศักยภาพของซานอันโตนิโอ Mission Historic District สำหรับการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมโดยชุมชน ความเชื่อมโยงของการกิจ ลูแม่น้ำจะมีลักษณะทางประวัติศาสตร์และศิลปะ การตีความเรื่องราวของการกิจ และเน้นทางสังคม

และวัฒนธรรมของพวกเขา มีความสำคัญต่อพื้นที่ ซึ่งจะตอกย้ำความสำคัญของแม่น้ำที่มีต่อภารกิจ และสนับสนุนให้ผู้เข้าชมหมุนเวียนระหว่าง Mission Reach และแม่น้ำ การเร่งการท่องเที่ยวนั้นในเขตประวัติศาสตร์มีชั้น จะมีความสำคัญมากเพราะมีผลประโยชน์ ทางเศรษฐกิจ และสังคมผ่านแรงงาน รายได้ และโครงสร้างพัฒนาการพื้นฐาน งานวิจัยนี้ เป็นมรดกของการพัฒนาในเชิงบวก ภายใน Mission Historic District โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ San Antonio เคลื่อนไปทางการกำหนดมรดกโลก บทความนี้จะส่งเสริมวัฒนธรรม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่นหรือระดับพื้นที่ใกล้เคียงในขณะที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสัมผัสมรดกทางวัฒนธรรมของภูมิภาค

Mohammad Nayef Alsarayreh, Omar A A Jawabreh, Khalid Alkharabsheh and Mohammed Eldahamsheh (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์): (จอร์แดนเป็นกรณีศึกษา) (Tourism Promotion Through The Internet (Websites): (Jordan As A Case Study)) โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในประเทศจอร์แดน โดยเฉพาะทางอินเทอร์เน็ต โดยมีแผนที่จะพัฒนาการส่งเสริมประเภทนี้ ในอนาคตตามความต้องการของประเทศ เพื่อทราบและเข้าใจการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทนี้ และเพื่อทราบวิธีพัฒนาในราชอาณาจักรฮัชไมต์แห่งจอร์แดนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลสูงสุดเกี่ยวกับราชอาณาจักร งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อกำหนดเงื่อนไขของเว็บไซต์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจอร์แดน เพื่อค้นหาอุปสรรคที่เผชิญกับการส่งเสริมการขายประเภทนี้ผ่านทางเว็บไซต์ และปัจจัยที่ส่งผล ต่อการพัฒนา ข้อค้นพบและคำแนะนำโดยนัย ในรายงานวิจัยฉบับนี้จะ จะนำเสนอต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจ ในภาคการท่องเที่ยวจอร์แดน เพื่อนำมาพิจารณา เอกสารวิจัยได้ใช้แบบฟอร์มการสำรวจ อย่างระมัดระวังซึ่งออกแบบมาเพื่อรวบรวมข้อมูลและใช้ข้อมูลเพื่อทราบแนวโน้มและความคิดเห็นของตัวอย่างเอกสารวิจัย ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต ช่วยเพิ่มการแข่งขันด้านราคา การท่องเที่ยว ขณะที่การออกแบบเว็บไซต์ช่วยเผยแพร่ข้อมูล เกี่ยวกับข้อเสนอด้านการท่องเที่ยว และพิจารณาว่าการออกแบบเว็บไซต์ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มั่นใจว่าข้อมูลของข้อเสนอด้านการท่องเที่ยวมีความถูกต้อง รายงานวิจัยได้แนะนำให้ดำเนินการพัฒนาบทบาทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อไป ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุผลประโยชน์สูงสุด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 40 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ครึ่งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มาใช้ร่วมกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ โดยเลือกปัจจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาดำเนินการวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมในประเด็นต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและบรรลุตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทาง วิธีดำเนินการตามขั้นตอน กระบวนการ และวิธีวิเคราะห์วิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งคัดเลือกผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการ หรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมายแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อเป็นกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างอันประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน สามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาครัฐ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย การวางแผน การบริหารจัดการ การกำกับดูแล รับผิดชอบการส่งเสริม และการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี
2. ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
3. ประธานสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี
4. วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคเอกชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดเพชรบุรี ที่มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลงทุน การค้า การบริการ การสนับสนุน และให้ความร่วมมือกับภาครัฐ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 8 ท่าน ได้แก่

1. ผู้อำนวยการศาลาคามวาสี
2. มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และเจ้าของบริษัทกันตวัฒน์ กรูฟทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด
3. เจ้าของร้านแม่กิมไล้
4. เจ้าของสพายดีรีสอร์ท
5. เจ้าของฟิฟิธันท์สมบัติแม่น้ำเพชร
6. เจ้าของศูนย์เรียนรู้บ้านเพื่อนศิลป์ ดินไธเดีย
7. ประธานหอการค้าจังหวัดเพชรบุรี
8. เจ้าของโคโคการ์เด้น ตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคชุมชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี เป็นผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้านต่อการบริการและการพัฒนาส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มรดก ภูมิปัญญา และสิ่งล้ำค่าที่มีในชุมชนท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 9 คน ประกอบด้วยประชาชนในพื้นที่อำเภอบ้านแหลมจำนวน 3 คน และประชาชนในพื้นที่อำเภอเมือง จำนวน 6 คน ได้แก่

1. ผู้ใหญ่บ้าน และประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพเกลือทะเลกังหันทอง
2. สำนักงานคณะกรรมการบริหารส่วนตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม
3. ประชาชนในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม
4. เจ้าอาวาสวัดพลับพลาชัย
5. นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเพชรบุรี
6. นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบุรี
7. ศิลปินอิสระเมืองเพชร ด้านจิตรกรรมและประติมากรรม
8. นักอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
9. นักเทคโนโลยีสารสนเทศอิสระเพื่อการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคนักวิชาการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี เป็นนักวิชาการที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการ การพัฒนา และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 9 คน ได้แก่

1. ประชาชนเมืองเพชร
2. นักวิชาการอิสระ
3. อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว
4. อาจารย์ด้านการตลาด
5. อาจารย์ด้านวัฒนธรรม
6. อาจารย์ด้านประวัติศาสตร์
7. อาจารย์ด้านภาษาไทย
8. NGO ด้านวัฒนธรรม
9. NGO ด้านวัฒนธรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้ ใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) โดยได้มีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ได้มีการกำหนดโครงสร้างแบบหลวม ๆ นอกจากนี้ พิจารณาและสร้างคำถามให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยก็พยายามปรับให้คำถามนั้น เปิดรับแนวทางที่จะได้ข้อมูลที่สอดคล้อง และตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย ซึ่งเนื้อหาการสัมภาษณ์จะต้องเกี่ยวข้องกับ “ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” โดยใช้องค์ประกอบการท่องเที่ยว (10A's) ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) การเข้าถึง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก 4) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว 5) กิจกรรม 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว 7) การรับรู้ 8) ลักษณะที่ปรากฏ 9) ความเชื่อมั่น 10) การเห็นคุณค่า และส่วนประสมการตลาด (10P's) ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริม 5) บุคคล 6) กระบวนการ 7) ภาพภาพ และการนำเสนอ 8) การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ 9) การใช้พนักงานขาย 10) กลยุทธ์ความเข้าใจ

คุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีวิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน จากนั้นนำไปตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา โดยคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure) โดยผู้วิจัยมีลำดับการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่

1.1 การติดต่อประสานงานและนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทุกภาคส่วนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) เนื่องด้วยช่วงเวลาในการสัมภาษณ์จะเป็นช่วงเวลาที่ทางรัฐบาลประกาศให้ทำงานที่บ้าน เพื่อลดการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ดังนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่าน มีความสะดวกให้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เป็นส่วนตัวและบางท่านอนุญาตให้ทำการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามชุดเดียวกันกับผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน

1.2 การขอเอกสารทางราชการจากฝ่ายวิชาการและงานวิจัย วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง “ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ตามรอยวิถีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” และจัดส่งไปให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านให้นำเอกสารไปให้ในวันสัมภาษณ์ได้

1.3 การลงพื้นที่การวิจัยตามวัน เวลา และสถานที่ที่นัดหมายโดยผู้วิจัยได้เดินทางไปยังสถานที่ที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกซึ่งจะเป็นสถานที่ทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์ และแหล่งท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นักศึกษา จำนวน 2 คน เป็นผู้ช่วยในการจัดบันทึกข้อมูล และบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารบทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้กำหนดแนวทางการวิจัย อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจ และสามารถนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายโดยการระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบ

การตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) (Denzin, 1970) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ นั้น มีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) จะเน้นการตรวจสอบจากผู้วิจัย หรือผู้เก็บข้อมูลต่างคนกัน ว่าได้ค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มามีความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) จะเน้นการตรวจสอบว่าถ้ามีการใช้ทฤษฎีที่หลากหลายแล้ว ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ถ้าผู้วิจัยพบว่าไม่ว่าจะนำทฤษฎีใดมาใช้ ได้ข้อค้นพบเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย แบบมีส่วนร่วม (Focus group interviews) จากผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักวิชาการในพื้นที่มาทำการวิเคราะห์ และร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยทำการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบความคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบบสอบถามจะใช้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลอันจะนำไปสู่ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 1,800,572 คน ซึ่งเป็นข้อมูลล่าสุด ตั้งแต่เดือนมกราคม 2565 ถึงเดือนกรกฎาคม 2565 (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย ผู้วิจัยทำการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Sample size) จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคเครน (Cochran, 1997 อ้างถึงใน ภูริตร รัชตะภูรินทร์, 2560) มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4 \times (0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

(ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน)

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96

ในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ต้องการประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 384 คน และเพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล จึงเพิ่มจำนวนประชากรอีกร้อยละ 4 จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังนี้

วิธีการสุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่มให้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive or select sampling) ในการตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน จำนวน 10 แห่ง ๆ ละ 40 ชุด ได้แก่

1. อำเภอบ้านแหลม จำนวน 3 แห่ง คือ 1) องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลุ่ม อำเภอบ้านแหลม 2) องค์การบริหารส่วนตำบลบางครก วัดเขาตะเครา และ 3) ชุมชนวัดปากคลองตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม
2. อำเภอเมือง จำนวน 7 แห่ง คือ 1) ศาลากลางบ้านคามาวาสี ชุมชนพระปรารค์ วัดมหาธาตุ 2) ชุมชนบ้านหม้อ วัดเขานันไฉไล 3) ชุมชนพระนครคีรี วัดพระนอน 4) องค์การบริหารส่วนตำบลธงชัย วัดถ้ำเขาลวง 5) ชุมชนวัดเกาะ 6) ชุมชนวัดลาด (วัดเพชรพลี) และ 7) ชุมชนคลองกระแซง วัดพลับพลาชัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ แบบสอบถามลักษณะปลายปิด (Closed-end Questionnaires) และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-end Questionnaires) เพื่อสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการสอบถามข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด หรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีวิธีการตอบโดยให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงในแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งประกอบด้วย

- 1) จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว 2) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว 3) ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว 4) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 5) ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว 6) สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว 7) รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ 8) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สนใจ และ 9) แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ โดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการ 10Ps ในจังหวัดเพชรบุรี

ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการ 8) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ 9) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง และ 10) ด้านความเข้าใจ โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งมี 5 ระดับ ได้แก่

5	หมายถึง	ต้องการมากที่สุด
4	หมายถึง	ต้องการมาก
3	หมายถึง	ต้องการปานกลาง
2	หมายถึง	ต้องการน้อย
1	หมายถึง	ต้องการน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นไปทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) รายละเอียด ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content Validity Rest) ซึ่งมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental Process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้แก่
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงเนื้อหาตามคำแนะนำของคณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทดสอบความตรงของเนื้อหา (A Test of Validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เพื่อให้ได้น้ำหนักความสอดคล้องและความเหมาะสมตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือไม่
3. นำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ

5 ท่าน ทำการประเมินความเหมาะสมของแต่ละข้อความ ซึ่งเกณฑ์การประเมินได้กำหนดค่าเป็นตัวเลข ดังนี้

- +1 หมายถึง ข้อมูลมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ หรือข้อความนั้นคลุมเครือไม่ชัดเจน
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

4. นำคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ตามสูตร ดังนี้ (วรัญญา ภัทรสุข, 2564)

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

เมื่อ IOC = ดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การทดสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือ (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างเสร็จแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหาว่าสอดคล้องกับหัวเรื่องและวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้วิธี Index of Item – Objective Congruence: IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.94

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำไปตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยงก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง (Try Out) โดยทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทดลองที่คล้ายคลึงกับประชากรที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการคำนวณหาความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ในการทดสอบความเชื่อถือนั้นจะเลือกเฉพาะที่สามารถนำมาตีเป็นค่าคะแนนได้ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัต (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 1970 อ้างถึงใน จักรพงษ์ สีสานนาศิริ และธัญวรัตน์ สุวรรณะ, 2561) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(\frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

เมื่อ a = สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

$\sum s_i^2$ = คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

s_t^2 = คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

จากการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม คือ 0.95 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงถือว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยมีวิธีการ ดังนี้

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการตรวจสอบและคัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก นำแบบสอบถามที่ตอบคำถามทุกรายการครบถ้วนสมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ครบถ้วนมาจัดกลุ่มและนับคะแนนลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป
4. แบบสอบถามตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
5. แบบสอบถามตอนที่ 2-4 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีคำตอบและกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีการของเร็นลิส เอ. ลิเคิร์ต (Rating A. Likert) คือ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ (Likert, 1987 อ้างถึงใน มานะศิลป์ ศรีทงค์, 2563) ดังนี้

ตาราง 1 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนการตอบแบบสอบถาม

ระดับความสำคัญและการให้ข้อมูล	กำหนดการให้น้ำหนักคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแปลงผลโดยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ตามแนวคิดของ เบสท์ (Best, 1981 อ้างถึงใน วรณวิรุ บุญคุ้ม, 2560) ดังนี้

ตาราง 2 เกณฑ์การแปลงผล

ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	เห็นด้วยในระดับมาก
2.50 – 3.49	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	เห็นด้วยในระดับน้อย
0.50 – 1.49	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

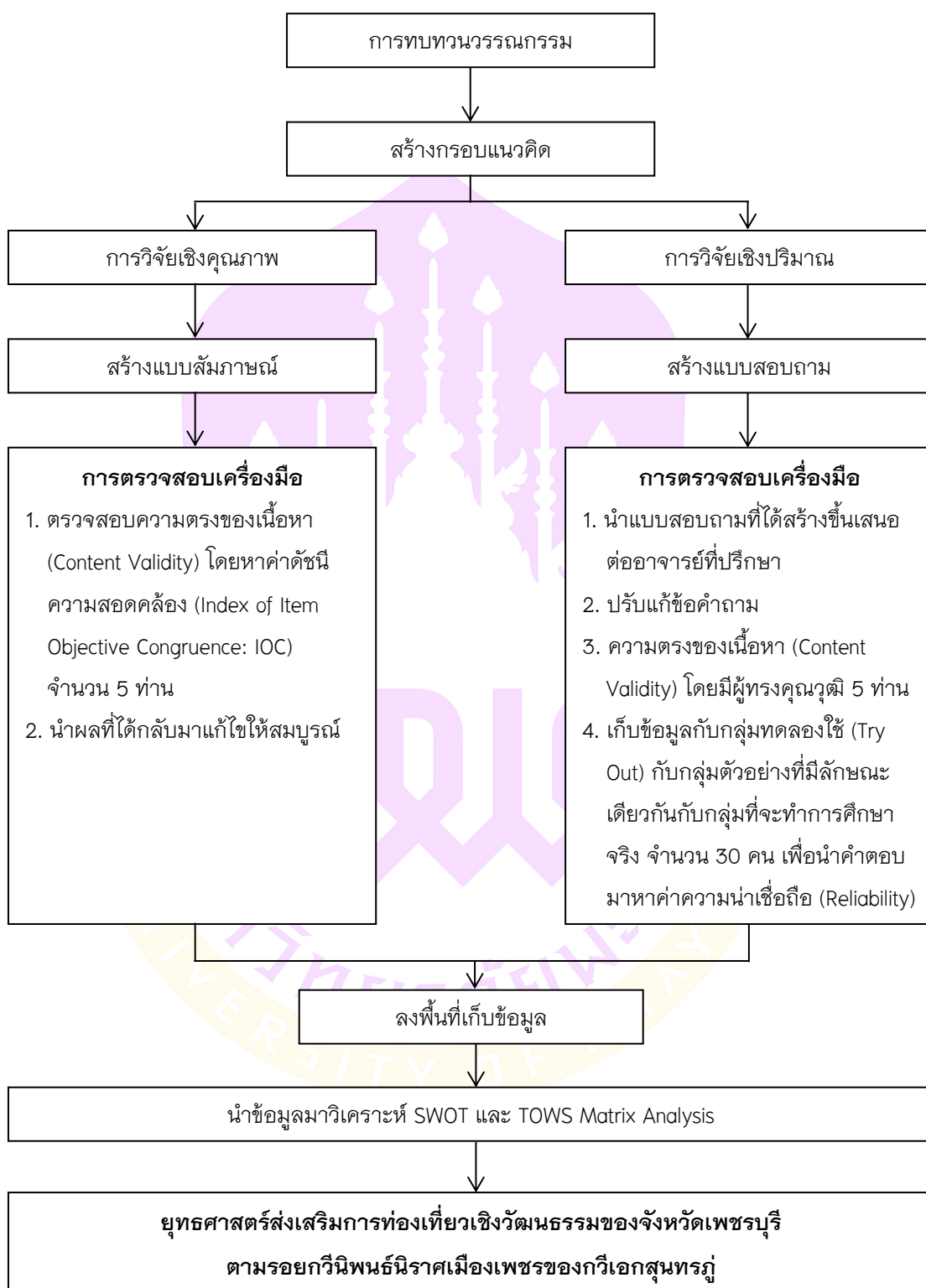
1. **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้ในการอธิบายความหมายของข้อมูลในลักษณะของการบรรยายทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. **สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)** ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง โดยใช้สถิติทดสอบ t-Test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบ F-Test เมื่อตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม และความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบ

เป็นรายคู่โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ของ Scheffe เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน และหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

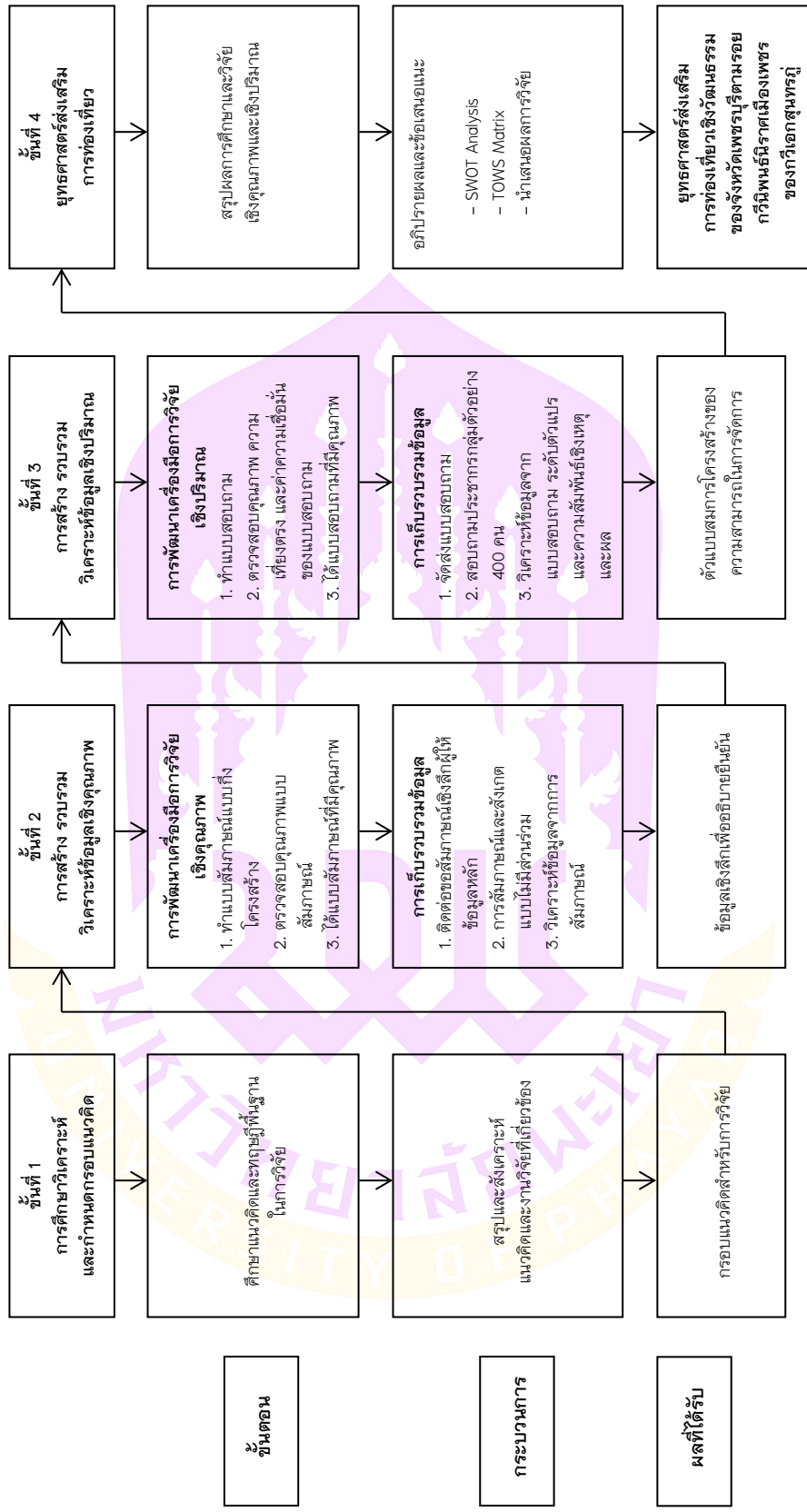


สรุปขั้นตอนการวิจัย



ภาพ 41 สรุปขั้นตอนการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



ภาพ 42 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
- 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
- 4) เพื่อแสวงหาแนวทางในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีแบบผสม (Mixed Methods Research) ประกอบไปด้วย 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ส่วนที่ 2 การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนที่ 3 การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีผ่านทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix)

ส่วนที่ 4 การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Means)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่าง (t-Test)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการกระจายข้อมูล (F - Test)
χ^2	แทน	ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test)
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (GBAC Paradigm – กระบวนทัศน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม จำนวน 30 คน ดังนี้

ตาราง 3 แสดงผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มที่	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
1	ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ (G : Government) จำนวน 4 คน - ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี - ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี - ประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี - วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี

ตาราง 3 (ต่อ)

กลุ่มที่	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2	ตัวแทนจากหน่วยงานภาคเอกชน (P : Private Sector) จำนวน 8 คน 1. ผู้อำนวยการศาลาคามวาสี 2. มีคฤเทศก์ท้องถิ่น และเจ้าของบริษัทกันตวัฒน์ กรูฟทัวร์ แอนด์แทรเวล จำกัด 3. เจ้าของร้านแม่กิมไล้ 4. เจ้าของสพายดีรีสอร์ท 5. เจ้าของฟิฟิธภัณฑ์สมบัติแม่น้ำเพชร 6. เจ้าของศูนย์เรียนรู้บ้านเพื่อนศิลป์ ดินโอเดียน 7. ประธานหอการค้าจังหวัดเพชรบุรี 8. เจ้าของร้านโคโคการ์เด็น ตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม
3	ตัวแทนจากชุมชน (C : Community) จำนวน 9 คน 1. กลุ่มชุมชนในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม จำนวน 3 คน 2. กลุ่มชุมชนในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จำนวน 6 คน
4	นักวิชาการ (A : Academic) จำนวน 9 คน 1. ปราชญ์เมืองเพชร 2. นักวิชาการอิสระ 3. อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว 4. อาจารย์ด้านการตลาด 5. อาจารย์ด้านวัฒนธรรม 6. อาจารย์ด้านประวัติศาสตร์ 7. อาจารย์ด้านภาษาไทย 8. NGO ด้านวัฒนธรรม จำนวน 2 คน

จากคำถามแบบสัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 – 4 ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครับภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่สามารถแยกได้เป็น 2 คำถามหลัก ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรเป็นอย่างไร นำข้อมูลไปใช้ตอบคำถามของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

คำถามข้อที่ 2 การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีอะไรบ้าง นำข้อมูลไปใช้ตอบคำถามของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

คำถามข้อที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นำข้อมูลไปใช้ตอบคำถามของวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ (G : Government)

การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี ประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งสิ้น 4 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยมากโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะหน่วยงานโดยเฉพาะโรงเรียนจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในช่วงวันสุนทรภู่เป็นส่วนใหญ่ และกล่าวถึงผลงานของท่าน แต่ไม่ได้ระบุเนื้อหาอย่างละเอียดโดยเฉพาะนิราศเมืองเพชร ซึ่งคนในพื้นที่รวมถึงนักท่องเที่ยวเองก็จะเห็นเพียงแต่อนุสรณ์ของสุนทรภู่บริเวณลานหน้าวัดพลับพลาย และจะจัดงานเฉพาะในวันสุนทรภู่ คือวันที่ 26 มิถุนายนของทุกปี เพื่อเป็นการระลึกถึงท่านเท่านั้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ได้พอ ทางจังหวัดเพชรบุรีควรจะมีการพัฒนาประชาสัมพันธ์ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เท่าที่ควร แต่จะมีการยกย่องเชิดชูเกียรติของท่านสุนทรภู่ในวันสำคัญของท่าน โดยการกล่าวถึงประวัติของท่าน ผลงานของท่าน แต่โดยส่วนใหญ่จะจัดเฉพาะในสถานศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันทางจังหวัดได้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นประจำในรูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เช่น โซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้ง Facebook, Instagram, TikTok, Website ของจังหวัดเอง รวมถึงหนังสือ แผ่นพับ วารสาร โปสเตอร์ คลิปวิดีโอ หนังสือข่าวของจังหวัด สื่ออื่น ๆ แต่อย่างไรก็ดีทางจังหวัดเองได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และเคยเสนอการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์เข้าที่ประชุมเพื่อพิจารณางบประมาณในการนำมาใช้จ่ายในส่วนนี้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกเหนือจากเพชรบุรีจะเป็นเมืองอาหารแล้ว เพชรบุรียังมีสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยต่าง ๆ เหมือนจังหวัดอื่น ๆ เช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดอุดรธานี จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น” (G1)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว หรือการตลาดเท่าที่ควรในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ทางจังหวัดเองก็อยากจะมีการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ให้มากขึ้น เพราะในปัจจุบันเริ่มมีคนสนใจน้อยลง หรือบางทีอาจจะสับสนกันไปบ้าง และรู้จักท่านสุนทรภู่จากหนังสือตำรา ที่เคยเรียน แต่ไม่เคยเจาะลึกถึงเนื้อหาในบทประพันธ์นิราศเมืองเพชรที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงประวัติของท่านอย่างจริงจัง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวแถวทะเลกันเป็นส่วนมาก น้อยคนที่จะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือแวะถ่ายรูปกับอนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่บริเวณลานหน้าวัดพลับพลาย เพราะการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยจริง ๆ ส่วนใหญ่จะต้องใช้การเดินทาง เพราะจะง่ายต่อการแวะเที่ยว ถ่ายรูป แต่เนื่องด้วยสภาพอากาศของประเทศไทยไม่เหมาะกับการเดินเป็นเวลานาน ทำให้น้อยคนที่จะเดินทางตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่” (G2)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางประชาสัมพันธ์จังหวัดเองยังไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะต้องใช้งบประมาณในการ

ดำเนินการเข้ามาช่วยส่งเสริม และสนับสนุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (G3)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะมีการพัฒนาในส่วนของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเพชรบุรีในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเดิมมีอยู่แล้ว เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีวัดวัง กลุ่มชนเผ่าเยออะ ทำให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เห็นอยู่บ้าง แต่ถ้าในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางจังหวัดยังไม่ได้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เรื่องนี้อย่างจริงจัง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเอง รวมถึงคนในจังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะชนรุ่นหลังเห็นเพียงแค่อนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่ แต่ยังไม่ได้ทราบถึงความสำคัญของท่านว่าทำไมต้องตั้งตรงหน้าวัดพลับพลายักษ์ ทำไมถึงอนุสรณ์สถานของท่าน แล้วนิราศเมืองเพชรเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรีมากนักน้อยเพียงใด” (G4)

2. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการขาย ของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการขายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการผนึกรวมไปกับการขายประเภทอื่น ๆ เช่น การไหว้พระ 9 วัดในวันสำคัญทางศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี เทศกาลงานพระนครคีรี เป็นต้น อีกทั้งกลุ่มที่สนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีน้อยมากส่งผลให้การขายน้อยลง ดังนี้ ถ้าจะส่งเสริมการขายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน อาจจะต้องพ่วงไปกับการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ด้วย เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ได้พอในเรื่องของศักยภาพด้านการขายโดยเฉพาะในเรื่องของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นทางจังหวัดไม่ได้ทำการขายอย่างเฉพาะเจาะจง แต่เราจะรวมการผนึกการขายไว้กับการท่องเที่ยวหรือสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ในส่วนของนิราศเมืองเพชรในบางบทได้กล่าวถึงการมาเยือนของท่านสุนทรภู่ตามสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงการกล่าวถึงต้นตาลโตนด ซึ่งทางจังหวัดเองควรพัฒนาในเรื่องการประชาสัมพันธ์และเน้นการขายทั้งแบบออนไลน์ (E – Commerce) ของบริษัททัวร์ หรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อจะเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่าย และควรมีการขายแบบออฟไลน์ เช่น การขายโปรแกรมท่องเที่ยว

จากบริษัทโดยตรง หรือจากชุมชนที่สามารถขายโปรแกรมท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเอง ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การจัดทำเที่ยวตาม เส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระตามวัดสำคัญต่าง ๆ เช่น วัดเขาตะเครา วัดเขาน้ำจืดอิฐ ถ้าเขาย้อย หรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวสวนตาล การชิมอาหารโดยใช้ส่วนผสมของน้ำตาลโตนด ซึ่งเป็นของสำคัญและขึ้นชื่อของเมืองเพชรบุรี” (G1)

“ยังไม่ดีพอ เพราะยังไม่มีการขายแบบออนไลน์ และแบบออฟไลน์เท่าที่ควร อีกทั้ง ในด้านของการขายยังไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์แบบเจาะจงในเรื่องของการตามรอยนิราศ เมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ แต่ทางหน่วยงานก็ได้มีการสนองนโยบายและมีการทำการ ประชาสัมพันธ์ในส่วนของการท่องเที่ยวที่มีการนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในนิราศของ ท่านสุนทรภู่มาจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นวันเขาตะเครา พระนครคีรี วัดพระนอน ถ้าเขาหลวง อนุสรณ์สถานของท่านบริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลาย และเมื่อถึงวันสุนทรภู่ คือ ทุกวันที่ 26 มิถุนายนของทุกปี เราจะมีการจัดกิจกรรมในสถานศึกษาเพื่อให้กลุ่มคนรุ่นหลัง ได้เห็น และไม่ลืม รวมถึงสถานศึกษาบางแห่งอาจจะมีการจัดแสดงผลงานของท่าน ไม่ว่าจะเป็น การแสดงละคร หรือบทบาทสมมติในเรื่องของ พระอภัยมณี เพราะเยาวชน หรือกลุ่มคน รู้จัก เมื่อพูดถึงท่านสุนทรภู่ ก็จะนึกถึง พระอภัยมณี นางเงือก สุดสาคร นางยักษ์ เป็นต้น” (G2)

“ควรพัฒนาในเรื่องของศักยภาพด้านการขายของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ นั้น ทางหน่วยงานของเรายังไม่ได้มีการเน้นในเรื่องนี้ เนื่องจากงบประมาณที่มีจำกัด อีกทั้งทางจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเองได้มีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดในภาพรวม ของจังหวัด โดยไม่ได้แยกเจาะจงแค่เรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่าน สุนทรภู่ เพราะนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ที่ท่านแต่งขึ้นเป็นการกล่าวถึงเส้นทาง ที่ท่านผ่านและแวะพัก ซึ่งถ้าเราจะเน้นในเรื่องนี้จริง ๆ ต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ไม่ว่าจะเป็น เรื่องของบทนิราศ ผู้นำเที่ยวในด้านนี้โดยตรง และที่สำคัญ คือ งบประมาณในการ ดำเนินการจัดโครงการนี้ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึง การขายสินค้า นั่นก็คือ การจัดทำเที่ยวตามเส้นทางนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ เพื่อเป็น การประชาสัมพันธ์และเพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนรุ่นหลังเพื่อจะได้ส่งผลในการพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวตามรอยเหมือนกับการท่องเที่ยวตามรอยอ้อเจ้า ในละครเรื่อง บุพเพสันนิวาส ที่มีการแต่งตัวและท่องเที่ยวตามรอยอ้อเจ้า ที่มีนักแสดงนำอย่าง เบลล่า ราณี เป็นต้น” (G3)

“ยังไม่ได้พอในการพัฒนาด้านการขายนั้นไม่ว่าจะเป็นการขายแบบออนไลน์ หรือการขายแบบออฟไลน์ โดยทั่วไปทางหน่วยงานรวมถึงจังหวัดเองไม่ได้มีการขายเฉพาะเจาะจง แต่เราจะผนึกรวมเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวไหว้พระ ทำบุญ 9 วัน โดยวัดที่อยู่ในเพชรบุรี โดยเฉพาะในอำเภอเมือง จะมีหลายวัดที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของท่านสุนทรภู่ เช่น วัดเขาตะเครา ถ้ำเขาหลวง วัดพระนอน ถ้ำจัน วัดเขابันไดอิฐ วัดพลับพลาย เป็นต้น ซึ่งสถานที่ที่เราจัดไว้ในเส้นทางก็เป็นส่วนหนึ่งของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่” (G4)

3. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ยังน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย เพราะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เจาะจงเฉพาะการตามรอยนิราศ หรือตามรอยบทกวีนิพนธ์ต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกวัย เพราะไม่ได้มีการทำการตลาดโดยตรง อีกทั้งยังไม่มีการประชุมสัมพันธอย่างทั่วถึง เพราะบทกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่ ส่วนใหญ่เป็นการแต่งขึ้นตามจินตนาการของท่าน การมาทำธุระให้กับเจ้านาย และเป็นการแต่งกล่าวถึงการเยี่ยมชมธรรมชาติ การแวะตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการระลึกถึงหรือแวะเยี่ยมคนรู้จัก เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การตลาดในด้านนี้ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นการตลาดแบบออนไลน์ หรือการตลาดแบบออฟไลน์ ไม่มีการชี้ชัด หรือชี้เฉพาะเจาะจงในด้านในด้านใดด้านเดียว แต่ถ้าหากมีการทำการตลาดที่ดี มีการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร การท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชรก็ไม่เรื่องยาก เพราะในจังหวัดเพชรบุรีก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศของกวีเอกสุนทรภู่หลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา บ้านบางครก ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน วัดเขابันไดอิฐ วัดมหาธาตุ เป็นต้น หากแต่การทำการตลาดทางตรงควรจะต้องมีการร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน

ภาคชุมชน นำเรื่องนิราศเมืองเพชร ซึ่งเป็นนิราศเรื่องสุดท้ายของท่านสุนทรภู่ มาทำเป็นละคร เหมือนเรื่องบุพเพสันนิวาส และมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร

ของกวีเอกสุนทรภู่ และยังเป็นการทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีควบคู่กันไปด้วย” (G1)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการทำตลาดออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงภายในจังหวัดเอง ยังไม่ได้ระบุชัดเจนในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ทางหน่วยงานเองมีการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาดในด้านของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดเป็นประจำอยู่แล้ว โดยเฉพาะเวลามีเทศกาล หรืองานสำคัญภายในจังหวัด หรืองานสำคัญประจำปี ทางจังหวัดเองจะมีการจัดทำการตลาดโดยใช้การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระทำบุญ 9 วัด ภายในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสถานที่ต่าง ๆ ที่ทางหน่วยงานจัดขึ้นจะเป็นสถานที่ที่สำคัญและมีอยู่ในนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่อยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา วัดมหาธาตุ ถ้าเขาหลวง วัดพระนอน เป็นต้น” (G2)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ การทำการตลาดทางตรงยังไม่ดีพอ ควรจะมีการทำการตลาดมากกว่านี้ รวมถึงการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน คนในพื้นที่ กลุ่มนักวิชาการ อีกทั้งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการป้องกันโดยการฉีดวัคซีน อาจจะได้รับผลกระทบน้อยกว่าที่ผ่านมา แต่ก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทางจังหวัดเอง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เองควรจะต้องประชุมหารือเพื่อทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างจริงจัง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังเป็นการริเริ่มการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของท่านสุนทรภู่ครั้งแรกที่จะเกิดขึ้นในจังหวัดเพชรบุรีก็เป็นได้” (G3)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงยังไม่ดีพอ ควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เจาะจงในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะเยาวชนคนรุ่นหลังส่วนใหญ่จะเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากสื่อโซเชียลออนไลน์ต่าง ๆ ยิ่งการท่องเที่ยวตามรอยนั้น ถ้าไม่มีการนำมาสร้างสรรค์เป็นละคร ซีรีส์ หรือภาพยนตร์นั้นน้อยมากที่จะมีการท่องเที่ยวตามรอย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามรอยบทกวีนิพนธ์ เพราะในสังคมปัจจุบันต้องยอมรับว่า การอ่านบทกวีนิพนธ์ บทกลอน หรือนิราศได้รับความนิยมน้อยมาก ซึ่งถ้าเราจะทำการตลาดคงต้องใช้เวลา งบประมาณที่สูง แต่ถ้า

ทุกหน่วยงานร่วมกันก็อาจจะเห็นผลได้เร็ว และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยมากขึ้น” (G4)

4. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ที่ผ่านมายังไม่มีการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะด้านเดิมนั้นใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ โฆษณาพอสมควร และต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาดพอสมควรที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ติดตลาดเป็นที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว เพราะต้องใช้ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ยกตัวอย่าง งานพระนครคีรีที่ทางจังหวัดเพชรบุรีสามารถจัดขึ้นได้ทุกปีเพราะได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นอย่างดี อีกทั้งมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทำการตลาดเป็นเวลานาน จนเป็นจุดสนใจและถือว่าเป็นเทศกาลที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเข้าร่วมงาน

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรพัฒนาในส่วนของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวในส่วนของการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเรามีอยู่แล้ว แต่ถ้าถามในส่วนของการจัดกิจกรรมเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางจังหวัดยังไม่ได้มีการทำการตลาดด้านนี้อย่างจริงจัง จะมีแค่ในหน่วยงานราชการ เช่น โรงเรียนที่มีการจัดกิจกรรมการแสดงในวันสุนทรภู่ การประกวดร้อยกรอง การประกวดสุนทรพจน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางโรงเรียนต้องจัดอยู่แล้วทุกปี โดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม” (G1)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะด้านเพื่อเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางหน่วยงานยังไม่ได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษและทำการต่อยอดทางการตลาดด้านนี้โดยเฉพาะ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการเล่นน้ำทะเล การเดิน

เล่นริมชายหาด การไหว้พระ การเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม การชิมอาหาร การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน การถ่ายรูปบนถนนคนเดิน เป็นต้น” (G2)

“ควรพัฒนาในส่วนของการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในทางจังหวัด และทางหน่วยงานเองยังไม่ได้ชัดเจนและจริงจังกับเรื่องนี้ เนื่องจากว่าการที่เราจะจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เหมือนงานพระนครคีรีของจังหวัดที่จัดขึ้นมาเป็นประจำทุกปี และต้องมีการทำการตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์กันมาเรื่อย ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด หรือนักเดินทางที่ขับรถผ่านจังหวัดเพชรบุรี ไปสู่ภาคใต้ได้เห็นป้ายกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าว อีกทั้งต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการการตลาดพอสมควร ว่าจะมาเป็นงานพระนครคีรีที่สมบูรณ์แบบ” (G3)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และในส่วนของการต่อยอดทางการตลาดเพื่อจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางหน่วยงานเองยังไม่ได้จัดกิจกรรมนี้เพื่อการต่อยอดทางการตลาดอย่างชัดเจน แต่ทางหน่วยงานจะพยายามกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยจะต้องการตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีโดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามรอยให้เหมือนการท่องเที่ยวตามรอยอ้อเจ้า จากละครเรื่อง บุพเพสันนิวาส อีกทั้งจะพยายามทำการตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรีให้เหมือนการจัดงานพระนครคีรีที่ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทำให้จัดมาได้ดีถึงทุกวันนี้” (G4)

5. จังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้หรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ จังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้ ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการต่าง ๆ เพราะในปี พ.ศ. 2564 จังหวัดเพชรบุรีได้รับการยกย่องจาก UNESCO

ให้เป็นเมืองเครือข่ายสร้างสรรค์ด้านอาหารและเพื่อให้เป็นที่ยู่อักในปัจจุบันทางจังหวัดเอง มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์

ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของจังหวัด เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรี แม้กระทั่งการโฆษณาขึ้น Billboard เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี หรือขับรถผ่านจังหวัดเพชรบุรี ได้เห็นถึงการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมากขึ้น และจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ต่างจากจังหวัดอื่น เพราะจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่ต้องขับรถผ่านเมื่อนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้ บางท่านอาจจะแวะเที่ยว แวะพักรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเองควรจะมีการพัฒนาในเรื่องการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ให้มากขึ้นถ้าอยากให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะ จังหวัดเพชรบุรีเองก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรไม่น้อย ไม่ว่าจะเป็น วัดเขาตะเครา วัดพระนอน วัดเขานันโตอิฐ วัดมหาธาตุ วัดพลับพลาย ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำอยู่แล้ว เพราะจังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร โดยได้รับการยกย่องจาก UNESCO อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่งทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น พระนครคีรี (เขาวัง) พระราชวังบ้านปืน พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน วัดเขาตะเครา วัดเขานันโตอิฐ วัดพระนอน ถ้ำเขาหลวง ถ้ำเขาย้อย ถ้ำจัน วัดมหาธาตุวรวิหาร Street Art ถนนสายศิลปะของเพชรบุรี แหยมผักเป็ด สวนตาลสูงถนนอม หาดชะอำ เชื้อนแก่งกระจาน ซึ่งเป็นมรดกโลก เขาพะเนินทุ่ง หาดปึกเตียน เป็นต้น ถ้าจะถามว่าจังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้ไหม สามารถเป็นได้ แต่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน นักวิชาการ ที่พร้อมจะพัฒนา และส่งเสริมให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (G1)

“ถ้าถามว่าจังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นจังหวัดหรือเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้ไหม ต้องบอกเลยว่าได้ เพราะจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่แล้ว เพราะมีชายหาด และทะเลที่เป็น

ที่นิยมของนักท่องเที่ยวมาเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ชายหาดชะอำ หาดปึกเตียน เชื้อนแก่งกระจาน เขาพะเนินทุ่ง รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้านชาวเผ่าต่าง ๆ เช่น ชนเผ่าไทดำ หรือชนเผ่าไทยทรงดำ กะเหรี่ยงบ้านยางน้ำกลัดใต้ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น โครงการหุบกะพง โครงการซังห้วยม้นตามพระราชดำริ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ยอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น” (G2)

“จังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่หากเรามีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ดี และต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อีกทั้งยังจังหวัดเพชรบุรียังได้รับการประกาศจากองค์การ UNESCO ว่าเป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหาร มีอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานเป็นมรดกโลก ทำให้เรามั่นใจได้ว่าการที่จะทำให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่ได้ยากถ้าเราได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน” (G3)

“ถ้าจะพูดว่าจังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่บอกได้เลยว่ามีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูง เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่กล่าวถึงในนิราศเมืองเพชรอยู่หลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขาตะเครา วัดพระนอน ถ้าเขาหลวงและที่สำคัญมีอนุสรณ์สถานของกวีเอกสุนทรภู่อยู่บริเวณทำนบน้ำหน้าวัดพลับพลาชัย และบริเวณนั้นจะเป็นการจัดแสดงผลงานการขายของ ถนนคนเดิน Street Art ศิลปะที่เกิดจากการวาดรูปบนกำแพงเป็นจุดสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม มาถ่ายรูป ซึ่งเราควรจะต้องมีการประชุมเพื่อขอความร่วมมือจากทุกหน่วยงานเพื่อพัฒนาจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นมา และเป็นการท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชร ซึ่งควรอนุรักษ์เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ระลึกถึง” (G4)

6. ท่านคิดว่าจังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อะไรที่น่าสนใจในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายที่ในแต่ละเส้นทางไม่ว่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่น่าสนใจและอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรหลายแห่ง ได้แก่ วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) วัดพลับพลาชัย สวนอนุสรณ์สุนทรภู่ ถ้าเขาหลวง

วัดเขabanได้อิฐ เป็นต้น ส่วนเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี มีสถานที่หลายแห่งที่ได้กล่าวถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ได้แก่ วัดเขาตะเครา วัดคิ่งตำหนักบางตะบูน เป็นต้น ซึ่งเราสามารถนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้หลากหลายเส้นทาง หรืออาจจะมีการสอดแทรกสถานที่ท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ในละแวกเดียวกันไปด้วย พร้อมทั้งยังได้เรียนรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่น่าสนใจหลากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี หรือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เส้นทาง การท่องเที่ยวทั้ง 2 เส้นทางสามารถเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวกันได้เพราะแต่ละที่ไม่ได้ไกลกัน หรืออาจจะเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านสุนทรภู่ได้เดินทางผ่านพร้อมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ที่อยู่ในละแวกเดียวกันได้ สามารถนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวแบบไปเช้า เย็นกลับ หรือการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืนก็ได้” (G1)

“เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ที่สามารถนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวได้มีหลากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นเส้นทาง เฉพาะการตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านกวีเอกสุนทรภู่เฉพาะในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี หรือเส้นทางการท่องเที่ยวในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เพราะทั้ง 2 ตำบลมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่ว่าจะเป็น วัดเขาตะเครา บางตะบูน วัดคิ่งตำหนัก วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) วัดพลับพลาชัย ถ้าเขาหลวง วัดเขabanได้อิฐ ถ้าจัน เป็นต้น ซึ่งทั้ง 2 ตำบลสามารถนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแบบ One Day Trip หรือการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน โดยศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยเพื่อเป็นการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย” (G2)

“จังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่งในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรไม่ว่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เส้นทางการท่องเที่ยวในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เพราะสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งเป็นส่วนหนึ่งในที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา วัดเขابันไดอิฐ บางตะบูน วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) อนุสรณ์สถานสุนทรภู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลาชัย เป็นต้น” (G3)

“จังหวัดเพชรบุรีมีเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลากหลายเส้นทางไม่ว่าจะเป็นเส้นทางในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เส้นทางในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม หรือแม้กระทั่งเส้นทางอื่น ๆ เพราะเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีวัดเยอะมากไม่ต่างจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ว่าจะเป็นวัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลาชัย วัดคงคารามวรวิหาร วัดข่อย วัดยาง วัดกำแพงแลง วัดสระบัว วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) เป็นต้น ซึ่งแต่อดีตอยู่ติด ๆ กันสามารถเดินทางไปถึงกันโดยใช้ระยะเวลาไม่นาน อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีก็ยังเป็นจังหวัดหนึ่งที่ท่านกวีเอกสุนทรภู่ได้เดินทางผ่านและมาอาศัยอยู่ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งสถานที่ที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นก็ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมในปัจจุบันหลายแห่ง เช่น ถ้ำหลวง ถ้ำจัน วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) บางตะบูน วัดคู้ดตำหนัก ชุมชนบ้านบางครก ชุมชนคลองกระแซง ชุมชนตลาดริมน้ำ อนุสรณ์สถานสุนทรภู่ ถนนคนเดิน Street Art เป็นต้น” (G4)

7. จังหวัดเพชรบุรีมีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การทำการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยเฉพาะนั้น ทางจังหวัดเพชรบุรีเองยังไม่มีทำการตลาดแบบเฉพาะเจาะจงในเรื่องนี้ แต่ถ้าในภาพรวมทางจังหวัดเองมีทุนเดิมอยู่แล้วทั้งในด้านสถานที่ นักท่องเที่ยว และกิจกรรม แต่ในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งเราควรจะต้องถึงงบประมาณและตรงตามแผนพัฒนาจังหวัดหรือยุทธศาสตร์ของจังหวัดหรือไม่ เพราะในการทำการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น จะต้องใช้งบประมาณในการจัดกิจกรรมและทำการตลาดดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถึงแม้ว่าสถานการณ์ในปัจจุบันจะกลายเป็นโรคประจำถิ่นไปแล้วก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวเองก็ยังมีอาการระมัดระวังป้องกันตัวเองมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวอาจจะน้อยลง การทำการตลาดในการประชาสัมพันธ์อาจจะต้องใช้เวลาในการดำเนินการ

พอสมควร เพราะว่าการท่องเที่ยวจะฟื้นฟูกลับมาเหมือนเดิมได้เท่าแต่ก่อนอาจจะยาก และต้องใช้เวลาหลายปี

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การทำการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบเฉพาะเจาะจงนั้นยังไม่มากพอ แต่เรามีทุนเดิมอยู่แล้ว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเองให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ถ้าเราจะทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ต้องขึ้นอยู่กับงบประมาณที่ได้รับ การจัดสรรมาในการจัดกิจกรรม รวมถึงในการจัดกิจกรรมนั้นจะต้องอยู่ในแผนพัฒนาหรือยุทธศาสตร์ของจังหวัดเพื่อเป็นการตอบโจทย์ในการพัฒนาของจังหวัดเอง แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อาจทำให้ศักยภาพในการทำการตลาดลดลงไปด้วย” (G1)

“ยังไม่มากพอ แต่สามารถพัฒนาได้ด้วยการทำการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ให้มากขึ้น อาจจะมีการทำคัลลิวิตีโอเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่อำเภอบ้านแหลม จนมาถึงอำเภอมืองเพชรบุรีเมือง รวมทั้งการทำคัลลิวิตีโอที่เกี่ยวกับอาหารที่ทำด้วยน้ำตาลโตนดหรือลูกตาล หรืออาจจะเป็นการบรรยายหรือแปลบทกวีนิพนธ์นิราศกับสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบันว่าเส้นทางที่ท่านสุนทรภู่เคยเดินทางผ่านในอดีตและปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงคงอยู่ หรือหายไปอย่างไรบ้าง” (G2)

“สามารถพัฒนาต่อได้ โดยเน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอย อาจจะคล้าย ๆ กับการท่องเที่ยวตามรอยอ้อเจ้า จากละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” แต่จุดเด่นของการทำตลาดของจังหวัดเพชรบุรี อาจจะเน้นในเรื่องของการตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อให้คนรุ่นหลังได้รู้จักในบทกวีนิพนธ์ รักความเป็นไทย และรู้จักอนุรักษ์หวงแหนสิ่งที่เป็นมรดกไทยไว้ โดยที่สร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร โดยอาจจะเริ่มเส้นทางท่องเที่ยวจากบางตะบูน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี จนถึงวัดพลับพลาชัย อำเภอมืองเพชรบุรีจังหวัดเพชรบุรี โดยอาจจะเปิดเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้เรือเป็นพาหนะในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ก็ถือว่าเป็นการทำการตลาดรูปแบบใหม่ในจังหวัดเพชรบุรี” (G3)

“การที่เราจะทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เราสามารถทำได้ แต่ต้องอาศัยงบประมาณ ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชร ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเส้นทางท่องเที่ยวเฉพาะด้าน เพราะจะทำให้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยได้เข้าใจและเรียนรู้ พร้อมทั้งสามารถกลับมา เที่ยวซ้ำได้อีก แต่ที่จะขาดไม่ได้เลยคืองบประมาณในการทำการตลาด ซึ่งต้องได้รับการจัดสรร ที่มากพอ และจัดสรรทุกปี เพราะการทำการตลาดควรจะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่ทำ ๗ หาย ๗ ไม่เช่นนั้นทำไปก็มีความหมาย” (G4)

8. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรมีการแก้ไขอะไรบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมคนในจังหวัดเพชรบุรีจะมีส่วนร่วมในการ ทำกิจกรรมของจังหวัดเป็นประจำทุกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นงานพระนครคีรี กิจกรรมถนนคนเดิน หรืองานวันสำคัญต่าง ๆ ซึ่งการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อาจจะต้องพัฒนาในเรื่องของประวัติความเป็นมา ของท่านสุนทรภู่ สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับท่าน และที่มีในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เพื่อให้คนในชุมชน หรือคนในจังหวัดเพชรบุรี ได้เรียนรู้ไปพร้อมกัน และกระตุ้นให้คนในชุมชน คนในจังหวัดได้มีส่วนร่วมและช่วยกันประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสามารถแนะนำเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้อย่าง คล่องแคล่ว และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด เพชรบุรี

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ส่วนใหญ่คนในชุมชน หรือคนในจังหวัดเพชรบุรีจะให้ความร่วมมือกับการจัด กิจกรรมของจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานพระนครคีรี กิจกรรมถนน คนเดิน กิจกรรมวันสำคัญต่าง ๆ ทางศาสนา หรืองานพิธีการที่สำคัญต่าง ๆ นั้นก็เห็นแล้วว่า คนเพชรบุรีพร้อมที่จะช่วยกันพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมและงานทุกอย่างของจังหวัด โดยเฉพาะการที่จะทำให้จังหวัดเพชรบุรีมีความโดดเด่นในเรื่องของเส้นทางท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ก็ไม่ยาก แต่อาจจะต้อง ใช้เวลาในการอบรม พัฒนา คนในชุมชนให้มีความรู้ ความเข้าใจในประวัติความเป็นมาของ ท่านสุนทรภู่ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (G1)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของจังหวัดเป็นอย่างดี แต่ถ้าจะให้คนในจังหวัดเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นจะต้องใคร่ครวญในจังหวัด เข้าใจในเรื่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เข้าใจในประวัติความเป็นมา จุดประสงค์ที่ท่านแต่งนิราศ และนิราศเมืองเพชรกล่าวถึงอะไร เพื่อให้คนในจังหวัดเข้าใจ และสามารถนำไปพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยได้มากขึ้น สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีได้เห็นถึงความสำคัญ และอยากจะมาเที่ยวชมและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (G2)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของจังหวัดเป็นอย่างดี แต่ในช่วงสถานการณ์โควิดระบาดทำให้คนในจังหวัดยังไม่ค่อยให้ความร่วมมือเต็มที่เท่าที่ควร เพราะต่างคนต่างกลัว แต่ในปัจจุบันคนในจังหวัดเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมมากขึ้นเพราะสถานการณ์โควิดเริ่มลดลง ผู้คนเริ่มออกมาทำกิจกรรมมากขึ้น การที่จะให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ก็ไม่น่ายาก แต่ต้องให้คนในชุมชนได้เรียนรู้ และเข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มากขึ้น เพราะจะได้อธิบายและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอยากจะมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่มากขึ้น” (G3)

“การให้ความร่วมมือของคนในจังหวัดเพชรบุรีในการดำเนินการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัดนั้นโดยปกติคนในจังหวัดให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี พร้อมเข้าร่วมในทุกกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมของคนในหมู่บ้าน ชุมชน หรือของจังหวัด ซึ่งเราจะได้เห็นถึงความสามัคคีของคนจังหวัดเพชรบุรี และถ้าอยากให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นไม่ยาก เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมเยอะ แต่ในส่วนของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นอาจจะต้องมีการอบรม ให้ความรู้ และให้คนในชุมชน คนในจังหวัดได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ของบทกวี ความสำคัญของการท่องเที่ยวตามรอย เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และเป็นการหารายได้ให้กับคนในชุมชน แต่ต้องมีการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมในส่วนนี้ เพื่อให้คนในชุมชน คนในจังหวัดได้เห็น ว่า จังหวัดเพชรบุรีต้องการที่จะกระตุ้นให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่นิยม และเป็นที่รู้จัก ของนักท่องเที่ยวมากขึ้น” (G4)

9. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อเพิ่มความรู้ให้ชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังน้อยมาก ควรจะพัฒนาและส่งเสริม รวมถึงให้ความรู้ในเรื่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เนื้อหาในนิราศเมืองเพชร สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับท่านสุนทรภู่ที่เดินทางมาถึงเพชรบุรี ประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ รวมถึงการเปรียบเทียบต่าง ๆ เพื่อให้คนในจังหวัดได้เห็นถึงความสำคัญและอนุรักษ์ภาษาไทย และยังให้คนรุ่นหลังได้เห็นถึงความสวยงามในการใช้ภาษาไทยของท่านสุนทรภู่ในการพรรณนา การเล่นคำ อีกทั้งยังเป็นการให้คนในจังหวัดเพชรบุรีช่วยกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่คนในจังหวัดเพชรบุรีจะรู้จักกันอยู่แล้ว แต่อาจจะไม่ได้รู้ถึงรายละเอียดของสถานที่นั้น ๆ อย่างชัดเจน เช่น ประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ ความเป็นมาของบทกวีนิพนธ์นิราศ ความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ ฉะนั้นเราควรจะมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่คนในจังหวัดหรือเปิดอบรมให้กับบุคคลที่สนใจ บริษัททัวร์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะเข้ามาทำการนำเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อให้เข้าใจถึงประวัติความเป็นมา คุณค่า ความสำคัญของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าว” (G1)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความผูกพันกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นอย่างดี แต่ถ้าถามว่ารู้รายละเอียดเฉพาะเจาะจงในแต่ละพื้นที่หรือไม่ นั้น ก็อาจจะพูดได้ว่าไม่ทุกคน แต่ถ้าถามว่ารู้จักสถานที่นั้น สถานที่นี้ไหม ก็ตอบได้เลยว่ารู้จัก ฉะนั้น การที่เราจะให้คนในจังหวัดเพชรบุรีรู้จักทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น อาจจะต้องมีการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ การเข้าร่วมโครงการโดยจะต้องมีงบประมาณเข้ามาสนับสนุนและอาจจะต้องตรงตามแผนพัฒนาจังหวัด และหรือแผนยุทธศาสตร์ เพื่อที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้คนในจังหวัดได้เรียนรู้และสนใจเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักของคนในจังหวัดได้เป็นอย่างดี

และพร้อมที่จะให้ข้อมูลที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” (G2)

“ควรจะต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมแก่คนในจังหวัดเพชรบุรี โดยอาจจะเริ่มจัดอบรมให้กับหน่วยงานภาครัฐก่อน คือ คุณครู เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะถ้าให้ไปเริ่มจากคนในจังหวัดเลยนั้นอาจจะยาก เพราะการที่จะให้คนในจังหวัดนั้นเข้ามาฝึกอบรม หรือมานั่งฟังการบรรยายนั้น เท่าที่มีประสบการณ์คือ น้อยมาก แต่ถ้าเรามีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในด้านนี้ และไม่วิชาการจนเกินไป อาจจะได้รับความสนใจจากคนในจังหวัดพอสมควร แต่อย่าลืมว่าในการจัดกิจกรรมใด ๆ จะต้องได้รับงบประมาณ หรือได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหรือจากจังหวัด เพราะสิ่งที่เราจัดอบรม และให้ความรู้ นั่นคือการช่วยกันพัฒนาและประชาสัมพันธ์ให้จังหวัด” (G3)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีจะต้องได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพิ่มเติมในเชิงลึก ทั้งในส่วนของประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ บทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร การเล่นคำในภาษาไทย สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร อีกทั้งยังเป็นการทวงแหวนรักษา และอนุรักษ์ไว้ให้คนรุ่นหลังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของภาษาไทย การเล่นคำ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีความสำคัญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังสร้างสรรค์ให้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่ว่าจะเป็นประวัติความเป็นมาของวัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขาตะเครา วัดเขabanได้อิสฺส วัดคุ้งตำหนัก วัดพลับพลาย บางตะบูน ไม่เว้นแม้กระทั่งอาหารที่มีส่วนผสมของน้ำตาลโตนดที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวไว้” (G4)

ผลสรุป ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ยังน้อยมากโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะหน่วยงานโดยเฉพาะโรงเรียนจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในช่วงวันสุนทรภู่เป็นส่วนใหญ่ และกล่าวถึงผลงานของท่าน แต่ไม่ได้ระบุเนื้อหาอย่างละเอียด โดยเฉพาะนิราศเมืองเพชร ซึ่งคนในพื้นที่รวมถึงนักท่องเที่ยวเองก็จะเห็นเพียงแต่อนุสรณ์ของสุนทรภู่บริเวณลานหน้าวัดพลับพลาย และจะจัดงานเฉพาะในวันสุนทรภู่ คือวันที่ 26 มิถุนายนของทุกปี เพื่อเป็นการระลึกถึงท่านเท่านั้น

คำถามข้อที่ 2 การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีอะไรบ้าง

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีดีพอแล้วหรือยัง ต้องเพิ่มเติมอะไรหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเชื่อมต่อกันอย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทางต่าง ๆ เช่น รถตู้สาธารณะ รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่อาจจะต้องยกเว้นเส้นทางการจราจรทางน้ำ เพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงและการขาดลอกคูคลองมากขึ้นทำให้การจราจรทางน้ำไม่สะดวกเหมือนกับการจราจรทางบก แต่ถ้ามีการจราจรทางน้ำเพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จะต้องมีระบบบริหารจัดการที่ดี อีกทั้งยังเป็นเส้นทางที่น่าสนใจและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะทางบก แต่ถ้าจะให้ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมอาจจะเพิ่มเติมการจราจรทางน้ำ ซึ่งเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ถ้ามีการเพิ่มเส้นทางการจราจรทางน้ำ อาจจะต้องมีงบประมาณที่คอยสนับสนุนและการบริหารจัดการที่ดี และยังเป็นสิ่งแปลกใหม่ในการท่องเที่ยวในปัจจุบันของเพชรบุรี เพราะการเดินทางท่องเที่ยวหรือการจราจรทางน้ำนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แต่ถ้าจะให้มีการท่องเที่ยวทางน้ำจะต้องได้รับการสนับสนุน และการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่ยอมรับ” (G1)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีได้มีการปรับปรุง และพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นรวมถึงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกโดยเฉพาะการจราจรทางบก แต่ในส่วนของการจราจรทางน้ำเพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวตามรอยนั้น ต้องได้รับงบประมาณในการสนับสนุนและควรมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอย” (G2)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันเข้าถึงได้ง่ายกับการจราจรทางบก ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ รถไฟ รถรับจ้าง รวมถึงรถเล็งที่เป็นสัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของจังหวัดเพชรบุรี แต่ถ้าจะให้พูดถึงการจราจรทางน้ำนั้นต้องบอกเลยว่าค่อนข้างยากด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ทำให้การท่องเที่ยวทางเรือ หรือการจราจรทางน้ำค่อนข้างหายากในปัจจุบัน แต่ถ้าจะให้มีการพัฒนาหรือปรับปรุงการจราจรทางน้ำต้องมีการบริหารจัดการที่ดี และจะต้องมีการประชาสัมพันธ์การเปิดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น” (G3)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันดีครบถ้วนสมบูรณ์อยู่แล้วเพราะทางจังหวัดเองได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นเรื่องเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การคมนาคมที่สะดวกมากขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับคนในจังหวัด และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี แต่ถ้าจะให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรมีการจราจรทางน้ำจะได้สอดคล้องกับบทกวีนิพนธ์ แต่ควรมีงบประมาณเข้ามาสนับสนุน และมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อจะได้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอย” (G4)

2. สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ประทับใจหรือไม่ ต้องมีการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีมีทุนเดิมทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางสายบุญ ที่ถูกกล่าวถึงในนิราศเมืองเพชร จำนวน 16 แห่ง เส้นทางสายธรรมชาติ แต่สิ่งที่อยากให้พัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การจัดรถรางนำเที่ยววัดหรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อีกทั้งสถานที่ดังกล่าวอาจจะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอื่น สามารถนำมาเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ หรือจัดให้มีเส้นทางทดลองการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบไปเช้า - เย็นกลับเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรมีการจัดอบรมอาสาสมัครนำเที่ยว เพื่อให้สามารถนำเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาจจะมีทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนซึ่งเป็น 3 ภาษาที่สำคัญในปัจจุบัน

ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจะใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะใช้เฉพาะภาษาจีนภาษาของตนเองเท่านั้น และควรมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรีภายใต้หลัก 3 ว คือ วัง / วัด / วิถีวัฒนธรรม พร้อมกับจัดทำจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น อนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่บริเวณพื้นที่บางตะบูน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม เพื่อแสดงให้เห็นว่า บางตะบูนก็เป็นจุดสำคัญอีกจุดหนึ่งที่ท่านสุนทรภู่ได้ให้ความสำคัญไว้ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีนั้น มีทุนเดิมทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว อีกทั้งพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และควรพัฒนาในเรื่องของการอบรมอาสาสมัครให้มีความเชี่ยวชาญในด้านภาษาให้มากขึ้นโดยเฉพาะภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีจะใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนในการสื่อสาร และควรจะมีการเส้นทางท่องเที่ยวจำลองในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อเป็นการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเบื้องต้นในเรื่องของเส้นทาง และสามารถนำมาต่อยอดและพัฒนาให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกเส้นทางหนึ่งที่เมื่อไรก็ตามที่มาเพชรบุรีนักท่องเที่ยวทุกคนต้องมาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (G1)

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวทะเล ไหว้พระ อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีเองเดิมมีทุนทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว และมีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยเริ่มตั้งแต่บางตะบูน วัดคู้ดตำหนัก วัดเขาตะเครา วัดเขาบันไดอิฐ วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลายชัย เป็นต้น หากเราต้องการที่จะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทางจังหวัดเองควรจะมึงบประมาณในการจัดสรรเพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวจำลองในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยให้อาสาสมัครที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในบทกวีมากล่าวแนะนำประวัติความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (G2)

“สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว

ให้มีประสบการณ์ที่ประทับใจเมื่อได้มาเยือนจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างมาก เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลายแห่ง และบางแห่งก็อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรไม่ว่าจะเป็นวัดพลับพลาชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขาตะเครา วัดเขابันไดอิฐ ถ้ำเขาหลวง เป็นต้น และถ้าเป็นไปได้ควรพัฒนาในเรื่องของอาสาสมัครที่จะมานำเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวให้มีความหลากหลายด้านภาษาไม่ว่าจะเป็นภาษาไทยควรพูดจาชัดเจน ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เป็นต้น” (G3)

“สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้น เดิมมีทุนทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว และเมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะได้รับประสบการณ์อันน่าประทับใจทุกครั้ง เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีกิจกรรมมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมเปิดประสบการณ์ใหม่ และอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และถ้าจะให้พัฒนาเพิ่มเติมอยากจะเสนอให้พัฒนาในเรื่องของการจำลองการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรีภายใต้หลัก 3 ว คือ วัง / วัด / วิถีวัฒนธรรม พร้อมกับจัดทำจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น อนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่บริเวณพื้นที่บางตะบูน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม เพื่อแสดงให้เห็นว่าบางตะบูนก็เป็นจุดสำคัญอีกจุดหนึ่งที่ท่านสุนทรภู่ได้ให้ความสำคัญไว้ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (G4)

3. กิจกรรม (Activities) ขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีการทำกิจกรรมหรือไม่ และควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมมีหลากหลายกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นการไหว้พระ ทำบุญ การเที่ยวชมธรรมชาติ แต่ควรจะมีการส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยโดยเน้นกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เช่น การสอนแต่งนิราศ การจัดนิทรรศการอย่างถาวรเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมและหรือนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยสามารถทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในชุมชนได้ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม “ปั้นดินให้ดัง” “ดอกลาย สร้างศิลป์” เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการตกหนังใหญ่ หรืออาจจะเพิ่มเติมการท่องเที่ยวตามรอยโดยใช้รถเล้ง ซึ่งเป็นรถประจำท้องถิ่นเมืองเพชรในการนำเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย หรืออาจจะมีการจัดแรลลี่วัฒนธรรม โดยการแต่งกายด้วยชุดไทยเพื่อสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวให้มา

ท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร หรือการแสดงละครชาตรี ในเรื่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร การประกวดภาพวาดระบายสี เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ขณะพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการไหว้พระทำบุญ ซึ่งก็เป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว แต่ถ้าจะให้เพิ่มเติมควรจะเพิ่มในส่วนของการแต่งกายชุดไทยในสมัยของท่านสุนทรภู่ และร่วมเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ หรือจะเป็นการถ่ายรูปตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศหรือสถานที่จริง อีกทั้งควรมีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เช่น การทำอาหารในสมัยท่านสุนทรภู่ การล่องเรือท่องเที่ยวอาจจะจำลองสถานที่ใกล้ ๆ เพื่อให้ได้สัมผัสบรรยากาศการล่องเรือพร้อมกับการแต่งกายด้วยชุดไทยในสมัยนั้นด้วย” (G1)

“กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้เมื่อมาถึงจังหวัดเพชรบุรี คือ การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยการไหว้พระ ทำบุญ วัดที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์ ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา วัดเขานันไดอิฐ วัดพลับพลาชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร เทียวชมถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน ชิมอาหารท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศและความรู้สึกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ควรเพิ่มเติมในเรื่องของอาสาสมัครในการนำเที่ยวให้มีการนำเที่ยวหลากหลายภาษา มีการจำลองเส้นทางท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำ และควรมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมด้วยตนเองได้ เช่น การระบายสี การแต่งชุดไทยในสมัยของท่านสุนทรภู่ร่วมถ่ายภาพกับสถานที่สำคัญในบทกวีนิพนธ์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยควบคู่กันไปด้วย” (G3)

“กิจกรรมที่ควรจัดเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ แรลลีวัฒนธรรม ละเมียด ละไม ละมุนละม่อม แต่งไทยและสร้างความสนใจให้ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร หรือกิจกรรมการไหว้พระ ลีบทกวี ขจัดมลทิน ไม่ต้องระหกระเหเร่รอน เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีทุนทางวัฒนธรรมที่ดีอยู่แล้ว ซึ่งทางจังหวัดเองควรจัดสรรงบประมาณในการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้ตรงกับแผนพัฒนาจังหวัด หรือแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด และควรทำการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิญ

ชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีเพื่อมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (G4)

4. ที่พัก (Accommodation) จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักทั้งด้านประเภทและด้านราคาที่หลากหลายเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่พักต่างกันหรือไม่ ต้องการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ที่พักภายในจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะจังหวัดเพชรบุรีมีที่พักแบบหลากหลายทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น แต่สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติม คือ การจัดโปรโมชั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่พักไปในตัวด้วย โดยเฉพาะที่พักที่อยู่ใกล้แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ภายในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และควรมีบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรที่ประทับใจแต่ละบท พร้อมภาพประกอบที่สวยงามให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักได้อ่านและสร้างความประทับใจและอยากเข้ามาพักซ้ำ และต้องมีความปลอดภัย สะดวก ได้รับมาตรฐาน SHA การันตีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะกลายเป็นโรคประจำถิ่นไปแล้วก็ตาม และทางที่พักเองก็ควรมีมาตรฐานไว้ตลอดเวลา เพื่อความสบายใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าพัก

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีได้ตลอดปี ราคาไม่แพง และได้มาตรฐาน SHA เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมามหาธุรกิจได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจที่พัก ธุรกิจท่องเที่ยว แต่หลังจากที่การแพร่ระบาดของเชือดังกล่าวค่อย ๆ ซาไป และได้กลายเป็นโรคประจำถิ่นไปแล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มจะออกเดินทางท่องเที่ยว และส่วนใหญ่จะต้องการที่พักที่มีราคาถูก ได้มาตรฐาน SHA และให้บริการที่ดี ในช่วงแรกที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ชาลงทางธุรกิจที่พักต่าง ๆ ควรจะต้องมีโปรโมชั่นพิเศษในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าพัก โดยเฉพาะธุรกิจที่พักที่อยู่ตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยทางที่พักเองอาจจะต้องการสร้างบรรยากาศโดยรอบให้เหมือนสมัยก่อน มีการตกแต่งที่พักให้เข้ากับบรรยากาศของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร หรืออาจจะมีย่านที่ประทับใจ พร้อมรูปภาพประกอบติดประกอบเพื่อเป็นเสน่ห์และสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพัก” (G1)

“ธุรกิจที่พักของจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะมีหลากหลายประเภท หลากหลายราคา ซึ่งแล้วแต่นักท่องเที่ยวว่าสนใจและจะเข้าพักรูปแบบใด ราคาเท่าไร แต่อาจจะต้องพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องของการจัดเตรียมที่พักหรือการสร้างบรรยากาศภายในที่พักให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยเฉพาะที่พักที่อยู่ตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม และตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรีรวมถึงการจัดโปรแกรมขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ที่พักให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักหลังจากที่ประเทศไทยพบกับปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นซบเซาลงมาก การเดินทางท่องเที่ยวนั้นน้อยลงเพราะนักท่องเที่ยวยังคงกลัวการแพร่ระบาดของเชื้อโรคดังกล่าว” (G2)

“จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักเพียงพอ และหลากหลายตรงกับความต้องการและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ สิ่งที่ต้องการให้เกิดการพัฒนา คือ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งสถานการณ์ค่อนข้างรุนแรง ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวหยุดชะงัก แต่เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อดังกล่าวลดลง และได้กลายเป็นโรคประจำถิ่น ธุรกิจที่พักต่าง ๆ ควรจะต้องมีการพัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน SHA หรือมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด จะเป็นอีกหนึ่งในการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว” (G3)

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีมีเพียงพอ แต่ควรมีโปรแกรมพิเศษสำหรับผู้ที่มาพักสำหรับมาศึกษาหรือมาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และที่พักเองควรมีคำคมของท่านสุนทรภู่ บทกวีแต่ละบทที่อ่านแล้วประทับใจ ติดไว้บริเวณที่พัก หรือในห้องพัก หรืออาจจะมีรีสอร์ททางวัฒนธรรมโดยเฉพาะและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการต่อยอดและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” (G4)

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะทำให้นักพักและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายหรือไม่ เพียงใด

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่ทำให้การพำนักและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในจังหวัดมีความสะดวกสบายที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ แต่เมื่อถึงเทศกาลงานสำคัญอาจจะมีไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและให้บริการได้ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะการให้บริการกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อย่างนักท่องเที่ยวที่มาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่เราสามารถปรับเป็นการให้บริการนักท่องเที่ยวแบบออนไลน์ได้ เพราะการท่องเที่ยวในโลกโซเชียลสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา และง่ายต่อการเดินทาง รู้จุด รู้แหล่ง และอยากใหพัฒนาในเรื่องของสัญญาณเครือข่าย อินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในพื้นที่ในการหาข้อมูลหรือการถ่ายรูปลงโซเชียลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีไปพร้อมกันด้วย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่ทำให้การพำนักและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายเพียงพอและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นระบบการขนส่ง ระบบที่พัก บ้ายบอกทาง ห้องสุขา ที่จอดรถ คนนำเที่ยว แต่อาจจะมีบ้างในบางช่วงเวลาเช่น ตอนเทศกาลงานประเพณีของจังหวัดอาจจะหาที่จอดรถยากสักหน่อย แต่ทางจังหวัดก็จะมีพื้นที่ให้บริการ รวมถึงภาคชุมชนเอง หรือหน่วยงานต่าง ๆ ก็จะช่วยดูแลในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการหรือกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอย่างต่อเนื่อง หรือเวลาจะเดินทางท่องเที่ยวจะนึกถึงจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดต้น ๆ” (G1)

“สิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดรวมถึงการมาเข้าพักและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นทางจังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับดี เพราะได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อพัฒนาให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับการขนานนามจาก UNESCO ว่าเป็นเมืองแห่งอาหาร เมือง 3 รส และยังสามารถพัฒนาเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมได้ เพราะ จังหวัดเพชรบุรีมีทั้งวัด วัง และยังเป็นจังหวัดที่มีพระมหากษัตริย์เสด็จเดินทางมาประทับและสร้างวังอยู่ที่จังหวัดนี้ถึง 3 พระองค์ด้วยกัน ได้แก่ รัชกาลที่ 4 สถานที่ประทับ คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง)

รัชกาลที่ 5 สถานที่ประทับ คือ พระรามราชนิเวศน์ และรัชกาลที่ 6 สถานที่ คือ พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน” (G2)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะทำให้การพำนักรและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่อาจจะยกเว้นในช่วงเทศกาลอาจมีไม่เพียงพอ และการให้บริการที่เกิดขึ้นไม่ได้เฉพาะเจาะจงกับการบริการนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยฯ แต่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรีและการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบนโลกออนไลน์ สามารถให้ความสะดวกสบายในด้านข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ และจุดให้บริการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี” (G3)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีไม่ว่าจะเป็นสถานที่พัก ที่นั่งพักต่าง ๆ ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว หอมน้ำสาธารณะ รถรับ-ส่งระหว่างเมือง ป้ายบอกทางมีความสะดวกสบายและให้บริการได้อย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี หากมีการพัฒนาหรือปรับปรุงอยากให้พัฒนาหรือปรับปรุงในเรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายภาพลงโซเชียลมีเดียของตัวเองและยังเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีไปพร้อมกันด้วยอีกทางหนึ่ง” (G4)

6. การรับรู้ (Awareness) จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เช่น ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม และชีวิตกลางคืน ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจหรือไม่

ผลสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การได้พูดคุยพบปะกับคนในพื้นที่ รวมถึงการได้ชิมอาหารหลากหลายเมนูของจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจาก UNESCO ประจำปี 2564 ดังนั้นอาหารของจังหวัดเพชรบุรีจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพื่อสัมผัส และลิ้มรสอาหารดาว – หวานที่หลากหลายของจังหวัดเพชรบุรีที่ได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO และรับรู้ได้จริง ส่วนในเรื่องของชีวิตกลางคืน การท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรี ถ้าเป็นส่วนของ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในทางจังหวัด ยังไม่ได้มีเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยนิราศ แต่ถ้าในส่วนของการท่องเที่ยวกลางคืนในแบบอื่นนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ในโซนของชายหาด ริมทะเล เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนเยอะ และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การท่องเที่ยวในยามกลางคืนนั้นหยุดชะงัก และเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อดังกล่าวซาลงก็มีความต้องการที่เข้มงวดในการท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัยของคนที่จะมาท่องเที่ยวตามรอยนิราศ

“สิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้น มีหลากหลายไม่ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่าง ๆ เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ทุกแห่ง และได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงการให้บริการ และยินดีบริการแก่นักท่องเที่ยวทุกคนให้ได้รับความประทับใจ และอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางจังหวัดเพชรบุรีเองยังไม่มีเส้นทางท่องเที่ยวตามรอย แต่จังหวัดเพชรบุรีมีทุนทางวัฒนธรรมเดิมอยู่แล้ว จึงไม่ยากที่จะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยดังกล่าวให้เกิดขึ้นจริง แต่ต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ และความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะทำให้เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้เกิดขึ้นจริง และสามารถสร้างเป็นเส้นทางที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ” (G1)

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะได้รับรู้และได้สัมผัสบรรยากาศวิถีชีวิตของคนในชุมชน ได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชนพื้นเมือง บรรยากาศการท่องเที่ยวทั้งในอำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอชะอำ อำเภอบ้านแหลม หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามเส้นทางท่องเที่ยวที่มีในจังหวัดเพชรบุรี ไม่ว่าจะเป็นเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และที่สำคัญนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจจากการเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งวัดเขาตะเครา วัดเขาบันไดอิฐ วัดพลับพลายชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร หรือแม้กระทั่งเส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน ซึ่งสถานที่เหล่านี้ได้ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ในช่วงของ

การท่องเที่ยวยามราตรีนั้น จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ที่ผ่านมามีทำให้การท่องเที่ยวกลางคืน หรือการใช้ชีวิตกลางคืนของนักท่องเที่ยวนั้นไม่ได้เป็นที่นิยมเหมือนแต่ก่อน แต่ก็ไม่ได้หยุดชะงักไป บางแห่งอาจจะจะมีมาตรการในการป้องกันเพื่อแสดงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ” (G2)

“การที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะสามารถรับรู้ถึงประสบการณ์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละประเภท ร้านอาหาร ของที่ระลึก วัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ แต่เมื่อมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 2019 ขึ้นทำให้ภายหลังหน่วยงานทุกภาคส่วนจะต้องมีมาตรการที่เข้มงวดและอาจส่งผลถึงประสิทธิภาพการท่องเที่ยวยามราตรี การใช้ชีวิตท่องเที่ยวกลางคืนสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเดินทางมาพักผ่อนตามชายหาด ริมหาดต่าง ๆ รวมถึงแหล่งสถานบันเทิงต่าง ๆ ที่ต้องมีมาตรการที่เข้มงวดทั้งผู้ให้บริการ และผู้มาใช้บริการ เพื่อความปลอดภัย แต่ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สามารถท่องเที่ยวได้ในตอนกลางวันไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา ก็ยังคงมีมาตรการที่เข้มงวดและไม่รับมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และนักท่องเที่ยวทุกคนสามารถรับรู้ได้จากการได้สัมผัสในพื้นที่จริง ๆ” (G3)

“จังหวัดเพชรบุรี มีร้านอาหารที่อร่อย สะอาด และมีความหลากหลายไว้คอยบริการให้กับนักท่องเที่ยวทั้งอาหารประจำถิ่นที่มีรสชาติกลมกล่อม และอาหารที่มีการพัฒนาต่อยอด เช่น ขนมหม้อแกงให้มีรสชาติหลากหลาย (16 รสชาติ) เป็นต้น เก็บไว้ได้นาน และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับซื้อเป็นของฝาก อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของ UNESCO ประจำปี 2564 ดังนั้น อาหารจะเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว และเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลายนอกเหนือจากอาหารแล้ว ก็ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวสามารถมาสัมผัสกับสถานที่จริงได้ ไม่ว่าจะเป็นอนุสรณ์สถานท่านสุนทรภู่ บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลายชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขabanไธอัฐ วัดเขาตะเครา ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี เป็นต้น” (G4)

7. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรี มีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงและมากเพียงพอหรือไม่ ควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันมีครบทุกอย่าง สมบูรณ์ ทันสมัย และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นตู้ ATM ตามแหล่งท่องเที่ยว จุดให้บริการช่วยเหลือผู้ช่วยกรณีเป็นลม จุดให้บริการนักท่องเที่ยว แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพราะในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์โซเชียลมีเดียมีผลต่อบุคคลทุกระดับ เพราะสื่อโซเชียลจะแสดงถึงความคิดเห็นของคนทั่วทุกมุมโลก และยังเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอีกทางหนึ่งด้วย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง แต่ในปัจจุบันโทรคมนาคมอาจจะไม่ค่อยมีให้เห็น และมีไปรษณีย์จากหน่วยงานเอกชนเพิ่มมากขึ้น เช่น FLASH EXPRESS, KERRY EXPRESS, J&T EXPRESS, BEST EXPRESS เป็นต้น ง่ายต่อการขนส่งเอกสาร และเพิ่มช่องทางในการขนส่งเอกสารมากขึ้น แต่ควรที่จะพัฒนาและเพิ่มเติมในส่วนของสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย WiFi ให้มีเสถียรภาพและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในทุกจุด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นการทำนุเสนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพิ่มมากขึ้น” (G1)

“จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่บริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเกือบครบครัน ไม่ว่าจะเป็น โรงพยาบาล โรงเรียน สถานีตำรวจ ที่ว่าการอำเภอ ไปรษณีย์ ธนาคาร รวมไปถึงการให้บริการของพนักงานขับรถส่งของ เช่น LINE MAN, GRAB FOOD, PANDA เป็นต้น ในเรื่องของการสั่งอาหาร ส่งของออนไลน์ ซึ่งสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีรวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งทางจังหวัดเองได้ลงข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การให้บริการต่าง ๆ บนสื่อออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งอัพเดทข้อมูลที่ทันสมัย รวมถึงการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเฉพาะเส้นทาง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ

เมืองเพชรของก็เอกสุนทรภู่นั้น ในปัจจุบันยังไม่ได้มีเส้นทางทางท่องเที่ยวนี้เกิดขึ้นจริง แต่มีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรหลายแห่ง ซึ่งแต่ละแห่งจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นตู้ ATM เครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ห้องน้ำ จุดบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยดังกล่าวในจังหวัดเพชรบุรี” (G2)

“ในจังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่คอยให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอและทั่วถึง มีความทันสมัยพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ และควรส่งเสริมในด้านของสื่อเทคโนโลยีให้มีความทันสมัย อัปเดตข้อมูลตลอดเวลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจสามารถเข้าชมข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้ก่อนจะเดินทางเยือนสถานที่จริง และภายในแหล่งท่องเที่ยวเองควรมีจุดบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแบบออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และควรมีงบประมาณในการสนับสนุนในเรื่องของเทคโนโลยี และควรมีบุคลากรให้ความรู้ตลอด 24 ชั่วโมงในกรณีเป็นการสอบถามข้อมูลแบบออนไลน์ หรืออาจจะเป็นระบบ AI แต่จะใช้งบประมาณในการดำเนินการพอสมควร ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณเข้ามาปรับปรุง พัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศให้ก้าวทันต่อโลกในปัจจุบัน” (G3)

“การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีในด้านของธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ไตรศมนาคมมีเพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี แต่ควรที่จะพัฒนาหรือเพิ่มเติมในส่วนของสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และควรอัปเดตข้อมูลบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของก็เอกสุนทรภู์ลงบนสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบเพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงบุคคลที่สนใจและอนุรักษ์ภาษาไทย ชอบในบทกวีนิพนธ์และสนใจที่จะเดินทางมาตามรอย ซึ่งจะคล้าย ๆ การท่องเที่ยวตามรอยขอเจ้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เป็นกระแสโด่งดัง เพราะละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” และเพื่อให้ก้าวทันโลกในปัจจุบันควรที่จะอัปเดตข้อมูลบนสื่อออนไลน์ให้เป็นปัจจุบัน เพราะก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจะต้องศึกษาหาข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ว่าพร้อมให้บริการ และมีมาตรฐานหรือไม่อย่างไร” (G4)

8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีครั้งแรกและตลอดเวลาการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์พร้อมหรือไม่ ควรพัฒนาด้านใด

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อาจจะต้องได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง เช่น การเพิ่มอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บางแห่งอาจจะต้องปรับปรุงห้องสุขาให้ได้มาตรฐาน และคอยมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุก ๆ ชั่วโมงเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจะต้องมีการจัดอบรมผู้ให้บริการ สถานประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีความพร้อมในการให้บริการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับเที่ยวซ้ำ ตั้งแต่มาถึง ระหว่างท่องเที่ยว และเดินทางกลับ อีกทั้งควรจะมีการเพิ่มเติมในเรื่องของช่องทางของผู้พิการที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี หรือห้องน้ำสำหรับผู้พิการตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันได้รับการพัฒนาและปรับปรุงตามงบประมาณที่ได้รับในการจัดสรรมีความสมบูรณ์พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึง และควรได้รับการพัฒนาในเรื่องของอาสาสมัครในการนำชมแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้มีความรู้ในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรมากขึ้น ให้รู้ถึงประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มากขึ้น และควรจะต้องมีการปรับปรุงด้านกายภาพในส่วนของภูมิทัศน์ของสถานที่นั้น ๆ ให้มีจุดนั่งพักผ่อนหย่อนใจ มีร้านค้าคอยอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องสุขา ตู้ ATM สัญญาณ WiFi เพื่อตอบโต้และให้ก้าวทันโลกในปัจจุบัน อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งควรจะต้องมีมาตรฐานความสะอาด และถูกต้องตามมาตรฐานการเฝ้าระวังการแพร่เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เช่น มีแอลกอฮอล์ทุกจุดสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ มีหน้าากอนามัยคอยให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ลืมนำหน้ากากอนามัย หรืออาจจะมือน้ำดื่มไว้คอยให้บริการเฉพาะช่วงที่สภาพอากาศร้อนจัด เป็นต้น” (G1)

“ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึงความสมบูรณ์พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามงบประมาณและการพัฒนาของจังหวัดมาตลอดเวลา เพราะแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เป็นสถานที่สำคัญที่มามีมานานซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับการบูรณะ ปรับปรุง พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นวัดมหาธาตุวรวิหาร อนุสรณ์สถานสุนทรภู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลาชัย ถ้าเขาหลวง บางตะบูน วัดเขาตะเครา วัดเขาบันไดอิฐ แต่ก็มีสถานที่บางแห่งที่ยังไม่ได้รับการบูรณะ ปรับปรุงเท่าที่ควร หรือบางแห่งอาจจะไม่มีสถานที่นั้นตามบทกวีนิพนธ์แล้ว แต่เปลี่ยนแปลงเป็นสถานที่อื่นตามสภาพกาลในปัจจุบัน เช่น วัดคู่งตำหนัก ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม ตามบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่กล่าวว่าเป็นที่พักหรือเป็นที่ประทับของเจ้านายหรือกษัตริย์ แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้มีการบูรณปฏิสังขรณ์ทำให้สถานที่ดังกล่าวค่อนข้างเก่าและดูพังเพราะสร้างด้วยไม้ และเมื่อระยะเวลาผ่านไปสิ่งต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นก็ดูพังไปตามกาลเวลา เป็นต้น หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน อย่างเช่น ห้องน้ำ จุดนั่งพัก หรือบางแห่งไม่มีอยู่แล้ว เป็นต้น” (G2)

“ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีความสมบูรณ์พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว บางแห่งบางสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ต้องได้รับการพัฒนา และควรมีงบประมาณเข้ามาสนับสนุน เช่น วัดบางแห่งต้องได้รับการพัฒนาในด้านภูมิทัศน์ หรือข้อมูลการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว บางแห่งต้องมีมัคคุเทศก์หรืออาสาสมัครในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว หรือบางแห่งต้องปรับปรุงในเรื่องของห้องสุขา หรือบางแห่งอาจจะต้องเพิ่มห้องน้ำสำหรับผู้พิการ หรือช่องทางเดินสำหรับผู้พิการ เป็นต้น” (G3)

“ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีตามอัตภาพตามความพร้อมของสถานที่นั้น ๆ และควรจะต้องมีการพัฒนาและอบรมผู้ให้บริการ สถานประกอบการ ที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อนเข้าพัก - ขณะพัก - และหลังออกจากแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกิดความประทับใจ และอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (G4)

9. ความเชื่อมั่น (Assurance) ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรี มีระดับความปลอดภัยที่มีความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น จำนวนคดีที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวนั้นมีน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย นอกจากนั้นยังมีการให้บริการสายด่วนไม่ว่าจะเป็น สายด่วน 191, 1374 หรือ 1669 ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพและมีเป้าหมายที่ชัดเจนที่จะคอยดูแลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างดี คอยอำนวยความสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีได้อย่างมั่นใจ หายห่วง และถ้าหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอย่างเต็มที่ หากเกิดเหตุในเมืองจะมีเจ้าหน้าที่เดินทางไปถึงจุดเกิดเหตุไม่เกิน 5 นาที และถ้าเกิดเหตุการณ์นอกเมืองจะมีเจ้าหน้าที่เดินทางไปถึงจุดเกิดเหตุไม่เกิน 15 นาที

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่สามารถเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวได้ระดับดี เพราะความปลอดภัยในเรื่องของการดูแลนักท่องเที่ยวหรือความปลอดภัยในด้านอื่น ๆ นั้น ทางจังหวัดให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เพราะนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้น อันดับแรกที่เลือก คือ ความปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยว และการให้บริการที่ทางจังหวัดเคยได้ทำการสำรวจสอบถามมา และทางจังหวัดเองก็ได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และคนในจังหวัด โดยมีสายด่วนที่สามารถโทรติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็น 191, 1669 หรือ 1374 ซึ่งนักท่องเที่ยวหรือคนในพื้นที่สามารถใช้บริการได้ และเมื่อได้ก็ตามที่เกิดเหตุในพื้นที่ จะมีเจ้าหน้าที่เดินทางเข้าถึงพื้นที่เกิดเหตุไม่เกิน 5 นาที แต่ถ้าอยู่ภายนอกพื้นที่อำเภอเมืองก็จะมีเจ้าหน้าที่เดินทางเข้าถึงพื้นที่เกิดเหตุไม่เกิน 15 นาที ” (G1)

“ระดับความเชื่อมั่นในจังหวัดเพชรบุรีนั้นที่ผ่านมาโดยตลอดอยู่ในระดับดี เมื่อเทียบกับจังหวัดใหญ่ ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว อีกทั้งความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเดินทางมาตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ซึ่งการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ทางจังหวัดเองได้มีการร่วมมือกับสถานที่ตำรวจในทุกอำเภอ ควรมีเวรตรวจตราสถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่งเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการเดินทาง

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวไว้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งอีกด้วย” (G2)

“แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น มีระดับความปลอดภัยอยู่ในระดับดี และนักท่องเที่ยวเองสามารถไว้วางใจและเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยได้เป็นอย่างดี เพราะทุกแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดตรวจที่เจ้าหน้าที่ตำรวจต้องตรวจเช็คทุกชั่วโมงอยู่แล้ว จึงมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระหว่างท่องเที่ยว และเมื่อการท่องเที่ยวสิ้นสุดลงได้” (G3)

“ระดับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นอยู่ในระดับดี เพราะมีจุดตรวจ และมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยตรวจตรา และสอดคล้องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ อีกทั้งยังมีสายด่วนคอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งนักท่องเที่ยวเองสามารถสบายใจได้เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในจังหวัดเพชรบุรี รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ได้อย่างสบายใจ หายห่วง ไร้ความกังวล เพราะจังหวัดเพชรบุรีดูแลนักท่องเที่ยวได้ดีไม่จากเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ จังหวัดอื่น ๆ” (G4)

10. การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกจากการให้บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดเวลาในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ดีเพียงพอหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ความรู้สึกจากการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ผ่านมานั้น นักท่องเที่ยวทุกท่านที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้น ให้ความสำคัญ และเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพราะแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า ร้อยปี พันปี ทุกแห่งย่อมแสดงและสะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ พร้อมหลักฐานและเรื่องเล่าที่ปรากฏกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งทางจังหวัดเองรู้สึกดีใจและประทับใจที่นักท่องเที่ยวทุกท่านให้ความสำคัญ ให้ความสนใจ และเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และพร้อมที่จะอนุรักษ์ และพร้อมที่จะร่วมพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไปพร้อมกัน และควรพัฒนาเพิ่มในเรื่องของการจัดทำสื่อแนะนำเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แบบ 360 องศา หรือการจำลองแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวแบบ 3D เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวและเสริมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ เลื่อมใส และศรัทธา และวางแผนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามรอยดังกล่าว เพื่อความยั่งยืนต่อไป

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ความรู้สึกที่ทางจังหวัดเพชรบุรีที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้น ถือว่าเป็นความประทับใจอย่างมาก ที่นักท่องเที่ยวทุกท่านที่เลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดของเรา และที่ประทับใจคือ การเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นบางแห่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่าร้อยปี บางแห่งมีอายุยาวนานกว่าพันปี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังคงคุณค่า ความงามของธรรมชาติที่ช่วยกันสรรค์สร้าง และที่ขาดไม่ได้เลย คือ การได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเฉพาะที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่หลายแห่งที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และยังคงเป็นที่นิยมจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน เช่น วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเข้านันไดอิฐ วัดเขาตะเครา ถ้ำเขาหลวง เป็นต้น” (G1)

“ความรู้สึกจากการให้บริการนักท่องเที่ยวตลอดเวลาในการท่องเที่ยว นั้น รู้สึกยินดีและมีความสุขโดยเฉพาะที่ได้เห็นนักท่องเที่ยวมีความสุขจากการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยิ่งทำให้เรารู้สึกถึงและเห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นชอบศึกษาและเห็นคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้เอ่ยถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เพราะสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งนั้นมีอายุมากกว่าร้อยปี หรือบางแห่งมีอายุนานกว่าพันปี แต่แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งนั้นอาจจะได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุงตามงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร แต่สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งนั้นหายไปตามกาลเวลา และตามการพัฒนาของจังหวัด และสิ่งที่ควรพัฒนา คือ การทำให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่หายไป กลับคืนมามีชีวิตอีกครั้งโดยการทำสื่อออนไลน์ การจำลองสถานที่ท่องเที่ยวแบบ 3D เป็นต้น” (G2)

“ในเรื่องของการเห็นคุณค่าจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร โดยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานหลายร้อยปี หรือบางแห่งมีอายุกว่าพันปี ย่อมสะท้อนคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ พร้อมหลักฐานและเรื่องเล่าที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่สิ่งที่อยากเพิ่มเติม หรืออยากจะทำให้พัฒนา คือ การจัดทำสื่อแนะนำเที่ยวออนไลน์ แบบ 360 องศา เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากที่จะร่วมเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการหลงใหลและเกิดความเลื่อมใสศรัทธาแหล่งท่องเที่ยว นั้น ให้คงอยู่อย่างยั่งยืนตลอดไป” (G3)

“ในส่วนของคุณรู้สึกที่เราได้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เรามีความรู้สึกยินดีและประทับใจเป็นอย่างมากที่นักท่องเที่ยวทุกท่านยังตระหนักและเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้คงอยู่ยั่งยืนตลอดไป และสิ่งที่อยากให้พัฒนาหรือเพิ่มเติม คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ไม่ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีอยู่ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีอยู่ คือ การจำลองสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวที่สนใจ หรือประชาชนที่สนใจ ได้เห็นถึงสถานที่นั้น ๆ จริง ๆ ลงบนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และอยากให้มีงบประมาณที่จะเข้ามาสนับสนุนเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่สนใจได้เห็นถึงคุณค่า นั้น ๆ และอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไป” (G4)

ผลสรุป การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเชื่อมต่อกันอย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทางต่าง ๆ เช่น รถตู้สาธารณะ รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่อาจจะต้องยกเว้นเส้นทางจราจรทางน้ำ เพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงและมีการขุดลอกคูคลองมากขึ้นทำให้การจราจรทางน้ำไม่สะดวกเหมือนกับการจราจรทางบก แต่ถ้ามีการจราจรทางน้ำเพื่อตอบโต้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จะต้องมีระบบบริหารจัดการที่ดี อีกทั้งยังเป็นเส้นทางที่น่าสนใจและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

คำถามข้อที่ 3 ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. อะไรคือจุดแข็งของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะมีอายุมากกว่าร้อยปี หรือพันปี แต่เพราะการอนุรักษ์ และห่วงแหนของคนในพื้นที่ และคนที่ชอบการท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ยังสมบูรณ์และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจาก

กรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นเส้นทางในเขตไทยแลนด์รีเวียรา และยังเป็นเส้นทางสู่ภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเที่ยวหลายประเภท และจังหวัดเพชรบุรีเองก็ยังได้รับรางวัลจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวภายใน จังหวัดเยอะขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และมีสถานที่ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และปัจจุบันยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ยอดฮิต และเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขابันไดอิฐ วัด เขาคะเครา ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน เป็นต้น และยังตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ของจังหวัดที่อยากจะ พัฒนาจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่ากิน น่าเที่ยว และจังหวัดเพชรบุรียังเป็นจังหวัดหนึ่งใน พื้นที่ไทยแลนด์รีเวียราจาก 4 จังหวัด” (G1)

“จุดแข็งของจังหวัดเพชรบุรีถ้าจะให้พูดถึงหรือกล่าวถึงนั้นก็คือ จังหวัดเพชรบุรีเป็น จังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ ที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น ซึ่งสถานที่เหล่านี้เป็นจุดแข็งของจังหวัดและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ภายในจังหวัดเพชรบุรีได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความผูกพัน หรือมีประวัติ ความเป็นมาอย่างยาวนาน ไม่ว่าจะเป็น อนุสรณ์สถานสุนทรภู่ที่อยู่ทำนน้ำหน้าวัดพลับพลายชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขابันไดอิฐ ถ้ำเขาหลวง เป็นต้น” (G2)

“จุดแข็งของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร มีความชัดเจน มีแหล่งข้อมูลที่สามารถอ้างอิงได้ และมีข้อมูลที่หาได้ในปัจจุบันไม่ว่าจะข้อมูล นั้นจะเป็นแบบหนังสือ บทความ หรือจะเป็นข้อมูลแบบสื่อออนไลน์ และแหล่งท่องเที่ยวมี ประวัติศาสตร์ มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น น่าส่งเสริมให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ สำคัญ” (G3)

“จุดแข็งของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ มีแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมเยอะมาก โดดเด่น ตอบโจทย์ความต้องการ ของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นยุทธศาสตร์ตอบสนองนักท่องเที่ยวเพชรบุรีเมือง น่าอยู่ น่ากิน น่าเที่ยว” (G4)

2. อะไรคือจุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ มีผู้ดูแลรับผิดชอบและมีความรู้โดยตรงในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีน้อย ผู้ที่มีองค์ความรู้ในเรื่องนี้ก็อายุมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการพัฒนา และดูแลรักษาเท่าที่ควร ปัจจุบันสภาพแวดล้อม หรือองค์ประกอบโดยรวมยังขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องของการสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณ บุคลากร การทำการตลาด รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และขาดการดูแลจากเจ้าของพื้นที่หรือผู้ดูแลสถานที่นั้นโดยตรง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จุดอ่อนของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรี คือ ขาดผู้ที่มีองค์ความรู้เฉพาะทางในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนา ปรับปรุง และยังขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลดังกล่าว และที่สำคัญเลย คือ ยังขาดงบประมาณในการสนับสนุนการดำเนินการเพื่อที่จะพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (G1)

“จุดอ่อนของยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ แหล่งท่องเที่ยวยังขาดงบประมาณในการพัฒนา ขาดการบำรุงรักษา ขาดเจ้าหน้าที่ที่จะคอยให้ข้อมูลเฉพาะทาง และผู้ที่มีองค์ความรู้ในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นปัจจุบันบางท่านมีอายุเยอะแล้ว อาจจะไม่สะดวกในการนำเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าว รวมถึงปัจจุบันสภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้นยังไม่ได้หายสนิท ทำให้สถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชม” (G2)

“จุดอ่อนในการพัฒนาเพื่อจะส่งเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ ขาดผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรง ซึ่งปัจจุบันมีน้อยมาก ผู้ที่มีองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวก็มีอายุมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนา และบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันสภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และยังขาด

การสนับสนุนจากจังหวัดในเรื่องของงบประมาณ ยังขาดความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร” (G3)

“จุดอ่อนของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดการพัฒนา และปรับปรุงในด้านของภูมิทัศน์ให้เกิดความน่าสนใจ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดยังมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อีกทั้งยังขาดการบริหารจัดการในด้านสถานที่ หรือการบริการในเรื่องอื่น ๆ จากเจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง” (G4)

3. อะไรคือโอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต

ผลการสัมภาษณ์ ดังนี้ โอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต คือ ท่านสุนทรภู่เป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องจาก UNESCO และจังหวัดเพชรบุรีในปี 2564 ที่ผ่านมา ก็ได้รับการยกย่องจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร และหน่วยงานภาครัฐนั้น ยังร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในทุกพื้นที่ ทุกจังหวัดในประเทศไทย กรทที่จะผลักดัน หรือขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่ได้ยาก ถ้าจังหวัดมีงบประมาณในการสนับสนุนในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจในด้านนี้ให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพิ่มมากขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีสามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาและต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้อย่างดี เพราะท่านสุนทรภู่เป็นบุคคลที่สำคัญคนหนึ่งที่ได้รับการประกาศจาก UNESCO ได้ประกาศให้สุนทรภู่เป็นบุคคลสำคัญของโลกทางด้านวรรณกรรม นับเป็นชาวไทยคนที่ 5 และเป็นสามัญชนชาวไทยคนแรกที่ได้รับเกียรตินี้ อีกทั้งท่านสุนทรภู่ยังได้รับการขนานนามว่าเป็น “เชกสเปียร์แห่งประเทศไทย” และก็เป็นโอกาสที่ดีในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะหน่วยงานภาครัฐเองยังได้ร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในทุกพื้นที่ ทุกจังหวัด ทั้งนี้ถ้าได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐอย่างเต็มที่ก็สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้อย่างสมบูรณ์

และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” (G1)

“โอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต คือ จังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีอายุมากกว่าร้อยปี บางแห่งมีอายุมากกว่าพันปี แต่ยังคงความสมบูรณ์ทางด้านกายภาพ แต่ในของความสมบูรณ์ของพื้นที่นั้น อาจจะเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลา แต่การที่เราจะสร้างโอกาสให้กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อตามรอยนั้นไปยาก เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเรายังมีอนุสรณ์สถานท่านสุนทรภู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลายซึ่งท่านสุนทรภู่ก็เป็นบรมครูแห่งการสร้างสรรค์บทกวี และยังได้รับการยกย่องการ UNESCO ซึ่งจังหวัดเพชรบุรีเองก็ยังได้รับการประกาศจากองค์การ UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้มีโอกาสที่จะพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวประทับใจและเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (G2)

“สุนทรภู่เป็นบุคคลที่ได้รับการรางวัลจากองค์การ UNESCO และจังหวัดเพชรบุรีเองก็เป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารของ UNESCO การผลักดัน หรือการขับเคลื่อนเพื่อส่งเสริมหรือกระตุ้นให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่และสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวเพชรบุรีเพื่อมาชิมอาหารหลากหลายรสชาติ” (G3)

“รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย และมีงบประมาณในการจัดสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และรัฐบาลควรมุ่งเน้นให้ทำ Soft Power นำการพัฒนาสู่สากล ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ของจังหวัด และโอกาสของจังหวัดเพชรบุรีที่จะช่วยพัฒนาและส่งเสริมยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว คือ จังหวัดเพชรบุรีมีอนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่ ซึ่งท่านเองได้รับการยกย่องจากองค์การ UNESCO ให้เป็นบุคคลผู้มีผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรมระดับโลก จะสามารถนำประเด็นดังกล่าวมาเป็นแรงขับเคลื่อนทางการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่งด้วย” (G4)

4. อะไรคืออุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่เติบโตเท่าที่ควร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เฉพาะกลุ่มนั้นมีจำนวนน้อยมาหลากหลาย อีกทั้งยังขาดงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนของจังหวัด อีกทั้งในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยฯ นั้น ถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ หรือ การโฆษณา จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อตามรอยนั้น เข้าถึงนักท่องเที่ยวยากโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่น อีกทั้งผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นมีน้อยบางท่านอายุเยอะขึ้น ทำให้ยากต่อการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน และที่เป็นอุปสรรคใหญ่ที่สุดสำหรับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพราะสิ่งสำคัญในการพัฒนาดังกล่าว คือ งบประมาณ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเส้นทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นยังน้อยมากเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อีกทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์ต่าง ๆ นั้น ยังขาดงบประมาณในการสนับสนุนซึ่งก็เป็นอุปสรรคใหญ่มากสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (G1)

“อุปสรรคที่ทำให้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร อันดับแรกเลย คือ งบประมาณที่จะเข้ามาพัฒนา หรือปรับปรุงเพื่อผลักดันหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นมีน้อยมาก อาจจะต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์ หรือทำการโฆษณาค่อนข้างนานทำให้ยากต่อการพัฒนาและเป็นอุปสรรคระดับต้น ๆ ซึ่งทางจังหวัดเองควรจะริบหาแนวทางเพื่อทำการป้องกันและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด” (G2)

“ความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นอาจจะไม่ชอบบรรยากาศแบบนี้ เพราะอาจจะเกิดความน่าเบื่อ ไม่ทันสมัย ไม่ทันโลกในปัจจุบัน หน่วยงานที่รับผิดชอบไม่ให้ความสำคัญแบบบ่งชี้ หรือชี้ชัดเฉพาะด้าน ส่วนใหญ่มักทำในภาพรวม ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับงบประมาณและผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการโดยตรง เป็นต้น” (G3)

“อุปสรรคของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ นักท่องเที่ยวที่สนใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีอยู่จำนวนน้อยไม่หลากหลาย และยังขาดงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อตอบสนองต่อแผนงาน / โครงการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของจังหวัดเพชรบุรี” (G4)

ผลสรุป ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า จุดแข็งจังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะมีอายุมานานกว่าร้อยปี หรือพันปี แต่เพราะการอนุรักษ์ และห่วงแหนของคนในพื้นที่ และคนที่ชอบการท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ยังสมบูรณ์และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยว จุดอ่อน คือ มีผู้ดูแลรับผิดชอบและมีความรู้โดยตรงในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีน้อย ผู้ที่มีองค์ความรู้ในเรื่องนี้ก็อายุมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการพัฒนา และดูแลรักษาเท่าที่ควร โอกาส คือ ท่านสุนทรภู่เป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องจาก UNESCO และจังหวัดเพชรบุรีในปี 2564 ที่ผ่านมา ก็ได้รับการยกย่องจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร และหน่วยงานภาครัฐนั้นยังร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในทุกพื้นที่ ทุกจังหวัดในประเทศไทย พร้อมทั้งจะผลักดัน หรือขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรี และอุปสรรคที่สำคัญคือ งบประมาณในการดำเนินงานต่าง ๆ ที่ได้รับสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังน้อยมาก แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ตัวแทนจากหน่วยงานภาคเอกชน (P: Private Sector) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ประกอบด้วยผู้อำนวยการศาลาความวสันต์มณฑลเทศาภิบาล และเจ้าของบริษัทก้นตวัดันท์ กรูฟทัวร์ แอนด์แทรเวล จำกัด เจ้าของร้านแม่กิมไล้ เจ้าของสพายดีริสอร์ท เจ้าของพิพิธภัณฑสถานแม่ น้ำเพชร เจ้าของศูนย์เรียนรู้บ้านเพื่อนศิลป์ ดินไธเดีย ประธานหอการค้าจังหวัดเพชรบุรี เจ้าของร้านโคโคการ์เด็น ตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม รวมทั้งสิ้น 8 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรเป็นอย่างไร

1. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นยังไม่ได้เท่าที่ควร ควรจะมีการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ รับทราบ และอยากเดินทางเข้ามาสัมผัสถึงบรรยากาศการเดินทางตามรอย และที่สำคัญต้องมียงบประมาณเพื่อที่จะทำการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ลงบนสื่อโซเชียลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของจังหวัด Facebook, Instagram, TikTok, Twitter เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และบุคคลที่สนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ดีพอ แต่ว่าในทางจังหวัดเพชรบุรีควรจะมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร บอกเล่าเรื่องราว ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตที่บ่งบอกการใช้ชีวิตของคนเมืองเพชรตามที่ได้มีการประพันธ์ไว้ เพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติของท่านที่ไม่ใช่ประชาสัมพันธ์แค่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในปัจจุบันทางจังหวัดได้มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นทั้งในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เช่น การโฆษณาผ่านทั้ง Facebook, Website ของ

ทางจังหวัด เป็นผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P1)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในภาคส่วนของจังหวัดเพชรบุรี ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่เดิมนักท่องเที่ยวชื่นชอบการมาท่องเที่ยวตามวัดอยู่แล้ว ดังนั้นควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ออย่างจริงจังเพื่อเป็นการสนับสนุนทั้งในภาคส่วนของชุมชนภาครัฐ ภาคเอกชน ให้มีการพัฒนาเติบโตไปพร้อมกันโดยไม่ลืมที่จะบอกเล่าความสำคัญประวัติความเป็นมาที่น่ายกย่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ที่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวประชาชนทั่วไปอาจจะไม่ทราบถึงความสำคัญของท่าน ความเกี่ยวข้องของท่านว่าเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรีมากน้อยเพียงใด” (P2)

“ดีพอ แต่ควรมีการสนับสนุน ส่งเสริมในเรื่องการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่เดิมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีถูกให้ความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากอยู่แล้ว เพียงแต่ในภาคส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ค่อยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ไม่น่าสนใจเท่าที่ควรเป็นส่วนหนึ่ง ดังนั้นควรเพิ่มความน่าสนใจในการโฆษณาให้ทันสมัย และเข้าถึงง่ายเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ไม่น่าเบื่อเพิ่มความสนใจ แ่่นอนอยู่แล้วว่าชีวิตประวัติของกวีเอกสุนทรภู่ และกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และเป็นการให้ความสำคัญแก่กวีเอกสุนทรภู่” (P3)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ การประชาสัมพันธ์ของทางจังหวัดที่พบเห็นยังไม่ได้ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร นักท่องเที่ยว หรือแม้แต่เยาวชนส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงความสำคัญของท่านกวีนิพนธ์สุนทรภู่ ยังไม่ทราบว่านิราศเมืองเพชรเกี่ยวข้องกับจังหวัดเพชรบุรีมากน้อยเพียงใด อนุสรณ์สถานของท่านมีไว้เพื่ออะไร ดังนั้นควรที่จะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของทางจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P4)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในรูปแบบของสื่อโฆษณาแบบออนไลน์และออฟไลน์ เช่น โซเชียลมีเดียต่าง ๆ แพลตฟอร์มออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันทั้ง Facebook, Instagram, TikTok, ครอบคลุมไปถึงแผ่นพับ โปสเตอร์ คลิปวิดีโอแนะนำการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยกล่าวถึง

ประวัติความเป็นมาของท่าน ผลงานของท่าน เพื่อเป็นการยกย่องเชิดชูเกียรติของท่าน แต่ส่วนใหญ่มักจะมีเฉพาะในสถานศึกษาเป็นส่วนใหญ่” (P5)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ทางประชาสัมพันธ์ของทางจังหวัดไม่ได้ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร แต่ในปัจจุบันทางจังหวัดก็ได้มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยว และเยาวชนเริ่มให้ความสนใจน้อยลง รู้จักท่านสุนทรภู่จากการเรียนในห้องเรียน หนังสือเท่านั้น ไม่ได้มีความสนใจเจาะลึกในเนื้อหาของผลงานท่าน ที่บอกเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิต และชีวประวัติของท่านอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจในจังหวัดเพชรบุรีในปัจจุบันจะมองเพียงแค่มาท่องเที่ยวทะเล และเข้าวัดทำบุญกันเป็นส่วนมาก แทบไม่มีการแวะมาเข้าชมอนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่ และยิ่งส่วนน้อยที่จะเดินทางตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่” (P6)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เนื่องจากปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของท่านกวีเอกสุนทรภู่จะมีการประชาสัมพันธ์เฉพาะแค่บางช่วง ดังนั้นการท่องเที่ยวตามกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แทบจะไม่ได้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ได้รับการส่งเสริมมากนัก และนักท่องเที่ยวมักนิยมในการเดินทางมาเที่ยวทะเล วัด วัง โดยเฉพาะเยาวชน ประชาชนทั่วไปทราบแค่เพียงอนุสรณ์สถานของท่านแต่ไม่ทราบประวัติความเป็นมา ผลงานที่ทรงคุณค่าโดยเฉพาะนิราศเมืองเพชร” (P7)

“ดีพอ เพียงแต่เป็นการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเพชรบุรีในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเดิมนั้นดีอยู่แล้วในส่วนของวัดวาอาราม วัง แต่ควรเพิ่มเติมในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบออนไลน์เพิ่มขึ้น เนื่องจากหากไม่ใช้ในช่วงวันสุนทรภู่ก็แทบไม่มีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชมการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไป” (P8)

2. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการขาย ของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการขายของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่ดีพอ ควรพัฒนาในเรื่องของการขายของแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ควบคู่กันไป อีกทั้งการขายในสมัยนี้จะต้องมีผู้ที่เชี่ยวชาญในเรื่องของเส้นทางและความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ซึ่งจะทำให้การขายนั้นสมบูรณ์และน่าเชื่อถือได้มากขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังดีไม่พอ ควรพัฒนาในเรื่องการขายแบบออนไลน์ของบริษัททัวร์ เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และควบคู่ไปกับการขายแบบออฟไลน์เพื่อเป็นการส่งเสริมทั้งในภาคของชุมชน และภาคการท่องเที่ยวอีกทั้งยังเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกใช้บริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่จะบอกถึงความสำคัญ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตตามรอยนิราศเมืองเพชร และผลงานต่าง ๆ ที่เป็นผลงานทรงคุณค่าของท่าน” (P1)

“ยังดีไม่พอ ควรพัฒนาในเรื่องของการขายออนไลน์ของบริษัททัวร์ เพื่อให้กลุ่มของนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย อีกส่วนเป็นการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงประวัติความเป็นมา ความสำคัญของอนุสรณ์สถานของท่าน ผลงานและท่องเที่ยวตามรอยของนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ซึ่งหากต้องการที่จะขายในด้านนี้ควรที่จะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านโดยตรง ทั้งในเรื่องประวัติความเป็นมา ความสำคัญของอนุสรณ์สถานของท่าน ผลงาน และจัดกิจกรรมร่วมท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชรที่มีการแต่งกายตามรอยบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (P2)

“ยังดีไม่พอ เพราะยังไม่มีการขายแบบออนไลน์ และออฟไลน์อีกทั้งในด้านการขายยังไม่มีประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงรายละเอียดของกิจกรรมในการท่องเที่ยวอย่างเจาะจงว่าเป็นในเรื่องของการตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกท่านสุนทรภู่ นักท่องเที่ยวส่วนมากจึงให้ความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวแหวะเลมากกว่า ดังนั้นหากส่งเสริมด้านการขายในรูปแบบออนไลน์ของบริษัททัวร์ให้เป็นที่ยอมรับ และประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจก็จะ

ช่วยในการให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความเป็นมาของท่านกวีเอก ความสำคัญ ผลงานที่มีคุณค่า วิถีชีวิตของชาวเมืองเพชรตามรอยนิราศเมืองเพชรได้” (P3)

“ยังดีไม่พอ ในเรื่องของศักยภาพด้านการขายโดยเฉพาะในเรื่องของยุทธศาสตร์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ในทางจังหวัดไม่ได้ทำการขายอย่างเฉพาะเจาะจง ทั้งในรูปแบบของ ออนไลน์ที่เป็นในส่วนภาคธุรกิจของบริษัททัวร์ หรือผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และรูปแบบ ออฟไลน์ ที่เป็นการขายตรงจากชุมชนที่ขายโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเอง ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ส่วนใหญ่จะเป็นการขายการท่องเที่ยวทั่วไปไม่ได้ เฉพาะเจาะจงของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เป็นผล เนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ดีพอ” (P4)

“ควรพัฒนาในด้านการขายแบบออนไลน์มากขึ้น โดยทั่วไปทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะเน้นในการท่องเที่ยวทั่วไปไม่ได้มีการเน้นการขายในส่วนของท่าน ไม่ได้แยกการท่องเที่ยว ตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านกวีเอกสุนทรภู่ เนื่องจากในบทประพันธ์ของท่านมีการ กล่าวถึงเส้นทางที่ท่านเดินทางเริ่มจากบางตะบูน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จนถึงที่สุด ที่ท่านวัดพลับพลาชัย อำเภอมะปรางค์บุรี ซึ่งเป็นที่ตั้งของอนุสรณ์สถานของสุนทรภู่บริเวณ ลานหน้าวัดพลับพลาชัย” (P5)

“ควรพัฒนาในการขายในรูปแบบออฟไลน์เพื่อเป็นการส่งเสริมชุมชนให้มีการขายทัวร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ เนื่องจากเป็นการส่งเสริมบุคลากรในชุมชนที่มีความรู้ อีกทั้งยังเป็นส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้รับทั้งข่าวสาร ความรู้ในเรื่องที่สำคัญต่าง ๆ ของกวี เอกของท่านสุนทรภู่และได้รับความรู้เกี่ยวกับนิราศเมืองเพชรผ่านการท่องเที่ยวตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (P6)

“ควรพัฒนาศักยภาพด้านการขายของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทั้ง 2 รูปแบบ คือทั้งในรูปแบบออนไลน์และรูปแบบออฟไลน์ ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เริ่มมี การให้ความสำคัญในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเริ่มมีการพัฒนาในเรื่องทางเลือกของ การขายเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ” (P7)

“ยังดีไม่พอ ควรพัฒนาในเรื่องของการขายทัวร์รูปแบบทั้งออนไลน์ และรูปแบบ ออฟไลน์ โดยเป็นการขายที่เน้นในเรื่องของการเดินทางตามรอยของท่านกวีเอกสุนทรภู่ที่บอก เล่าเรื่องราวในการเดินทางผ่านที่ต่าง ๆ และจุดแวะพักให้ชัดเจน” (P8)

3. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นยังไม่ดีพอ เพราะส่วนใหญ่เราจะทำการตลาดแบบออฟไลน์มากกว่าออนไลน์ แต่ในโลกปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อทุกคน เพราะทุกคนใช้สื่อออนไลน์ในการหาข้อมูล ควรจะทำการตลาดทางตรงโดยการจำลองเส้นทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว แต่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน หรือนักวิชาการที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังดีไม่พอ ในด้านศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรพัฒนาในรูปแบบการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นตัวเลือกแรก ๆ ที่นักท่องเที่ยวเข้ามาชมไม่ว่าจะในด้านการขายทัวร์ ดังนั้นการที่ทำการตลาดให้ดีขึ้นจะเป็นโอกาสในการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ซึ่งการท่องเที่ยวในบทรนิราศเมืองเพชรไม่ใช่เรื่องที่เป็นไปไม่ได้ หรือเรื่องยากเนื่องจาก สถานที่ท่องเที่ยวในบทรนิราศนั้นมีหลายแห่ง แต่ก็ต้องอาศัยความร่วมมือจากทางภาครัฐ และชุมชน ในการให้ความร่วมมือเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรกวีเอกท่านสุนทรภู่” (P1)

“ยังดีไม่พอ ควรพัฒนาในเรื่องของการทำการตลาดออนไลน์ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญบนแพลตฟอร์ม หรือโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้งใน Facebook, Instagram, Twitter, TikTok หรือบน Website ของทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นการช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เป็นที่สนใจให้กับนักท่องเที่ยว หรือเยาวชนที่มีความสนใจมากขึ้น” (P2)

“ยังไม่ได้พอ ควรที่จะพัฒนาในรูปแบบออนไลน์ โดยพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น และในส่วนของการออนไลน์ควรที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาการตลาดอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยว เยาวชน หรือประชาชนทั่วไปจะเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ได้ผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดียได้มาก แต่ในส่วนของการตลาดที่เป็นแบบออนไลน์ก็มีผลในให้นักท่องเที่ยวสนใจด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P3)

“ควรที่จะมีการพัฒนาในเรื่องของการทำการตลาดออนไลน์ ควรจะมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างมาก โดยเฉพาะการเจาะจงในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เนื่องจากการทำการตลาดออนไลน์เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา ดังนั้นการทำการตลาดออนไลน์มีผลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P4)

“ควรมีการพัฒนาในด้านการตลาดออนไลน์และการตลาดออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงก็ยังไม่ดีพอ โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เนื่องจากการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว เยาวชน หรือประชาชนทั่วไปจะสามารถเข้าถึงได้ผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้ง่าย แต่การที่พัฒนาการตลาดแบบออฟไลน์ก็เป็นสิ่งที่ควรปรับปรุงและพัฒนาไปพร้อมกัน” (P5)

“ควรมีการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันไม่ว่าจะทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐ เอกชน หรือภาคชุมชนเองก็ตามควรที่จะพัฒนาศักยภาพทางด้านการตลาดอย่างมาก โดยเฉพาะการเจาะจงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อเป็นการให้นิราศที่ท่านสุนทรภู่ได้ประพันธ์ยังคงอยู่ต่อไป เพราะต้องยอมรับว่าปัจจุบันการอ่านบทกวีนิพนธ์ต่าง ๆ ไม่ได้เป็นที่นิยมมากนัก ซึ่งการทำการตลาดเป็นตัวเลือกที่จะสามารถส่งเสริมให้กับการตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่กลับมาเป็นที่นิยมได้” (P6)

“ควรจะมีการพัฒนาการตลาดออนไลน์ให้ดีขึ้น ต้องยอมรับว่าในปัจจุบันการเข้าถึงทุกสิ่งทุกอย่างต้องผ่านทำสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ดังนั้นการที่จะสามารถส่งเสริมด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ต้องมีการตลาดที่น่าสนใจ นำเสนอสิ่งที่

ต้องการถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้ก็ต้องรวมถึงการทำการตลาดแบบออนไลน์ด้วย” (P7)

“ควรที่จะมีการพัฒนาส่งเสริมการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้น รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ที่ต้องพัฒนาให้เทียบเท่าการตลาดไม่ว่าจะบนโลกออนไลน์ หรือออฟไลน์ ทุกอย่างมีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งยังควรที่จะมีการเจาะจงกลุ่มเฉพาะ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการตามรอยนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P8)

4. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังสามารถพัฒนาหรือเพิ่มเติมได้ทั้งในส่วนของการต่อยอดทางด้านตลาด อาจจะมีการทำการตลาดในการจัดกิจกรรมการแต่งกายชุดไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรในโอกาสวันสำคัญต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและอยากเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรพัฒนาในส่วนของการจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่าง ๆ ของท่านกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น จึงรวมไปถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และการต่อยอดทางด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมโดยอาจเป็นกิจกรรมเช่นการแต่งกายตามรอยนิราศเมืองเพชรเหมือนในละครที่มีการนิยมในปัจจุบัน ก็เป็นอีกหนึ่งในกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P1)

“ยังดีไม่พอ จึงควรเพิ่มกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดโดยเป็นกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจง มุ่งเน้นไปที่การตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมในโอกาสพิเศษ วันสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่านสุนทรภู่เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น” (P2)

“ดีพอแล้ว เพียงแต่ควรพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น” (P3)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ซึ่งทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้มีการจัดกิจกรรมที่ชัดเจน และการทำการตลาดในด้านนี้โดยเฉพาะ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนมาก นักท่องเที่ยวมักจะไม่นิยมและหันไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากกว่า” (P4)

“ควรพัฒนาการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ ควรที่จะทำการต่อยอดการตลาดให้ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทั้งการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามา ซึ่งที่กล่าวมานั้นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อให้กิจกรรมพิเศษสามารถดำเนินการได้ โดยการทำการต่อยอดทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้นกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยเฉพาะจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าทำความรู้จักอย่างลึกซึ้งของท่านสุนทรภู่” (P5)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และในส่วนของการต่อยอดทางการตลาดเพื่อจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางหน่วยงานเองยังไม่ได้จัดกิจกรรมนี้เพื่อการต่อยอดทางการตลาดอย่างชัดเจน ดังนั้นความร่วมมือของทุกภาคส่วนจึงมีความสำคัญในการจัดกิจกรรมพิเศษของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P6)

“ยังไม่ดีพอ ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษในด้านของกวีเอกสุนทรภู่ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่จริงจังในเรื่องในเรื่องนี้ เนื่องจากการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในภาคชุมชน ภาครัฐ และส่วนภาคเอกชนด้วย” (P7)

“ดีพอแล้ว แต่ควรเพิ่มเติมในส่วนของการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพิ่มเข้ามา อาจเป็นกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจงเช่น การเดินตามรอยนิพนธ์นิราศเมืองเพชร โดยมีการจัดแต่งกายย้อนยุคสมัยให้เข้ากับงาน ทั้งนี้ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนจึงจะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (P8)

5. จังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้หรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้ ถ้าได้รับงบประมาณสนับสนุนที่เพียงพอ มีการทำการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ทุกช่องทาง และควรมีการผลักดันเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญและโดดเด่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสนใจและเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ จนกลายเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวไม่จากการท่องเที่ยวในเมืองใหญ่ในจังหวัดอื่น ๆ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“เป็นได้ เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเริ่มเป็นที่นิยมตามกระแสสื่อโซเชียล ยิ่งในปัจจุบันมีการถ่ายละครย้อนยุคเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวก็นิยมอยากมาท่องเที่ยวมากขึ้น” (P1)

“เป็นได้ ควรพัฒนาในเรื่องของการโฆษณาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และการเพิ่มความรู้จักกับประชาชน หรือในชุมชนให้มากขึ้น หากมองในระยะยาวการท่องเที่ยวจะเป็นที่นิยมได้ ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน” (P2)

“ได้ ในปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรีก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมมากอยู่แล้ว ดังนั้นการผลักดันให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรจึงเป็นเรื่องที่สามารถเป็นไปได้ แต่ก็ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกส่วนทั้งในภาครัฐ เอกชน และในภาคชุมชนด้วย” (P3)

“เป็นได้ เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญ หรือเป็นที่รู้จักจากสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอโดยเฉพาะสถานที่ที่มีเรื่องราว ความเป็นมาในจุดนี้ถือว่าเป็นจุดสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญก็จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษ” (P4)

“เป็นได้ ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรถือว่าเป็นการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากเนื่องจากการท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าค้นหา ยิ่งตามนิราศเมืองเพชรที่มีการกล่าวถึงสถานที่ต่าง ๆ มากมายยังเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ” (P5)

“เป็นได้ ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของท่านกวีเอกสุนทรภู่เป็นการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมาก ยิ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มหันมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ตามวัด โบราณสถาน ตามรอยหนังสือที่อ่านในปัจจุบันอีกทั้งในนิราศที่ท่านสุนทรภู่ยังมีการกล่าวถึงสถานที่ จุดแวะพักต่าง ๆ ที่สวยงาม จุดนี้ก็เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวหันมาให้ความนิยม” (P6)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการตลาด และการโฆษณา ต้องบอกว่าในปัจจุบันการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะรับรู้ผ่านทางสื่อโซเชียลที่น่าสนใจ ดังนั้นการที่จะเป็นที่น่าสนใจได้ควรที่จะต้องพัฒนาในเรื่องนี้อย่างจริงจัง เจาะจงมากขึ้น” (P7)

“เป็นได้ หากพูดถึงการท่องเที่ยวเดิมก็เป็นที่น่าสนใจมากอยู่แล้ว ดังนั้นการท่องเที่ยวตามรอยท่านสุนทรภู่ก็สามารถเป็นที่น่าสนใจได้ แต่ต้องมีการผลักดันในเรื่องนี้ทั้งในส่วนของการให้ความรู้ สร้างความน่าสนใจ จัดกิจกรรมที่ประชาชนสามารถร่วมสนุกได้ และการได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย” (P8)

6. ท่านคิดว่าจังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อะไรที่น่าสนใจในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่งที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่จะนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีไม่ว่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จนถึงตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เช่น วัดคู้งต่ำหนัก วัดเขาตะเครา วัดเขานันไดอิฐ วัดมหาธาตุวรวิหาร อนุสรณ์สถานท่านสุนทรภู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลายชัย ถ้ำเขาหลวง วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“สถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่ยังคงอยู่ ก็เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ได้จริง และสามารถส่งเสริมการพัฒนาตามแหล่งชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มรายได้ให้ชุมชนอีกด้วย” (P1)

“มีมากมาย โดยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรก็จะขาดไม่ได้คือวัดพลับพลายชัย เมืองเพชรบุรี ซึ่งมีอนุสาวรีย์ท่านสุนทรภู่ตั้งอยู่ และเคยเป็นเมืองท่าจอดเรือของท่านในอดีตโดยมี ครูเจี๊ยะ เป็นมัคคุเทศก์อิสระคอยให้ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ” (P2)

“ความน่าสนใจในการนำเสนอ สามารถที่จะหยิบยกเรื่องราวในบทนิราศมาเป็นจุดขายได้ทุกขั้นตอน เช่น ถ้าจัน ในถ้าเขาหลวง มีเรื่องราว สถานที่ในประวัติศาสตร์เพิ่มเติมได้อีกด้วย หรือสามารถที่จะย่อเนร่อยตามการเดินทางของท่านสุนทรภู่เลยก็ได้” (P3)

“สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัด โบราณสถานต่างๆ เช่น วัดพระนอน วัดมหาธาตุ วัดพลับพลาย ก็เป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวสามารถตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ได้” (P4)

“สถานที่ท่องเที่ยวเช่นวัด อาทิวัดเขาตะเครา หรือการล่องตามแม่น้ำเมืองเพชร ซึ่งก็เป็นอีกการท่องเที่ยวที่ในอดีต ได้มีการกล่าวถึงว่าเป็นเส้นทางที่ท่านสุนทรภู่ในการเดินทางมาขึ้นที่ท่าน้ำหน้าวัดพลับพลาย” (P5)

“สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ที่บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ หรือสามารถนำเสนอวัฒนธรรมในการใช้ชีวิตของคนในอดีตผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ก็สามารถที่จะนำเสนอได้เช่นกัน” (P6)

“ท่าน้ำเพชรบุรี เพราะท่านสุนทรภู่ได้ลงจากเรือและมาขึ้นที่ท่าน้ำเพชรบุรี ณ บริเวณวัดพลับพลาย ซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่สมเหตุสมผลกับการแนะนำมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” (P7)

“สามารถนำเสนอได้หลายอย่างเช่นสถานที่สำคัญ ๆ วัดวาอาราม อาหารประจำถิ่น วิถีชีวิตของคนในชุมชน หรือสามารถนำเสนอได้แม้กระทั่งประวัติถิ่นอาศัยเดิมของท่าน” (P8)

7. จังหวัดเพชรบุรีมีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรียังมีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่มากพอ ยังขาดสื่อในการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำการตลาดไม่ตรงจุด อีกทั้งยังไม่มีกิจกรรมที่เน้นถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นยังไม่ทราบถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวตามรอยจริง ๆ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ละเอียดพอ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ ควรชี้แจงรายละเอียดทางประวัติศาสตร์ให้ลึกซึ้งในแต่ละสถานที่ ให้สอดคล้องกับร่องรอยกับบทกวีในนิราศนั้น ๆ” (P1)

“ในตอนนี้ยังไม่มากพอ เนื่องจากควรที่จะมีการส่งเสริมการตลาดไปพร้อม ๆ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงตามรอบนิพนธ์นิราศเมืองเพชรหรือตามวรรณคดีไทย” (P2)

“ยังไม่มากพอ ส่วนมากเป็นการทำการตลาดที่ส่งเสริมเฉพาะจุดสำคัญ และเน้นฐานหลักที่ชัดเจนตามโบราณสถาน และวัดวาอาราม” (P3)

“ไม่มากพอ เนื่องจากส่วนใหญ่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือการเข้าชมต่าง ๆ มักใช้ชื่อท่านสุนทรภู่อ้างในการจัดกิจกรรม” (P4)

“ยังไม่ดีพอ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์” (P5)

“ยังไม่ดีพอ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เรื่องราวในอดีตของท่านสุนทรภู่กับวัดเขาตระเครา หรือในเรื่องของการทำการตลาดให้เป็นที่รู้จัก” (P6)

“ในส่วนของการทำการตลาด ท่องว่ายังไม่มีการทำการตลาด เนื่องจากยังไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม” (P7)

“ไม่มากพอ เพราะส่วนใหญ่จะมีการจัดแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แค่ว่าจุดสำคัญที่ประชาชน นักท่องเที่ยวชอบมาเที่ยว ไม่มีการเน้นในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสุนทรภู่โดยตรง” (P8)

8. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีส่วนในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรมีการแก้ไขอะไรบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า คนในจังหวัดมีส่วนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่มากพอ เพราะคนในจังหวัดบางคนไม่มีความรู้เรื่องวิชาการเกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และในการจัดกิจกรรมรำลึกถึงสุนทรภู่ อีกทั้งควรจะต้องมีการเพิ่มหลักสูตรในการเรียน การสอนให้กับนักเรียน นักศึกษาเพื่อให้เป็นอาสาสมัครในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เพราะนักเรียน นักศึกษาก็คือเป็นส่วนหนึ่งของคนในจังหวัดเช่นกัน

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ในภาพรวมถือว่าทำได้ดี แต่หากเพิ่มไปในหลักสูตรการเรียน การสอนในระดับจังหวัดของระดับประถม หรือมัธยมจะช่วยให้การส่งเสริมจิตอาสาในการพัฒนาท้องถิ่น” (P1)

“ยังไม่มากพอ คนในจังหวัดเพชรบุรีมีการให้ความร่วมมือกันน้อยไม่ว่าจะในภาคส่วนของรัฐ เอกชน หรือชุมชนก็ตาม” (P2)

“ควรที่จะได้รับความสนับสนุนจากทางภาครัฐบาล ควรที่จะส่งเสริมช่วยแก้ไขปัญห ไปด้วยกันอย่างจริงจังในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง” (P3)

“ยัง ควรมีการแก้ไข คือการจำลองการมีภาพประกอบนิราศเมืองเพชร ในส่วนที่ท่าน สุนทรภู่ได้เดินทางมาถึงวัดเขาตะเครา และคลองบางหอยให้นักท่องเที่ยว หรือประชาชนที่เ ให้ความสนใจในเรื่องนี้ได้ทำการศึกษา” (P4)

“ยังไม่มากพอ ควรมีหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่มีความรู้ช่วยให้ความรู้เรื่องเกี่ยวกับ นิราศเมืองเพชรให้มากกว่านี้ เพราะการเล่าเรื่องและสอดคล้องไปกับการท่องเที่ยวตามรอย วรรณคดีจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจกับเนื้อหาของนิราศและอยากเข้ามา เที่ยวจังหวัดเพชรบุรีเพื่อชมสถานที่จริง” (P5)

“การมีส่วนร่วมเป็นในเรื่องของการจัดกิจกรรมรำลึกถึงสุนทรภู้อยังไม่มีการนำมา บริหารจัดการในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หลายฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และรวมถดงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดความเข้าใจ” (P6)

“ยังมีน้อยมาก ทั้งเนื้อหาของนิราศบางตอน เพียงหยิบยกนำมาแค่ตัวอย่างสอดแทรก เป็นข้อมูลองค์ประกอบ แต่ยังไม่ได้เจาะลึกอย่างเจาะจง ควรจัดให้มีการเก็บข้อมูล และนำมา เสนอากัน” (P7)

“ยังมีน้อยมาก ทั้งในภาคส่วนของความรู้ หรือความเข้าใจอย่างถ่องแท้ จึงควรมีการ ปลุกจิตสำนึกของคนในชุมชนให้เพิ่มมากขึ้นและจัดกิจกรรมเรื่อย ๆ เพื่อเป็นการใช้เวลาร่วม กิจกรรมด้วยกัน เพื่อให้สามารถพูดคุยในเรื่องของท่าน” (P8)

9. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรต้องดำเนินการ อย่งไรเพื่อเพิ่มความรู้ให้ชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรายกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่มากพอควรมี การจัดอบรม หรือให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย ดังกล่าว หรือคอยมีการทำการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้มากพอสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ไม่ว่าจะเป็นสื่อแบบออนไลน์ หรือออฟไลน์

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“บางคน เมื่อพูดถึงเพชรบุรีแล้วทราบถึงแต่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทะเล แต่ไม่ทราบใน ประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ จึงมีความคิดให้เพิ่มเติมในหลักสูตรการเรียบการสอนของ นักเรียน” (P1)

“ยังมามากพอ เพราะว่าสถานที่ตามรอยกวีนิพนธ์มีความรู้แบบผิวเผิน ไม่ชัดเจน ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน” (P2)

“ควรที่จะได้รับคำแนะนำเพิ่มมากขึ้นจากทางผู้ที่ความรู้เกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ของท่านโดยที่ทางทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือ” (P3)

“ยังน้อยอยู่ มองว่าขาดในเรื่องของการทำการตลาด สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ที่ไม่ได้มีการสนับสนุนเท่าที่ควร” (P4)

“มี แต่ยังไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นที่รู้จักในวง กว้าง เมืองเพชรบุรีถือว่าเป็นเมืองที่มีทั้งความรู้ ประวัติศาสตร์หลายอย่างที่น่าสนใจ ควรเพิ่ม การจัดการกระจายข้อมูล การประชาสัมพันธ์” (P5)

“บางคนโดยสามารถเรียกได้ว่า แค่บางกลุ่ม หรือกลุ่มเฉพาะ และเป็นที่สนใจของครู ภาษาไทย เป็นการรับรู้ในทางวรรณคดีที่จะนำไปสู่โลกจริงที่กำลังจะท่องเที่ยว” (P6)

“ยังไม่มากพอ เพราะคนในจังหวัดไม่ได้ทราบถึงรายละเอียดหรือมีความรู้ในเรื่องของ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มาก พอที่จะให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวอย่างละเอียด ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาช่วยในการจัด อบรมให้ความรู้ในเบื้องต้นเพื่อให้คนในจังหวัดได้รับรู้ถึงความสำคัญของทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวนั้น ๆ” (P7)

“มีข้อมูลมากเพียงพอแล้ว แต่การเจาะลุดลงยังมามากพอ ด้วยพาหนะที่พาไปด้วย คือ เรือ อ้างอิงจากการไหลของน้ำจริง และก็คุยต่อเรื่องสำคัญ” (P8)

ผลสรุป ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดแบบ บูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ นั้นยังไม่ได้ดีเท่าที่ควร ควรจะมีการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เส้นทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ รับทราบ และอยากเดินทางเข้ามาสัมผัสถึง บรรยากาศการเดินทางตามรอย และที่สำคัญต้องมีงบประมาณเพื่อที่จะทำการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ลงบนสื่อโซเชียลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของจังหวัด Facebook, Instagram, TikTok, Twitter เป็นต้น เพื่อให้ให้ถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างชาติ และบุคคลที่สนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชร

**คำถามข้อที่ 2 ด้านการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของ
ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีอะไรบ้าง**

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีดีพอแล้วหรือยัง ต้องเพิ่มเติมอะไรหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรี ควรจะต้องพัฒนาหรือเพิ่มเติมในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบออนไลน์ การอบรมให้ความรู้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น และในเรื่องของการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นสะดวกสบายดี รถยนต์สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ หรือสามารถใช้บริการรถสาธารณะของจังหวัดได้

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ท่านกวีเอกเดินทางมาถึงทางเรือ หรือทางน้ำจึงควรเน้นเรื่องขององค์ความรู้ทางเรือ และเพิ่มเติมเป็นภาพประกอบในการเดินทางของเส้นทางน้ำ” (P1)

“มีสถานที่ที่ดีแล้ว แต่การเดินทางควรที่จะเพิ่มการโดยสารทางเรือ เพื่อให้สอดคล้องกับบทกวีที่ท่านสุนทรภู่ได้พรรณนาเอาไว้” (P2)

“มองว่าควรมีการปรับปรุงช่วยเหลือเพิ่มเติมจากทางภาครัฐและในส่วนของภาคชุมชนเองด้วยก็ตาม เนื่องจากการเข้าถึงจากการโฆษณา ก็เป็นการเข้าถึงหนึ่งที่ได้รับความสะดวกอย่างมากโดยเฉพาะบนโลกออนไลน์” (P3)

“ดีพอประมาณควรเพิ่มเติมแหล่งให้ศึกษาความรู้เกี่ยวกับประวัติของท่านกวีเอกสุนทรภู่” (P4)

“การเดินทางท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชร เป็นไปตามสภาพท้องถิ่นสถานที่ และเรื่องราวตามในบทประพันธ์นิราศเมืองเพชรปรากฏชัดเจนแต่ขาดการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ที่เป็นเชิงประจักษ์” (P5)

“อยากให้เพิ่มเติมช่องทางในการเข้าชมประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสุนทรภู่ และความสัมพันธ์ของสุนทรภู่ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดเพชรบุรี” (P6)

“โดยรวมถือว่าการเข้าถึงมีความสะดวกมีความพร้อมทั้งด้านการคมนาคมและด้านสาธารณูปโภคครบถ้วน” (P7)

“ควรมีการปรับปรุงช่วยเหลือเพิ่มเติมเนื่องจากการเข้าถึงจากการโฆษณา ก็เป็นการเข้าถึงหนึ่งที่ได้รับความสะดวกอย่างมากโดยเฉพาะบนโลกออนไลน์” (P8)

2. สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ที่ประทับใจได้หรือไม่ ต้องมีการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ที่ประทับใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว และควรที่จะเพิ่มเติมในส่วนของการรองรับนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล ของที่ระลึก หรือกิจกรรมบริเวณหน้าลานอนุสรณ์สถานสุนทรภู่ หรืออาจจะมีการที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกับชุมชนได้ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“เรียงเรียงสถานที่สำคัญ ๆ ให้ดี เพราะทุกที่มีข้อมูลประวัติความเป็นมา ข้อมูลประวัติศาสตร์ที่ชัดเจนจึงเป็นเหตุผลที่เราสามารถหยิบยกจุดต่าง ๆ ขึ้นมาเล่นในการนำเสนอเส้นทางการเดินทางของท่านตามรอยนิราศเมืองเพชร” (P1)

“ควรพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของที่รองรับ ที่พักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะขายเป็นทัวร์ ทางนั้นจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการเข้าพักที่อยู่ในละแวกเดียวกันแต่ด้วยสภาพพื้นที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้จึงควรมีการพัฒนาในเรื่องของการรองรับนักท่องเที่ยวให้มาเข้าพักใกล้ ๆ สถานที่ท่องเที่ยว” (P2)

“ควรมีการพัฒนาเพิ่มขึ้น เช่น ของที่ระลึกจากชุมชนต่าง ๆ เมื่อได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับนักท่องเที่ยวและควรได้รับการปรับปรุงให้เข้ากับยุคและสมัย” (P3)

“ควรเพิ่มเติมมากขึ้น โดยในพื้นที่ควรจัดกิจกรรมในบริเวณลาน ลานสุนทรภู่บริเวณวัดพลับพลาชัย มีส่วนดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (P4)

“จังหวัดเพชรบุรีมีทรัพยากรที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจแต่ทรัพยากรดังกล่าวเหมือนเพชรที่ไม่ได้เจียระไนขาดการปรุงแต่งตกแต่งให้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและขาดคนเล่าเรื่อง” (P5)

“ต้องการพัฒนาพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวชมได้และมีกิจกรรมรองรับให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินเป็นหลักการท่องเที่ยว” (P6)

“ในภาพรวมถือว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมการพัฒนาที่ต้องการคือการอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไปและการปลูกฝังจิตสำนึกให้แก่เยาวชนในท้องถิ่น” (P7)

“ควรพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของที่รองรับ ที่พักของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการเข้าพักที่อยู่ในละแวกเดียวกันแต่ด้วยสภาพพื้นที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้จึงควรมีการพัฒนาในเรื่องของการรองรับนักท่องเที่ยว” (P8)

3. กิจกรรม (Activities) ขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีการทำกิจกรรมหรือไม่ และควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไข หรือเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีที่สามารถทำได้ คือ การจัดกิจกรรมการแต่งกลอนเพื่อเทิดทูนท่านสุนทรภู่ การสาธิตการทำอาหารที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวถึง การจัดกิจกรรมล่องเรือตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรบริเวณใกล้ ๆ หรือการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่กล่าวถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรจัดกิจกรรมที่มีการประกวด ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกลอน เพื่อเทิดทูนท่าน หรือสาธิตการทำอาหารที่ท่านได้กล่าวถึง หรือศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่โดดเด่นที่ท่านได้มีการกล่าวถึงในบทประพันธ์” (P1)

“มีการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวและควรที่จะส่งเสริมกิจกรรมดังต่อไปนี้ เช่น การปิดทอง การเข้าชมโบราณมาตรฐานโบราณวัตถุต่าง ๆ ตามเส้นทางที่ได้มีการประพันธ์ถึงในนิราศเมืองเพชร หรือแม้กระทั่งการแต่งกลอนจัดประกวดต่าง ๆ” (P2)

“ควรมีอย่างมาก เช่น การจัดการทัศนศึกษาให้นักเรียนนักศึกษาหรือเยาวชนที่สนใจในกิจกรรมของท่านในกิจกรรมของท่านสุนทรภู่โดยการนำจากมัคคุเทศก์ที่มีความรู้” (P3)

“ควรจัดกิจกรรมเพิ่มเติม อาทิเช่น การจัดกิจกรรม ณ ลานสุนทรภู่บริเวณวัดพลับพลาย มีส่วนดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (P4)

“ควรเพิ่มเติมในการบริหารการจัดการโดยจัดกิจกรรมเน้นความสำคัญของสุนทรภู่ในเชิงวิชาการไม่ใช่ว่าตลาด” (P5)

“กิจกรรมที่อยากให้มี คือ การล่องเรือตามรอยสุนทรภู่” (P6)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการเข้าชมโบราณสถานต่าง ๆ การสาธิต การจัดแสดงละครที่บอกเล่าเรื่องราวของท่านกวีเอกสุนทรภู่ หรือการจัดการประกวดต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง” (P7)

“ควรมีอย่างมากเช่นการจัดการทัศนศึกษาให้นักเรียนนักศึกษาหรือเยาวชนที่สนใจในกิจกรรมของท่านในกิจกรรมของท่านสุนทรภู่” (P8)

4. ที่พัก (Accommodation) จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักทั้งด้านประเภทและด้านราคาที่หลากหลายเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่พักต่างกันหรือไม่ ต้องการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ทางจังหวัดเองควรมีการพัฒนาที่พักที่อยู่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำเนื่องจากบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ท่านได้เดินทางมาทางเรือ เราก็ควรจะต้องพัฒนาเส้นทางทางท่องเที่ยวทางเรือ หรือทางน้ำ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรพัฒนาที่พักที่อยู่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำ เนื่องจากท่านกวีเอกสุนทรภู่มิการเดินทางทางเหนือและควรเน้นองค์ประกอบความรู้ด้านเรือและเพิ่มเติมภาพประกอบเส้นทางเดินทางน้ำ” (P1)

“ควรพัฒนาที่พักใกล้ริมฝั่งน้ำ นอกจากที่พักที่ได้กล่าวถึงมีการพัฒนาที่ไม่มากพอหากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวคณะใหญ่ก็ไม่สามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ส่งผลเสียต่อทั้งรายได้ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (P2)

“ไม่เพียงพอและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของสถานที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะสถานที่ที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่นที่พักใกล้ริมฝั่งแม่น้ำ เนื่องจากการประพันธ์บทนิราศเมืองเพชรนั้นเป็นการกล่าวถึงการเดินทางของท่านสุนทรภู่และเป็นการกล่าวถึงการเดินทางที่มีจุดแวะพักต่าง ๆ มากมายดังนั้นควรปรับปรุงพัฒนาในส่วนของที่พักใกล้ริมแม่น้ำเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกกล่าวถึงในบทนิราศ” (P3)

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีที่เรามีที่พักเพียงพออยู่แล้วในทุกระดับ” (P4)

“ที่พักของนักท่องเที่ยวในตัวจังหวัดมีแต่นักท่องเที่ยวนิยมไปพักค้างแรมที่ต่างจังหวัดต่างอำเภอมากกว่า เช่น หาดเจ้าสำราญ ชะอำ หัวหิน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างไม่เป็นที่ยอมรับ” (P5)

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีอาจมีน้อยแต่อยู่ต่างพื้นที่การแต่เป็นที่พักที่มีบรรยากาศสวยงามและเหมาะแก่การพักผ่อน” (P6)

“ไม่เพียงพอและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของสถานที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะสถานที่ที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว” (P7)

“ควรพัฒนาที่พักใกล้ริมฝั่งน้ำ เนื่องจากที่พักที่ได้กล่าวถึงมีการพัฒนาที่ไม่มากพอ หากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวระยะใหญ่ก็ไม่สามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยว” (P8)

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายหรือไม่ เพียงใด

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรีที่จะทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีความสะดวกสบายและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ในบางจุดรถยนต์ยังเข้าไม่ถึง อาจจะต้องมีการเดินเท้าเพื่อเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งยังขาดงบประมาณในส่วนนี้เข้ามาสนับสนุนจึงต้องของบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดำเนินการและสนับสนุนในเรื่องนี้

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยจะมีเป็นรถเล้ง รถนำเที่ยว ที่เป็นในภาคส่วนของชุมชน และเอกชนเพียงแต่ขาดในส่วนของการเส้นทางน้ำในตัวเมือง หากเป็นเส้นทางน้ำนอกเมืองอาจมีเรือในการนำเที่ยวได้” (P1)

“มีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเนื่องจากในปัจจุบันความสะดวกสบายเป็นส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ ดังนั้นการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง บริการนักท่องเที่ยวจะถือว่าเป็นการบริการที่นักท่องเที่ยวชมชอบ” (P2)

“ยังไม่เพียงพออาทิ เช่น พาหนะในการเดินทางไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางจุดได้โดยสะดวก ทำให้ต้องมีการเดินเท้าหรือการเดินทางที่ยากลำบากมากยิ่งขึ้นในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว” (P3)

“มีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่อยู่ในเงื่อนไขที่ส่วนใหญ่ให้บริการตนเอง และมีให้บริการตามอัธยาศัย” (P4)

“สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างมีความพร้อมแม้จะไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ถ้ามีการกระตุ้นและช่องทางของรายได้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน่าจะมีการปรับปรุงรองรับได้ดีเคยมีโฮมสเตย์หลายแห่งแต่ปัจจุบันเริ่มปิดกิจการไปแล้ว” (P5)

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีอาจมีน้อยแต่อยู่ต่างพื้นที่แต่เป็นที่พักที่มีบรรยากาศสวยงามและเหมาะแก่การพักผ่อน” (P6)

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเนื่องจากในปัจจุบันได้มีการทำความร่วมมือระหว่างภาคชุมชนและภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้มีความสะดวกสบายเพิ่มขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางมาท่องเที่ยว” (P7)

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเนื่องจากในปัจจุบันความสะดวกสบายเป็นส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก” (P8)

6. การรับรู้ (Awareness) จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เช่น ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม และชีวิตกลางคืน ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวจากการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมากที่ได้สัมผัสถึงบรรยากาศและได้รับประสบการณ์แห่งความสุขจากการได้มาเยือนสถานที่จริงสัมผัสบรรยากาศของคนในชุมชน ได้ลิ้มรสถึงรสชาติของอาหารโดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยวเนื้อและผัดไทย ซึ่งเป็นอาหารขึ้นชื่อของจังหวัดเพชรบุรี

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“พึงพอใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเมืองเพชรบุรีเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวจึงมีความครบถ้วนหลากหลาย แล้วแต่ว่าจะหยิบยกเรื่องไหนมานำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นส่วนของร้านอาหารพื้นเมือง สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย” (P1)

“ได้รับความพึงพอใจเป็นอย่างมากเนื่องจากหากพูดถึงเมืองเพชรบุรี นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมายแล้วยังมีทั้งร้านอาหารที่มีอาหารรสเลิศแล้วยังมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมายให้เข้าร่วมได้” (P2)

“ได้รับความพึงพอใจ เพียงพอบอกความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมักจะชื่นชอบอาหารพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบุรี และลำดับต่อมาเป็นการสนใจสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองเพชรบุรี” (P3)

“ได้รับความพึงพอใจ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชื่นชอบและรับรู้ถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เป็นอย่างมาก” (P4)

“ในเรื่องนี้ยังไม่มีเหมือนกับบันไดที่ทางจังหวัดเชียงใหม่หรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือจังหวัดน่านทั้ง ๆ ที่มีความพร้อมในเรื่องสถานที่และบุคลากรแต่ขาดผู้ประกอบการ” (P5)

“ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ และได้เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีอาหารอร่อย เยอะมากโดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยวเนื้อและผัดไทย” (P6)

“มีความพึงพอใจมากเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งหลายรูปแบบสถานที่ทาง ประวัติศาสตร์ อาหารมีความหลากหลายรสชาติก็ถือว่าไม่เป็นรองใครมีการให้บริการอย่าง หลากหลายและทั่วถึง” (P7)

“ได้รับความพึงพอใจ เพียงพอบอกความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมักจะชื่นชอบอาหารพื้นเมือง” (P8)

7. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรี มีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงและมากเพียงพอหรือไม่ ควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ทางจังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริเวณแหล่ง ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ซึ่งเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ในบางพื้นที่อาจจะไม่ได้มีเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเนื่องจากสถานที่ ท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะต้องเดินเท้าเข้าไปอาจจะต้องพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องนี้ และของ เพิ่มเติมในส่วนของการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือ หรือการท่องเที่ยวทางน้ำ ควรจะมีการพัฒนาเพื่อเป็นการตอบโต้ให้กับนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ไม่เพียงพอ เนื่องจากบางสถานที่ก็เป็นทีท่องเที่ยวที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางไป ท่องเที่ยวทำให้เป็นบางสถานที่ที่ไม่เอื้อต่อการบริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง” (P1)

“มีมากเพียงพอแล้วแต่ควรปรับปรุงพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ฝั่งแม่น้ำ หรือเส้นทางการเดินเรือ เนื่องจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดบุรีตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรกวีเอกสุนทรภู่เน้นเป็นการกล่าวถึงการเดินทางที่เดินทาง ตามเส้นทางของแม่น้ำจึงควรพัฒนาในเรื่องของเรือนำเที่ยว เป็นต้น” (P2)

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่แหล่งที่กล่าวมาข้างต้นไม่มีเลย ส่วนมากจะมีตามที่พักหรือโรงแรม ข้อดีควรประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐและ ภาคเอกชนในการนำเสนอการท่องเที่ยวอย่างไรให้มีความน่าสนใจมากขึ้น” (P3)

“มีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชร” (P4)

“การให้บริการเป็นไปตามวิธีปฏิบัติมีได้ถือว่าการบริการเพื่อการท่องเที่ยวยังไม่เกิดจึงไม่เป็นปัจจัยเสริม” (P5)

“การให้บริการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอีกทั้งสถานพยาบาลก็มีพร้อมรับรองถึง 3 โรงพยาบาลหลักของจังหวัดเพชรบุรี” (P6)

“มีมากเพียงพอแล้วแต่ควรปรับปรุงพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ฝั่งแม่น้ำหรือเส้นทางเดินเรือ” (P7)

“มากเพียงพอแล้วแต่ควรปรับปรุงพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ฝั่งแม่น้ำหรือเส้นทางเดินเรือ” (P8)

8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีครั้งแรกและตลอดเวลาการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์พร้อมหรือไม่ ควรพัฒนาด้านใด

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางถึงเพื่อมาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ครั้งแรกและตลอดเวลาในการเข้าพำนักรับรองมีความสมบูรณ์พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว แต่ควรพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องของมัคคุเทศก์หรืออาสาสมัครที่มีความรู้ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรที่จะพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องระยะเวลา และสถานที่ให้ดีกว่านี้เนื่องจากสถานที่บางแห่งขาดการดูแลรักษาในเรื่องของความสะอาด บางพื้นที่ขาดวิทยากรในการบรรยายให้ความรู้ซึ่งไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว” (P1)

“หากเป็นในด้านสถานที่นั้นมีความสมบูรณ์พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่เป็นการขาดบุคลากรแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือเป็นการขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว” (P2)

“ควรพัฒนาปรับปรุงอย่างยิ่งในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ และทักษะในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้กับพนักงานของที่เข้าพัก” (P3)

“มีความพร้อมสมบูรณ์ดี แต่ควรเพิ่มในเรื่องของที่จอดรถในตัวเมืองให้มากขึ้น” (P4)

“แพ็คเกจนี้ยังขาดผู้ดำเนินการและผู้ประกอบการจึงไม่มีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนให้พิจารณา” (P5)

“สมบูรณ์พร้อมแต่ความเพิ่มเรื่องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่พักและจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวกมากขึ้น” (P6)

“ด้านสถานที่นั้นมีความสมบูรณ์พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่เป็นการขาดบุคลากรแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือเป็นการขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้” (P7)

“ควรที่จะพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องระยะเวลา และสถานที่ให้ดีกว่านี้เนื่องจากสถานที่บางแห่งขาดการดูแลรักษาในเรื่องของความสะอาดการขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในการนำเที่ยว” (P8)

9. ความเชื่อมั่น (Assurance) ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเป็นอย่างมาก และเชื่อมั่นได้อย่างเต็มที่ เพราะทางจังหวัดอีกมีเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง และบางแห่งก็มีอาสาสมัครมาคอยให้บริการอย่างเต็มที่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ปลอดภัยเพียงพอต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะเป็นการเน้นที่การนั่งเรือ จะมีการตรวจสอบ ดูแลและรักษาความปลอดภัย ทั้งการทำป้ายเตือนหรือสัญลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ และดูแลทั่วถึง” (P1)

“ปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากในธุรกิจการให้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ธุรกิจการให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกและยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสถานที่ต่าง ๆ ตามริมฝั่งแม่น้ำจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก” (P2)

“มีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง” (P3)

“มีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่และอาสา มาให้บริการ” (P4)

“ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมีเพียงพอเป็นไปตามบทบาทและหน้าที่ที่ควรจะเป็น และควรจะมีเท่านั้นมิได้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจริง ๆ แล้วเรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นจุดที่สำคัญของการทำธุรกิจและการท่องเที่ยว” (P5)

“ควรเพิ่มเติมการเล่าเรื่องราวให้สมจริงมากขึ้นเน้นเล่าเรื่องความเป็นมาของท่านสุนทรภู่กับจังหวัดเพชรบุรีที่มีความเป็นมาอย่างไรและเกิดขึ้นเมื่อไหร่อย่างไรสถานการณ์เป็นอย่างไร” (P6)

“ปลอดภัยเพียงพอต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะเป็นการเน้นที่การนั่งเรือ” (P7)

“การให้บริการการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก” (P8)

10. การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกจากการให้บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดเวลาในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ดีเพียงพอหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า รู้สึกดีที่ได้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ซึ่งเราเห็นคุณค่าและมีความประทับใจมาก และพร้อมที่จะให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทุกคน และส่วนที่จะต้องพัฒนาเพิ่มเติม คือ การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามรอยท่านสุนทรภู่ทั้งในเรื่องของการดูแล เอาใจใส่ในเรื่องของความปลอดภัยอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอน” (P1)

“ไม่เพียงพอและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของการเดินทาง ในการเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่จะสามารถแนะนำสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของประวัติความเป็นมาความสำคัญให้แก่นักท่องเที่ยวได้” (P2)

“ยังขาดในภาคส่วนของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของท่านสุนทรภู่อย่างเข้าใจแจ่มแจ้ง ควรมีบุคลากรที่ให้ความรู้ด้านนี้โดยตรง” (P3)

“ผู้ให้บริการมีความรู้สึกที่ดีแต่อุปสรรคและปัญหาการดำเนินการตลอดผู้รับบริการต้องเกิดขึ้นบ้างซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้” (P4)

“ในหัวข้อนี้ไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนประเด็นสำคัญต้องให้นักท่องเที่ยวค้นพบตัวตนที่แท้จริงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเจริญและเข้าใจในทรัพยากรที่มีและบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการส่งเสริม หรือจะตั้งอยู่ดีคุ้มครองผู้ประกอบการขึ้นมาชั้นจายมีคำตอบในอนาคต” (P5)

“เพียงพอแล้วควรพัฒนาการประชาสัมพันธ์ทางด้านเรื่องราวความเป็นมาของท่านสุนทรภู่เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรได้อย่างเป็นรูปแบบเพราะการเล่าเรื่องที่ดียิ่งที่สุดคือการเล่าเรื่องการท่องเที่ยวให้ผู้ฟังเห็นภาพความเป็นจริงสอดคล้องกับเรื่องราวที่ได้รับฟัง” (P6)

“ยังขาดในภาคส่วนของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของท่านสุนทรภู่อย่างเข้าใจแจ่มแจ้ง ควรมีบุคลากรที่ให้ความรู้ด้านนี้โดยตรง” (P7)

“ขาดในภาคส่วนของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของท่านสุนทรภู่อย่างเข้าใจแจ่มแจ้ง ควรมีบุคลากรที่ให้ความรู้ด้านนี้โดยตรงและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของการเดินทาง” (P8)

ผลสรุป ด้านการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ควรพัฒนาในเรื่องของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรี หรือเพิ่มเติมในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบออนไลน์ การอบรมให้ความรู้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น และในเรื่องของการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นสะดวกสบายดี รถยนต์สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ หรือสามารถใช้บริการรถสาธารณะของจังหวัดได้

คำถามข้อที่ 3 ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนาศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. อะไรคือจุดแข็งของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดแข็งของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่าร้อยปี มาแต่สมัยอยุธยาเป็นต้นไป และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น และสถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรก็ยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลาย วัดเขาตะเครา วัดเขานันไดอิฐ ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จุดแข็งของยุทธศาสตร์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น คือ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีอายุมากกว่าร้อยปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนในปัจจุบันได้เห็นและได้สัมผัส และยังมีอนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่ที่บริเวณ

ท่าน้ำหน้าวัดพลับพลายเพื่อยืนยันว่าท่านสุนทรภู่ได้เดินทางมาถึงที่จังหวัดเพชรบุรีจริง ๆ อีกทั้งสถานที่ดังกล่าวยังอยู่บริเวณชุมชนเมืองที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การไหว้พระที่วัดพลับพลาย วัดมหาธาตุวรวิหาร และยังสามารถเดินทางไปยังถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน

วัดเขาตะเครา วัดเขานันไดอิฐ ซึ่งสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวและเยี่ยมชม และสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ยังปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (P1, P4, P5, P6)

“จุดแข็งของยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่จริงในปัจจุบัน และปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวยังเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรี” (P2, P3, P7)

“จุดแข็งของยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยในภาพรวมของจังหวัดเพชรบุรี คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตั้งแต่สมัยก่อนจนถึงปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันยังคงความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมความสมบูรณ์ และได้สัมผัสกับพื้นที่จริงตอนที่ท่านสุนทรภู่มาเยือนจังหวัดเพชรบุรี” (P8)

2. อะไรคือจุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ ความพร้อมของอาสาสมัครในการนำเที่ยว เพราะยังมีอาสาสมัครน้อย และบุคคลที่รู้เรื่องราวละเอียดเกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่น้อยมาก อีกทั้งผู้ที่มีความรู้เรื่องดังกล่าวนั้นในปัจจุบันอายุเริ่มเยอะขึ้นอาจจะไม่สะดวกในการให้ข้อมูลพร้อมนำชมสถานที่จริง ทางจังหวัดควรจะต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อที่จะเข้ามาพัฒนาและส่งเสริมจุดอ่อนของยุทธศาสตร์ฯ ให้กลายเป็นจุดแข็งของจังหวัดเพชรบุรีให้ได้ รวมถึงต้องทำการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงให้คนในจังหวัดได้รู้จักมากขึ้นด้วย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จุดอ่อน คือ เรายังขาดอาสาสมัคร หรือผู้ที่มีความรู้ในรายละเอียดเชิงลึกของสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวที่ปรากฏลงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ และที่สำคัญเลย คือ งบประมาณที่จะเข้ามาจัดสรรในส่วนนี้เพื่อที่จะพัฒนาและตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ของจังหวัดในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และบางแห่งสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน แต่ก็ยังพอได้ใช้ อยากจะให้ มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแล และรับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะได้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้กลายเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และประทับใจทุกครั้งเมื่อได้เดินทางมาเยือน” (P1, P4, P5, P6)

“จุดอ่อนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ การทำการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพราะถ้าคนในจังหวัด คนในชุมชน คนในพื้นที่ยังไม่ทราบถึงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เราก็อย่าคิดว่านักท่องเที่ยวจะรู้ ถ้าไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม และที่ขาดไม่ได้เลยคืองบประมาณในการสนับสนุน และควรให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมดำเนินการ” (P2, P3, P7)

“จุดอ่อน คือ ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ไม่มีงบประมาณในการสนับสนุน และยังขาดผู้ที่สามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาตามรอย” (P8)

3. อะไรคือโอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโตได้ คือ ในปี 2564 จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโกให้เป็นเมืองท่องเที่ยว ด้านอาหาร อีกทั้งท่านสุนทรภู่

ก็ได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโกในเรื่องของการแต่งกลอน ทางจังหวัดเอง สามารถนำจุดเด่นของจังหวัดเพชรบุรีทั้ง 2 เรื่องนี้มาทำการตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี โดยการทำการโฆษณา ทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เพราะการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถเข้าถึง นักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มทั่วโลก และควรจะนำเสนอเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้ทั่วโลกได้รู้จักก่อนที่จะเดินทาง มาท่องเที่ยวและสัมผัสกับบรรยากาศ และสถานที่จริง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“โอกาสที่เราสามารถทำได้ คือ การทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งทางตรง ทางอ้อม ทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เพราะจังหวัดเพชรบุรีก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ เดินทางมาท่องเที่ยวหลากหลายประเภท อีกทั้งอยู่ไม่ไกลจากเมืองใหญ่ เดินทางสะดวก เข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวได้ทุกที่ และที่สำคัญเพชรบุรียังได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโกให้เป็น เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร เพราะมี 3 รส แต่ละรสชาติก็มาจากวัตถุดิบของจังหวัดเพชรบุรี หรืออาจจะมีการจัดจำลองเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่บนสื่อโซเชียลออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาและดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่จริง ได้สัมผัสถึงบรรยากาศ และแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอายุกว่าร้อยปี พันปี ที่ยังคงความสวยงาม และสมบูรณ์ของธรรมชาติ” (P2, P3, P6, P8)

“โอกาสที่ทางจังหวัดควรทำ คือ การอบรมให้กับอาสาสมัครหรือเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ ความชำนาญในเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่หลากหลายภาษา ไม่ว่าจะเป็นภาษาจีน ภาษาอังกฤษ หรืออาจจะเชิญ นักเรียน - นักศึกษา

ที่กำลังศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการท่องเที่ยวให้มาบริการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และควรทำการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โฆษณาประชาสัมพันธ์ลงบนสื่อโซเชียลต่าง ๆ มีการอัปเดตข้อมูลที่ทันสมัยมากขึ้น ก้าวทันต่อเทคโนโลยีมากขึ้น จะได้เข้าถึงทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ” (P1, P4, P5, P7)

4. อะไรคืออุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร คือ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมไปถึงมลพิษทางอากาศที่เราไม่สามารถควบคุมได้ และไม่สามารถรู้ได้ว่าเชื้อโรคเหล่านี้จะหายไปจากโลกเราเมื่อไร จะแพร่ระบาดหนักขึ้นอีกเมื่อไร มลพิษทางอากาศจะดีขึ้นกว่าเดิมหรือไม่ แต่เราสามารถทำได้ด้วยการป้องกันตัวเองให้ดีที่สุด และอุปสรรคอีกอย่างหนึ่งคือความไม่มั่นคงทางการเมือง ทำให้เศรษฐกิจ การพัฒนาของประเทศแย่ลง ขาดงบประมาณในการจัดสรรให้แก่จังหวัดในการนำมาใช้พัฒนามตามยุทธศาสตร์ของจังหวัดคำสัมภาษณ์ ดังนี้

“อุปสรรคที่ให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ การแพร่ระบาดของเชื้อโรค มลพิษทางอากาศ ความมั่นคงทางการเมือง สิ่งเหล่านี้เราไม่สามารถล่วงรู้ได้ คงทำได้แค่ติดตามข่าวสาร และป้องกันตัวเองให้ดีที่สุด รวมถึงช่วยกันดูแลนักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้รักษามาตรการระยะห่างเพื่อความปลอดภัยของตนเอง นักท่องเที่ยว และคนในชุมชน” (P2, P3, P7, P8)

“อุปสรรคที่ทำให้การท่องเที่ยวดังกล่าวไม่เติบโต คือ ความไม่มั่นคงทางการเมือง งบประมาณที่ได้รับในการจัดสรรถึงจังหวัด โรคภัยต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้เราไม่สามารถรู้ได้เลยว่าจะได้เท่าไร ได้มายังไง จะหายไปเมื่อไร จะแพร่ระบาดกลับมาอีกเมื่อไร” (P1, P4, P5, P6)

ผลสรุป ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า จุดแข็ง คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่าร้อยปี มาแห่งนี้มีอายุเป็นพันปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น และสถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรก็ยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลาชัย วัดเขาตะเครา

วัดเขabanได้อิสฺฐ ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน เป็นต้น จุดอ่อน คือ ความพร้อมของอาสาสมัครในการนำเที่ยว เพราะยังมีอาสาสมัครน้อย และบุคคลที่รู้เรื่องราวละเอียดเกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ยังน้อยมาก อีกทั้งผู้ที่มีความรู้เรื่องดังกล่าวนั้นในปัจจุบันอายุเริ่มเยอะขึ้นอาจจะไม่สะดวกในการให้ข้อมูลพร้อมนำชมสถานที่จริง ทางจังหวัดควรจะต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อที่จะเข้ามาพัฒนาและส่งเสริมจุดอ่อนของยุทธศาสตร์ฯ ให้กลายเป็นจุดแข็งของจังหวัดเพชรบุรีให้ได้ โอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโตได้ คือ ในปี 2564 จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโกให้เป็นเมืองท่องเที่ยวด้านอาหาร อีกทั้งท่านสุนทรภู่ก็ได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโกในเรื่องของการแต่งกลอนทางจังหวัดเองสามารถนำจุดเด่นของจังหวัดเพชรบุรีทั้ง 2 เรื่องนี้มาทำการตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี โดยการทำให้โฆษณาทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ อุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร คือ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมไปถึงมลพิษทางอากาศที่เราไม่สามารถควบคุมได้ และไม่สามารถรู้ได้ว่าเชื้อโรคเหล่านี้จะหายไปจากโลกเราเมื่อไร จะแพร่ระบาดหนักขึ้นอีกเมื่อไร มลพิษทางอากาศจะดีขึ้นกว่าเดิมหรือไม่ แต่เราสามารถทำได้ด้วยการป้องกันตัวเองให้ดีที่สุด และอุปสรรคอีกอย่างหนึ่งคือความไม่มั่นคงทางการเมือง ทำให้เศรษฐกิจ การพัฒนาของประเทศแย่ลง ขาดงบประมาณในการจัดสรรให้แก่จังหวัดในการนำมาใช้พัฒนาตามยุทธศาสตร์ของจังหวัด

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ตัวแทนจากชุมชน (C: Community) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ประกอบด้วยกลุ่มชุมชนในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม จำนวน 3 คน และกลุ่มชุมชนในพื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น 9 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

คำถามข้อที่ 1 ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมยังไม่ดีพอ ควรจะพัฒนาในเรื่องของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, เพจของจังหวัด หรือเพจของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ และควรมีงบประมาณในการเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้นโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ได้พอ ควรที่จะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เนื่องจากในปัจจุบันการที่นักท่องเที่ยวจะเห็นผ่านทางแพลตฟอร์มที่แสดงผ่านโซเชียลมีเดียมากกว่าการเห็นจากการประกาศ” (C1)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในภาคส่วนของจังหวัดเพชรบุรียังไม่มี การสนับสนุนเท่าที่ควร และยังไม่มี การสนับสนุนอย่างจริงจัง และควรที่จะมีการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง การแชร์ หรือนำเสนอแบบออนไลน์” (C2)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในรูปแบบของสื่อโฆษณาแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เช่น โซเชียลมีเดียต่าง ๆ แพลตฟอร์มออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ทั้ง Facebook, TikTok และคลิปวิดีโอแนะนำการท่องเที่ยว” (C3)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในภาคส่วนของจังหวัดเพชรบุรี เพราะจะมีการประชาสัมพันธ์เพียงแคในช่วงเทศกาล ไม่ได้มีการสนับสนุนที่จริงจังเข้ามาช่วยจัดการในการประชาสัมพันธ์” (C4)

“ยังไม่ได้พอ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาในปัจจุบันไม่ค่อยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งคนในจังหวัดที่เป็นเยาวชน หรือนักท่องเที่ยวเอง” (C5)

“ดีพอ แต่ควรมีการสนับสนุนในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากกว่าเดิมโดยการเพิ่มแพลตฟอร์มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น หรือให้หลากหลาย” (C6)

“ดีพอ ควรเพิ่มการพัฒนาในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก หรือมีการเพิ่มกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเพิ่มให้มากขึ้น” (C7)

“ยังไม่ได้พอ การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ยังน้อยเกินไปควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น หรือการประชาสัมพันธ์นี้ควรทำให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น และไม่น่าเบื่อ” (C8)

“ยังไม่ได้พอ การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ดังนั้นเพื่อให้สามารถประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมได้ควรที่จะทำการพัฒนาอย่างเร่งด่วน” (C9)

2. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการขาย ของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการขายของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นยังไม่ได้พอ ควรพัฒนาในเรื่องการขายของแบบออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และยังเป็นโอกาสเพิ่มโอกาสทำรายได้ให้กับคนในชุมชนทุกภาคส่วน

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ได้พอ ควรพัฒนาในเรื่องการขายแบบออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และและเป็นการเปิดโอกาสให้กับชุมชนในการสร้างรายได้เอง” (C1)

“ยังดีไม่พอ ควรพัฒนาในเรื่องของการขายออนไลน์ของบริษัททัวร์ เพื่อให้กลุ่มของนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และเพิ่มโอกาสการทำรายได้ให้กับภาคส่วนของคนในชุมชนเองก็ดี หรือเอกชนที่มีการเปิดบริษัทเองก็ดี” (C2)

“ยังดีไม่พอ เพราะยังไม่มีการขายทั้งในรูปแบบออนไลน์และรูปแบบออฟไลน์ ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (C3)

“ยังดีไม่พอ ในด้านการขายยังไม่มีการขายในรูปแบบที่เจาะจง หรือเป็นกลุ่มเฉพาะที่พบเห็นทั่วไปจะเป็นการขายในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ตามวัดวาอาราม แต่ไม่เกยวข้องกับการตามรอยในบทนิราศของสุนทรภู่” (C4)

“ควรพัฒนาในด้านการขายแบบออนไลน์มากขึ้น โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวจะนิยมการซื้อขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ดังนั้นการจัดการขายให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นก็ควรที่จะทำการพัฒนาในส่วนการขายนี้ด้วย” (C5)

“ควรพัฒนาในการขายในรูปแบบออฟไลน์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่ต้องเป็นการควบคู่ไปกับการขายแบบออนไลน์ เนื่องจากการขายที่มีทางเลือกที่สะดวกต่อนักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ให้กับตัวของผู้ให้บริการไม่ว่าจะเป็นมุมมองของภาคชุมชน เอกชน หรือรัฐเอง” (C6)

“ควรพัฒนาศักยภาพด้านการขายของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้ง 2 รูปแบบ คือทั้งในรูปแบบออนไลน์และรูปแบบออฟไลน์” (C7)

“ยังไม่ได้พอ ควรพัฒนาในเรื่องของการขายทัวร์รูปแบบทั้งออนไลน์ และรูปแบบออฟไลน์ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการขายของผู้ขายเอง ดังนั้น การเพิ่มทางเลือกที่ให้ความสบายแก่นักท่องเที่ยวจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางรายได้ให้กับผู้ขาย” (C8)

“ยังไม่ได้พอ ควรพัฒนาในเรื่องของการขายทัวร์รูปแบบทั้งออนไลน์ และรูปแบบโดยเฉพาะในเรื่องของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งทางจังหวัดไม่ได้ทำการขายอย่างเฉพาะเจาะจง” (C9)

3. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่ได้พอ เนื่องจากในปัจจุบันจะต้องมีการพัฒนาด้านการตลาดให้ครอบคลุมทุกช่องทางทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ได้พอ ศักยภาพทางการตลาดยังไม่ได้ได้รับความสนับสนุนอย่างจริงจังในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยสุนทรภู่อย่างจริงจัง มีเพียงแคในช่วงเทศกาล หรือช่วงวันครบรอบที่เกี่ยวข้องกับท่านสุนทรภู่ถึงจะมีการทำการตลาด” (C1)

“ยังดีไม่พอ การตลาดยังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากการตลาดยังมีให้เห็นในรูปแบบออฟไลน์มากกว่าแบบออนไลน์ จึงเป็นสาเหตุส่วนหนึ่งที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวตามรอบท่านสุนทรภู่ยังไม่เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยว” (C2)

“ยังไม่ได้พอ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยนิราศเมืองเพชรยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงการที่ศักยภาพยังไม่เพียงพอ” (C3)

“ควรที่จะมีการพัฒนาในเรื่องของการทำการตลาดออนไลน์ ควรจะมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างมาก โดยเฉพาะการเจาะจงในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (C4)

“ควรมีการพัฒนาในด้านการตลาดออนไลน์และการตลาดออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงก็ยังไม่ดีพอ การที่พัฒนาการตลาดแบบออฟไลน์ก็เป็นสิ่งที่ควรปรับปรุงและพัฒนาไปพร้อมกัน” (C5)

“ควรมีการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันการเจาะจงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อเป็นการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุนทรภู่ให้คงอยู่ต่อไป” (C6)

“ควรจะมีการพัฒนาการตลาดออนไลน์ให้ดีขึ้น เพื่อเป็นช่องทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (C7)

“ควรที่จะมีการพัฒนาส่งเสริมการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้น ปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นการทำการตลาดออนไลน์จะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาทำการท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรีมากยิ่งขึ้น” (C8)

“ยังดีไม่พอ การตลาดยังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ ควรที่จะมีการพัฒนาส่งเสริมการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้นยังการทำการตลาดออนไลน์ได้รับการสนับสนุนจะเป็นโอกาสในการที่นักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่มากยิ่งขึ้น” (C9)

4. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมศักยภาพด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่ดีพอ ควรจะต้องมีการพัฒนาต่อยอดทางการตลาดโดยการเพิ่มกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“สามารถที่จะทำการพัฒนาต่อยอดเพิ่มเข้าไปได้อีก การจัดกิจกรรมจะเป็นการเพิ่มความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสประสบการณ์ที่ยังไม่เคยสัมผัสมาก่อนจะเป็นการเพิ่มความน่าตื่นเต้นให้กับนักท่องเที่ยวได้” (C1)

“ยังดีไม่พอ จึงควรเพิ่มกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดโดยเป็นกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจง โดยเน้นให้เข้ากับการสอดแทรกความรู้ต่าง ๆ ของสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก” (C2)

“ดีพอแล้ว เพียงแต่ควรจะพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของการจัดกิจกรรมวันสำคัญต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น” (C3)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยทำการตลาดในด้านนี้โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับบทประพันธ์ต่าง ๆ” (C4)

“ควรพัฒนาการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเป็นการจัดเพื่อมีจุดประสงค์โดยให้ความรู้เกี่ยวกับสุนทรภู่ โดยมุ่งเน้นให้ทุกคนสามารถที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้โดยไม่จำเป็นต้องเป็นนักท่องเที่ยวเท่านั้น” (C5)

“ควรพัฒนาให้กิจกรรมที่เคยจัดมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ไม่จำเจ ใส่สาระความรู้ที่ผนวกไปกับกระแสสังคมเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มการเข้าถึงที่ง่ายขึ้นของทุกคน” (C6)

“ยังไม่ดีพอ ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดการที่สร้างสรรค์ เพื่อให้การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรไม่น่าเบื่อ และเป็นการสร้างกระแสที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย” (C7)

“ควรเพิ่มเติมในส่วนของการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพิ่มเข้ามา การต่อยอดทางการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยว และเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (C8)

“ยังดีไม่พอ ในหลายๆ กิจกรรมจะสามารถจัดขึ้นได้ต้องมีการร่วมมือกันระหว่างหลายๆ หน่วยงานดังนั้น การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีต้องได้รับความร่วมมือถึงจะสามารถจัดกิจกรรมที่ดีพอออกมาได้” (C9)

5. จังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้หรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมจังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้ แต่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่จะกระตุ้นทำการตลาดเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูล ศึกษาการเดินทางมายังสถานที่จริง อีกทั้งในจังหวัดเพชรบุรีไม่มีสิ่งน่าสนใจแต่

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ยังมีธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ทะเล ถ้ำ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“เป็นได้ ควรพัฒนาในเรื่องของการโฆษณาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และการเพิ่มความรู้จักกับประชาชน หรือในชุมชนให้มากขึ้น หากมองในระยะยาวการท่องเที่ยวจะเป็นที่นิยมได้ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน” (C1)

“เป็นได้ เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเริ่มเป็นที่นิยมตามกระแสโซเชียล นักท่องเที่ยวมักให้ความสนใจตามกระแสโซเชียลอยู่แล้ว (C2)

“เป็นได้ เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญ ทะเล หรือเป็นที่รู้จักจากสื่อต่าง ๆ จุดสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวในช่วงเทศกาลนักหรือวันสำคัญก็จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษ” (C3)

“ได้ ในปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรีก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมมากอยู่แล้ว ว่าจะเป็นวัด ทะเล ดังนั้นการผลักดันให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรจึงเป็นเรื่องที่สามารถเป็นไปได้ แต่ก็ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกส่วน” (C4)

“เป็นได้ หากพูดถึงการท่องเที่ยวเดิมก็เป็นที่นิยมมากอยู่แล้ว ดังนั้นการท่องเที่ยวตามรอยสุนทรภู่ก็สามารถเป็นที่นิยมได้ แต่จำเป็นต้องมีการผลักดันในเรื่องนี้ทั้งในส่วนของการให้ความรู้ สร้างความน่าสนใจ จัดกิจกรรมที่ประชาชนสามารถร่วมสนุกได้” (C5)

“เป็นได้ ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชร เป็นการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมาก ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มหันมาท่องเที่ยว ตามวัด โบราณสถาน ตามรอยหนัง ละครที่อยู่บนสื่อในปัจจุบันอีกทั้งในนิราศที่ท่านสุนทรภู่มิการกล่าวถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่สวยงาม จุดนี้ก็เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจ” (C6)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการตลาด และการโฆษณา ต้องบอกว่าในปัจจุบันการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะรับรู้ผ่านทางโซเชียลมากกว่าการดู หรือฟังประกาศ ดังนั้นการที่จะเป็นที่นิยมได้ควรที่จะต้องพัฒนาในเรื่องนี้อย่างจริงจังมากขึ้น” (C7)

“เป็นได้ ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรถือว่าเป็นการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากตามที่ในบทประพันธ์มีการกล่าวถึงสถานที่ต่าง ๆ มียังเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และเกิดความรู้สึกอยากมาท่องเที่ยวตามหากมีการประชาสัมพันธ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (C8)

“ได้ ในปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรีก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมมากอยู่แล้ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรจึงเป็นเรื่องที่สามารถเป็นไปได้ก็ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกหน่วยงาน เพื่อให้ทุกอย่างสามารถดำเนินการต่อไปได้” (C9)

6. ท่านคิดว่าจังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อะไรที่น่าสนใจในการนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โดยภาพรวมจังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่น่าสนใจได้แก่ วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขาตะเครา วัดเขابันไดอิฐ ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน อนุสรณ์สถานสุนทรภู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลายักษ์ วัดคู้ดำนก

บางตะบูน วัดบางหอย เป็นต้น ซึ่งสถานที่เหล่านี้มีอายุมากกว่าร้อยปี บางแห่งมีอายุมากกว่าพันปี ซึ่งในปัจจุบันยังคงสภาพเดิมไว้อย่างสมบูรณ์ นี่ก็เป็นจุดสนใจและเป็นสิ่งที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัด โบราณสถานต่างๆ หรือจุดแวะพัก ก็เป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวสามารถตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ได้” (C1)

“มีสถานที่ที่น่าสนใจมากมาย โดยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรก็จะขาดไม่ได้คือวัดพลับพลายักษ์ที่หากกล่าวถึงสุนทรภู่จะขาดไม่ได้” (C2)

“สถานที่ทางประวัติศาสตร์ สถานที่เก่าแก่ ก็เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ได้จริง และเป็นการส่งเสริมการพัฒนาตามแหล่งชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มรายได้ให้ชุมชนอีกด้วย” (C3)

“สามารถนำเสนอได้หลายอย่างเช่น วัดวาอาราม ร้านอาหารเก่าแก่ในชุมชน หรือสามารถนำเสนอได้แม้กระทั่งประวัติ ความเป็นมาของสุนทรภู่ และบทประพันธ์กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (C4)

“สถานที่ท่องเที่ยวเช่นวัด อาทิ วัดเขาตะเครา เป็นอีกการท่องเที่ยวที่ในอดีตได้มีการกล่าวถึงว่าเป็นเส้นทางที่ถูกกล่าวถึงในบทประพันธ์” (C5)

“ท่าน้ำเพชรบุรี บริเวณวัดพลับพลายักษ์ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่สมเหตุสมผลกับการแนะนำมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ที่มีความเป็นมาอย่างยาวนาน” (C6)

“สถานที่เก่าแก่ที่บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของสถานที่นั้นๆ หรือสามารถนำเสนอวัฒนธรรมในการใช้ชีวิตของคนในอดีตผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ก็สามารถที่จะนำเสนอได้เช่นกัน” (C7)

“สามารถที่จะนำเสนอเรื่องราวในบทนิราศมาเป็นจุดขายได้ทุกสถานที่ เช่น ถ้าจัน ถ้าเขาหลวง สถานที่ในประวัติศาสตร์เพิ่มเติมได้อีกด้วย หรือสามารถที่จะย้อนรอยตามการเดินทางของท่านสุนทรภู่เลยก็ได้” (C8)

“มีมากมายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรก็จะขาดไม่ได้คือวัดพลับพลายชัย มีอนุสาวรีย์ท่านสุนทรภู่ตั้งอยู่ และมีครูเจ๊ียบ เป็นมัคคุเทศก์อิสระคอยในความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ” (C9)

7. จังหวัดเพชรบุรีมีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โดยภาพรวมจังหวัดเพชรบุรีมีการทำการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่มากพอเพราะการจัดกิจกรรมส่วนใหญ่จะอ้างอิงแค่ชื่อของท่านสุนทรภู่เท่านั้น ซึ่งบางกิจกรรมที่จัดไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับท่านเลย อีกทั้งการทำการตลาดยังน้อยมาก และการประชาสัมพันธ์ยังไม่มากพอ ยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ไม่มากพอ เนื่องจากส่วนใหญ่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือการเข้าชมต่าง ๆ มักใช้ชื่อท่านสุนทรภู่อ้างในการจัดกิจกรรมซึ่งบางส่วนไม่เกี่ยวข้องกับท่าน” (C1)

“ในตอนนี้อยังไม่มากพอ เนื่องจากควรที่จะมีการส่งเสริมการตลาดไปพร้อม ๆ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงตามรอบนิพนธ์นิราศเมืองเพชรหรือตามวรรณคดีไทย” (C2)

“ยังไม่เพียงพอ ยังขาดการทำสื่อนำเสนอทางประวัติศาสตร์ ควรชี้แจงรายละเอียดทางประวัติศาสตร์ให้ลึกซึ้งในแต่ละสถานที่ ให้สอดคล้องกับร่องรอยกับบทกวีในนิราศนั้น ๆ” (C3)

“ยังไม่ได้พอ เพราะการทำการตลาดยังไม่มากพอ” (C4)

“ในส่วนของการทำการตลาดยังไม่มีทำการตลาดอย่างจริงจัง เนื่องจากยังไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมที่เห็นได้ชัดเจน” (C5)

“ยังไม่มากพอ ส่วนมากเป็นการทำการตลาดที่ไม่เน้นถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุนทรภู่” (C6)

“ไม่มากพอ เพราะส่วนใหญ่จะมีการจัดแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่ที่จุดสำคัญที่ประชาชน นักท่องเที่ยวชอบมาเที่ยว ไม่มีการเน้นในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสุนทรภู์โดยตรง” (C7)

“ยังไม่ได้พอ เนื่องจากเกี่ยวเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ได้พอ” (C8)

“ในตอนนี้อย่างไม่มากพอ เนื่องจากควรที่จะมีการส่งเสริมการตลาดไปพร้อม ๆ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงตามรอยนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (C9)

8. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีส่วนในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรมีการแก้ไขอะไรบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมคนในจังหวัดเพชรบุรียังมีส่วนในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อยังไม่มากพอ เนื่องจากคนในชุมชน หรือคนในพื้นที่นั้น ๆ ยังไม่มีความรู้ในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร แต่บางคนอาจจะมีความรู้ในเรื่องของประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่อยู่แล้วแต่ไม่ได้ลงลึกในรายละเอียด จึงไม่สามารถให้ข้อมูลอย่างลึก และชัดเจนแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู์ได้ ควรมีการแก้ไขหรือฝึกอบรมให้กับคนในชุมชนได้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู์จะได้สามารถอธิบายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนได้

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่มากพอควรเพิ่มไปในหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีในทุกระดับจะช่วยในการส่งเสริมจิตอาสาในการพัฒนาท้องถิ่น” (C1)

“ยังไม่มากพอ คนในจังหวัดเพชรบุรีมีการให้ความร่วมมือกันไม่มากพอในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง” (C2)

“ควรที่จะได้รับความสนับสนุนจากทางภาครัฐบาล ควรที่จะส่งเสริมช่วยแก้ไขปัญหาไปด้วยกันอย่างจริงจังในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง” (C3)

“ยังไม่มากพอ เนื่องจากประชาชน หรือคนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับสุนทรภู่น้อยมาก” (C4)

“ยังไม่เพียงพอควรมีการแก้ไข โดยลำดับแรกควรที่จะมีการสอนให้คนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับสุนทรภู่มาก่อนที่จะไปเจอนักท่องเที่ยว” (C5)

“ยังมีน้อยมาก ทั้งในภาคส่วนของความรู้ หรือความเข้าใจอย่างถ่องแท้ จึงควรมีการปลูกจิตสำนึกของคนในชุมชนให้เพิ่มมากขึ้นและจัดกิจกรรมเรื่อย ๆ” (C6)

“ยังน้อยอยู่มากการมีส่วนร่วมเป็นในเรื่องของการจัดกิจกรรมรำลึกถึงสุนทรภู่มิได้มีการนำมาบริหารจัดการในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (C7)

“ยังไม่มากพอ ควรมีหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่มีความรู้คอยให้ความรู้เรื่องเกี่ยวกับนิราศเมืองเพชรให้มากกว่านี้ เพราะการเล่าเรื่องและสอดคล้องไปกับการท่องเที่ยวตามรอบวรรณคดีจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกรประทับใจ” (C8)

“ยังไม่มากพอ คนในจังหวัดเพชรบุรีมีการให้ความร่วมมือกันไม่มากพอในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในเรื่องสถานที่ เรื่องความรู้ เป็นต้น” (C9)

9. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อเพิ่มความรู้ให้ชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โดยภาพรวมคนในจังหวัดเพชรบุรียังมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่น้อยมากพอ ควรจะต้องเพิ่มการอบรม หรือการทำการตลาดในเรื่องของการประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงได้ทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นเด็ก นักเรียน นักศึกษา คนทำงาน พ่อบ้าน แม่บ้าน หรือการจัดสัมมนาโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้คนในชุมชนหรือคนในพื้นที่ได้รับทราบ รับรู้ถึงความสำคัญ และได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากขึ้น และสามารถอธิบาย หรือนำชมให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาสอบถามข้อมูล

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ไม่เพียงพอ ควรเพิ่มในเรื่องของการทำการตลาด สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ที่ไม่ได้มีการสนับสนุนเท่าที่ควรจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง” (C1)

“ยังไม่เพียงพอ มีเพียงคนในจังหวัดบางคน แคบางกลุ่ม หรือกลุ่มเฉพาะ ที่มีความรู้ อย่างถ่องแท้ควรที่จะมีการเพิ่มความรู้ผ่านกิจกรรมหรือการสัมมนาเป็นการรับรู้ในทางวรรณคดีที่จะนำไปสู่โลกจริงที่กำลังจะท่องเที่ยว” (C2)

“มีข้อมูลมากเพียงพอแล้ว แต่การเจาะลึกยังไม่มากพอ ด้วยพาหนะที่พาไปด้วย คือ เรือ อิงจากการไหลของน้ำจริง และก็คุยต่อเรื่องสำคัญ” (C3)

“ควรที่จะได้รับคำแนะนำเพิ่มมากขึ้นจากทางผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมาของท่านโดยที่ทางทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือ” (C4)

“ยังไม่เพียงพอเมื่อพูดถึงเพชรบุรีแล้วทราบถึงแต่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทะเล แต่ไม่ทราบในประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ จึงมีความคิดให้เพิ่มเติมในหลักสูตรการเรียบเรียงสอนของนักเรียน” (C5)

“มี แต่ยังไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เมืองเพชรบุรีถือว่าเป็นเมืองที่มีทั้งความรู้ ประวัติศาสตร์หลายอย่างที่น่าสนใจ ควรเพิ่มการจัดการกระจายข้อมูล การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งที่ควรพัฒนา” (C6)

“ยังไม่มากพอ เพราะว่าสถานที่ตามรอยกวีนิพนธ์มีความรู้แบบผิวเผิน ไม่ชัดเจน ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน และการสอดแทรกความรู้ให้เข้าใจอย่างถูกต้อง” (C7)

“ยังไม่มากพอ ควรมีการจัดอบรมให้กับอาสาสมัครที่สนใจให้พร้อมเพื่อเข้าร่วมการอบรมและพร้อมนำชมให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนในจังหวัดเพชรบุรีได้เป็นอย่างดี” (C8)

“มีเพียงพอ แต่ควรเพิ่มความรู้ความสามารถของบุคคลนำเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีให้เพียงพอ” (C9)

ผลสรุป ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ในภาพรวมยังไม่ดีพอ ควรจะพัฒนาในเรื่องของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, เพจของจังหวัด หรือเพจของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ และควรมีงบประมาณในการเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้นโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และโดยภาพรวมจังหวัดเพชรบุรีมีการทำการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่มากพอเพราะการจัดกิจกรรมส่วนใหญ่จะอ้างอิงแค่ชื่อของท่านสุนทรภู่เท่านั้น ซึ่งบางกิจกรรมที่จัดไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับท่านเลย อีกทั้งการทำการตลาดยังน้อยมาก และการประชาสัมพันธ์ยังไม่มากพอ ยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

**คำถามข้อที่ 2 ด้านการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของ
ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่**

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีดีพอแล้วหรือยัง ต้องเพิ่มเติม
อะไรหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โดยภาพรวมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีดีพอแล้ว
แต่ก็ยังสามารถเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์ในส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือ หรือทาง
น้ำเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวตามรอยฯ และควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย

กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในหลากหลายช่องทางเพื่อให้เข้าถึง
นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“อยากให้เพิ่มเติมช่องทางประชาสัมพันธ์ในการเข้าชมประวัติศาสตร์ความเป็นมาของ
สุนทรภู่และความสัมพันธ์ของสุนทรภู่ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดเพชรบุรี” (C1)

“การท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชร เป็นไปตามสภาพท้องถิ่นสถานที่และ
เรื่องราวตามในบทประพันธ์นิราศปรากฏชัดเจนแต่ขาดการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ที่
เป็นสิ่งสำคัญ” (C2)

“โดยภาพรวมถือว่าการเข้าถึงมีความสะดวกมีความพร้อมทั้งด้านการคมนาคม
และด้านสาธารณูปโภคครบถ้วน” (C3)

“ยังไม่ดีพอ ควรเพิ่มเติมเส้นทางต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน และอดีตอย่างชัดเจน” (C4)

“ดีพอประมาณควรเพิ่มเติมแหล่งให้ศึกษาความรู้เกี่ยวกับประวัติของท่านกวีเอก
สุนทรภู่ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย” (C5)

“ควรมีการเพิ่มเติมเนื่องจากการเข้าถึงจากการโฆษณา ก็เป็นการเข้าถึงอีกช่องทาง
หนึ่งที่ได้รับคามสนใจอย่างมากโดยเฉพาะบนโลกออนไลน์ ดังนั้นควรมีการทำการตลาดที่
ดีเพื่อให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย” (C6)

“ควรเพิ่มเส้นทางเดินเรือ หรือทางน้ำเข้าไป” (C7)

“มีสถานที่ที่ดีแล้ว แต่การเดินทางควรที่จะเพิ่มการโดยสารทางเรือ” (C8)

“มองว่าควรมีการปรับปรุงช่วยเหลือเพิ่มเติมจากทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการเข้าถึงจากการโฆษณา ก็เป็นการเข้าถึงหนึ่งที่ได้รับความสะดวกอย่างมากโดยเฉพาะบนโลกออนไลน์” (C9)

2. สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ที่ประทับใจหรือไม่ ต้องมีการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โดยภาพรวมสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ที่น่าประทับใจเป็นอย่างมาก และอยากให้พัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องกิจกรรมที่เกี่ยวกับท่านสุนทรภู่ พื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อคอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้ประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ดีพอแล้ว เพียงแต่ควรพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของที่รองรับ ที่พักของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการเข้าพักที่อยู่ในละแวกเดียวกัน” (C1)

“ยังไม่ได้พอควรมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นเช่นของที่ระลึกจากชุมชนต่าง ๆ เมื่อได้ทำกิจกรรมร่วมกัน” (C2)

“ควรพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของที่รองรับ ที่พักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะขายเป็นทัวร์ ทำให้พื้นที่พักไม่เพียงพอ” (C3)

“ควรที่จะต้องพัฒนาพื้นที่ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวชมได้และมีกิจกรรมรองรับให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินกับการท่องเที่ยว” (C4)

“ควรเพิ่มเติมอย่างมาก โดยในพื้นที่ควรจัดกิจกรรม ณ ลานสุนทรภู่บริเวณวัดพลับพลาย มีส่วนดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (C5)

“ควรที่จะสร้างลำดับสถานที่ท่องเที่ยวเพราะทุกที่มีข้อมูลประวัติความเป็นมา ข้อมูลประวัติศาสตร์ที่ชัดเจนจึงที่เราสามารถนำเสนอเส้นทางเดินทางของท่านตามรอยนิราศเมืองเพชร” (C6)

“ควรพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของที่รองรับ ที่พักของนักท่องเที่ยว” (C7)

“ในภาพรวมถือว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมการพัฒนาที่ต้องการคือการอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไปและการปลูกฝังจิตสำนึกให้แก่เยาวชนในท้องถิ่นหันมารักษาไว้” (C8)

“จังหวัดเพชรบุรีมีเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวสนใจอยู่แล้ว แต่ขาดการนำมาใช้ให้คุ้มค่าและขาดคนมีความสามารถที่จะเล่าเรื่อง” (C9)

3. กิจกรรม (Activities) ขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีการทำกิจกรรมหรือไม่ และควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไข หรือเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีการทำกิจกรรมหลาย ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็น การเข้าชมโบราณสถานต่าง ๆ การไหว้พระตามเส้นทางนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ เป็นต้น และควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนของการส่งเสริมการเดินทางเพื่อตามรอยนิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่ การแต่งกายตามยุคสมัย การจัดเส้นทางทัศนศึกษาให้กับนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลที่สนใจ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“กิจกรรมที่อยากให้มี คือ การส่งเสริมการเดินทางตามรอยสุนทรภู่” (C1)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการเข้าชมโบราณสถานต่าง ๆ การสาธิต การจัดแสดงละครที่บอกเล่าเรื่องราวของท่านกวีเอกสุนทรภู่” (C2)

“ควรจัดกิจกรรมที่มีการประกวด ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกลอน หรือศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่โดดเด่นที่ท่านได้มีการกล่าวถึงในบทประพันธ์” (C3)

“ควรเพิ่มเติมในการบริหารการจัดการโดยจัดกิจกรรมเน้นความสำคัญของสุนทรภู่” (C4)

“มีการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวและควรที่จะส่งเสริมกิจกรรมดังต่อไปนี้เช่น การเข้าชมโบราณมาตรฐานโบราณวัตถุต่าง ๆ ตามเส้นทางที่ได้มีการประพันธ์ถึงในนิราศเมืองเพชร” (C5)

“ควรจัดกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเป็นส่วนหนึ่งในงาน เช่น การแต่งกายตามยุคสมัย” (C6)

“ควรจัดกิจกรรมเพิ่มเติม ณ ลานสุนทรภู่บริเวณวัดพลับพลาย ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีส่วนดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (C7)

“ควรมีการจัดการทัศนศึกษาให้แก่นักเรียนนักศึกษาหรือเยาวชน” (C8)

“ควรมีอย่างมากเช่นการจัดการทัศนศึกษาให้แก่นักท่องเที่ยวโดยการนำจากมัคคุเทศก์ที่มีความรู้” (C9)

4. ที่พัก (Accommodation) จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักทั้งด้านประเภทและด้านราคาที่หลากหลายเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่พักต่างกันหรือไม่ ต้องการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีนั้นเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้งในด้านของราคาและด้านประเภทที่หลากหลายแต่ควรจะพัฒนาในเรื่องของที่พักใกล้ริมฝั่งน้ำ และบรรยากาศโดยรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรได้สัมผัสถึงบรรยากาศที่แท้จริง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีที่เราที่มีที่พักเพียงพออยู่แล้วในทุกระดับ เพื่รองรับนักท่องเที่ยว” (C1)

“ควรพัฒนาที่พักใกล้ริมฝั่งน้ำให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางเพื่อมารอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยเฉพาะ” (C2)

“ไม่เพียงพอและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของสถานที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะสถานที่ที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่นที่ ที่พักใกล้ริมฝั่งแม่น้ำ” (C3)

“ไม่เพียงพอ ควรพัฒนาที่พักได้อยู่ใกล้น้ำเนื่องจากท่านกวีเอกสุนทรภู่มีการเดินทางทางเหนือและควรเน้นองค์ประกอบความรู้ด้านเรือและเพิ่มเติมภาพประกอบเส้นทางเดินทางน้ำ” (C4)

“เพียงพอแล้วที่พักของนักท่องเที่ยวในตัวจังหวัดมีแต่นักท่องเที่ยวนิยมไปพักค้างแรมที่ต่างจังหวัดต่างอำเภอมากกว่า” (C5)

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีอาจมีน้อยแต่อยู่ต่างพื้นที่การแต่เป็นที่พักที่มีบรรยากาศสวยงามและเหมาะแก่การพักผ่อน แต่จะมีมากในอำเภอที่ติดทะเล” (C6)

“ไม่เพียงพอและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของสถานที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะสถานที่ที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว” (C7)

“ควรพัฒนาที่พักใกล้ริมฝั่งน้ำ เนื่องจากที่พักที่ได้กล่าวถึงมีการพัฒนาที่ไม่มากพอหากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวคณะใหญ่ก็ไม่สามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยว” (C8)

“ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะใกล้กับสถานที่เกี่ยวกับสุนทรภู่” (C9)

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายหรือไม่เพียงใด

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างสะดวกสบาย สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้อย่างดี ถึงแม้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ยังไม่ดีพอหรือได้รับมาตรฐาน แต่ก็สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกสบายได้เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว หากเป็นเส้นทางน่านอกเมืองอาจมีเรือในการนำเที่ยวได้” (C1)

“มีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเนื่องจากในปัจจุบันความสะดวกสบายเป็นส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ” (C2)

“ยังไม่เพียงพอ เช่น พาหนะในการเดินทางไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางจุดได้” (C3)

“มีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่อยู่ในเงื่อนไขที่ส่วนใหญ่ให้บริการ” (C4)

“สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างมีความพร้อมแม้จะไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์” (C5)

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีอาจมีน้อยแต่อยู่ต่างพื้นที่การแต่เป็นที่พักที่มีบรรยากาศสวยงามและเหมาะแก่การพักผ่อน” (C6)

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเนื่องจากในปัจจุบันได้มีการทำความร่วมมือระหว่างภาคชุมชนและภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง” (C7)

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากในปัจจุบันความสะดวกสบายเป็นส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ” (C8)

“มีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว” (C9)

6. การรับรู้ (Awareness) จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวตามรอยกวีนพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เช่น ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม และชีวิตกลางคืน ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะได้รับความสุข สร้างเสริมประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามรอยวิถีพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีร้านอาหารที่หลากหลาย การแสดงทางวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็ชอบในรสชาติของอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรมของคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น ๆ จังหวัดเพชรบุรีในยามกลางคืนก็มีร้านอาหารดาว - หวาน ที่ได้รับรางวัลเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ลองสัมผัสถึงรสชาติของอาหารได้อย่างหลากหลาย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“มีความพึงพอใจมากเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งหลายรูปแบบสถานที่ทางประวัติศาสตร์ มีการให้บริการอย่างหลากหลายและทั่วถึง” (C1)

“ได้รับความพึงพอใจ เพียงพอบอกความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมักจะชื่นชอบอาหารพื้นเมืองของจังหวัดเพชรบุรี” (C2)

“ได้รับความพึงพอใจ เพียงพอบอกความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมักจะชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นภูเขา และทะเล” (C3)

“ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจและได้เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีอาหารอร่อย เยอะมากโดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยวเนื้อและผัดไทย” (C4)

“ได้รับความพึงพอใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากหากพูดถึงเมืองเพชรบุรี นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมายแล้วยังมีทั้งร้านอาหารที่มีอาหารรสเลิศ” (C5)

“พึงพอใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (C6)

“ได้รับความพึงพอใจ” (C7)

“เพียงพอบอกความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมักจะชื่นชอบอาหารพื้นเมือง และสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม” (C8)

“พึงพอใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเมืองเพชรบุรีเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวจึงมีความครบถ้วนหลากหลาย” (C9)

7. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรี มีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม อย่างทั่วถึงและมากเพียงพอหรือไม่ ควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงและมากเพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และควรที่จะพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำหรือเส้นทางเดินทางเดินเรือ

โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้ามาพัฒนาและช่วยกันและที่ขาดไม่ได้เลย คือ งบประมาณในการสนับสนุนดังกล่าว

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“มีมากเพียงพอแล้วแต่ควรปรับปรุงพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ฝั่งแม่น้ำหรือเส้นทางการเดินเรือ” (C1)

“การให้บริการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว” (C2)

“ไม่เพียงพอ เนื่องจากบางสถานที่ที่เป็นที่ท่องเที่ยวที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยวทำให้เป็นบางสถานที่ที่ไม่เอื้อต่อการบริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง” (C3)

“มีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชร” (C4)

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ควรประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชนในการนำเสนอการท่องเที่ยวอย่างไรให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น” (C5)

“การให้บริการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอีกทั้งสถานพยาบาลก็มีพร้อมรับรอง” (C6)

“มีมากเพียงพอแล้วแต่ควรปรับปรุงพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ฝั่งแม่น้ำ” (C7)

“ไม่เพียงพอ บางสถานที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเยอะ ๆ ได้” (C8)

“มากเพียงพอแล้วแต่ควรปรับปรุงพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ฝั่งแม่น้ำหรือเส้นทางการเดินเรือ” (C9)

8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีครั้งแรกและตลอดเวลาการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์พร้อมหรือไม่ ควรพัฒนาด้านใด

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ลักษณะที่ปรากฏเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ครั้งแรกและตลอดเวลาในการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์ดี แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของการบริหารจัดการ ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและอาสาสมัครที่พร้อมให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“มีความพร้อมสมบูรณ์ดี แต่ควรเพิ่มในเรื่องของที่จอดรถในตัวเมืองให้มากขึ้น” (C1)

“ควรที่จะพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องระยะเวลา และสถานที่ให้ดีกว่านี้เนื่องจากสถานที่บางแห่งขาดการดูแลรักษาในเรื่องของความสะอาด” (C2)

“บางพื้นที่ขาดวิทยากรในการบรรยายให้ความรู้ซึ่งไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว” (C3)

“ควรพัฒนาปรับปรุงอย่างยิ่งในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ และทักษะในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้กับพนักงานของที่เข้าพัก” (C4)

“หากเป็นในด้านสถานที่นั้นมีความสมบูรณ์พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่เป็นการขาดบุคลากรแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ” (C5)

“บางพื้นที่ขาดวิทยากรในการบรรยายให้ความรู้ซึ่งไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว และขาดรถรับส่งในการสัญจรไปมา” (C6)

“ควรที่จะพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องระยะเวลา และสถานที่ให้ดีกว่านี้เนื่องจากสถานที่บางแห่งขาดการดูแลรักษาในเรื่องของความสะอาด” (C7)

“ควรพัฒนาปรับปรุงอย่างยิ่งในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ และทักษะในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้กับพนักงานของที่เข้าพัก” (C8)

“สมบูรณ์พร้อมแต่ความเพิ่มเรื่องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่พักและจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวกมากขึ้น” (C9)

9. ความเชื่อมั่น (Assurance) ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ความเชื่อมั่นในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่ควรช่วยเหลือและดูแลรักษาความปลอดภัย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ปลอดภัยเพียงพอต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะเป็นการเน้นที่การนั่งเรือ จะมีการตรวจสอบ ดูแลและรักษาความปลอดภัย” (C1)

“ปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากในธุรกิจการให้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ธุรกิจการให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก” (C2)

“มีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว” (C3)

“มีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครให้บริการ” (C4)

“ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมีเพียงพอเป็นไปตามบทบาทและหน้าที่ที่ควรจะเป็น และควรจะมีเท่านั้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจริง ๆ” (C5)

“ควรเพิ่มเติมการเล่าเรื่องราวให้สมจริงมากขึ้นเน้นเล่าเรื่องความเป็นมาของท่านสุนทรภู่กับจังหวัดเพชรบุรีที่มีความเป็นมาอย่างไรและเกิดขึ้นเมื่อไหร่ อย่างไร” (C6)

“ปลอดภัยเพียงพอต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะเป็นการเน้นที่การนั่งเรือ” (C7)

“การให้บริการ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก” (C8)

“ปลอดภัยเพียงพอต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว” (C9)

10. การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกจากการให้บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดเวลาในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ดีเพียงพอหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ความรู้สึกที่เราเป็นผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจและเห็นคุณค่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่เพียงพอแล้ว แต่ก็สามารถพัฒนาหรือเพิ่มในส่วนของอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉพาะในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรที่หลากหลายภาษาเพื่อสร้างความประทับใจ และเป็นการเพิ่มเติมประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ไม่เพียงพอขาดในเรื่องความสะดวกในการให้บริการในบางจุดที่ต้องมีการเดินเพื่อไปยังสถานที่ที่ต้องการ” (C1)

“ยังขาดในภาคส่วนของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของท่านสุนทรภู่อย่างเข้าใจแจ่มแจ้ง ควรมีบุคลากรที่ให้ความรู้ด้านนี้โดยตรง” (C2)

“ไม่เพียงพอและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของการเดินทาง ในการเข้ามาชมสถานที่ต่าง ๆ และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่จะสามารถแนะนำสิ่งต่าง ๆ” (C3)

“เพียงพอแล้วควรพัฒนาการประชาสัมพันธ์ทางด้านเรื่องราวความเป็นมาของท่านสุนทรภู่เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองโดยผู้ฟังเห็นภาพความเป็นจริงสอดคล้องกับเรื่องราวที่ได้รับฟัง” (C4)

“ยังขาดในภาคส่วนของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของท่านสุนทรภู่อย่างเข้าใจแจ่มแจ้ง ควรมีบุคลากรที่ให้ความรู้ด้านนี้โดยตรง” (C5)

“ขาดในภาคส่วนของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของท่านสุนทรภู่อย่างเข้าใจแจ่มแจ้ง ควรมีบุคลากรที่ให้ความรู้ด้านนี้โดยตรงและควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของการเดินทาง” (C6)

“ผู้ให้บริการมีความรู้ลึกที่ดีแต่อุปสรรคและปัญหาการดำเนินการตลอดผู้รับบริการต้องเกิดขึ้นบ้างซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้” (C7)

“เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามรอยท่านสุนทรภู่ทั้งในเรื่องของการดูแล เอาใจใส่ในเรื่องของความปลอดภัยอย่างใกล้ชิด ทุกขั้นตอน” (C8)

“ไม่เพียงพอ ยังขาดในเรื่องของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการนำเที่ยว” (C9)

ผลสรุป ด้านการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พบว่า โดยภาพรวมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีดีพอแล้ว แต่ก็ยังสามารถเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์ในส่วนของเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ หรือทางน้ำเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวตามรอยฯ และควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในหลากหลายช่องทางเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

คำถามข้อที่ 3 ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนาศาสนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. อะไรคือจุดแข็งของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดแข็ง คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอายุมานานกว่าร้อยปี มาแห่งมีอายุเป็นพันปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น และสถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรก็ยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลาชัย วัดเขาตะเครา วัดเขabanไดอิฐ ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จุดแข็ง คือ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีอายุมานานกว่าร้อยปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนในปัจจุบันได้เห็นและได้สัมผัส และยังมียุทธศาสตร์สถานที่ท่องเที่ยวที่บริเวณหน้าหน้าวัดพลับพลาชัยเพื่อยืนยันว่าท่านสุนทรภู่ได้เดินทางมาถึงที่จังหวัดเพชรบุรีจริง ๆ อีกทั้งสถานที่ดังกล่าวยังอยู่บริเวณชุมชนเมืองที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การไหว้พระที่วัดคู่บ้าน ชุมชนชาติบางตะบูน เล่าขานมาเรื่อย ๆ จนถึงอำเภอเมืองเพชรบุรี” (C1, C2, C3)

“จุดแข็ง คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่จริงในปัจจุบัน และปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวยังเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรี ไม่ว่าจะเป็นวัดพลับพลาชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขabanไดอิฐ

วัดเขาตะเครา ชุมชนชาติถ้ำเขาหลวง ถ้ำจันที่ท่านสุนทรภู่เคยไป” (C4, C5, C6)

“จุดแข็ง คือ ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมความสมบูรณ์ และได้สัมผัสกับพื้นที่จริง ตอนที่ท่านสุนทรภู่มาเยือนจังหวัดเพชรบุรี” (C7, C8, C9)

2. อะไรคือจุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดอ่อน คือ ความพร้อมของอาสาสมัครในการนำเที่ยว เพราะยังมีอาสาสมัครน้อย และบุคคลที่รู้เรื่องราวละเอียดเกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ยังน้อยมาก อีกทั้งผู้ที่มีความรู้เรื่องดังกล่าวนี้ในปัจจุบันอายุเริ่มเยอะขึ้น อาจจะไม่สะดวกในการให้ข้อมูลพร้อมนำชมสถานที่จริง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จุดอ่อน คือ เรายังขาดอาสาสมัคร หรือผู้ที่มีความรู้ในรายละเอียดเชิงลึกของสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวที่ปรากฏลงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีแล้ว เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพ” (C1, C2, C3)

“จุดอ่อน คือ การทำการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ และที่ขาดไม่ได้เลยคืองบประมาณในการสนับสนุน และควรให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมดำเนินการ” (C4, C5, C8)

“จุดอ่อน คือ ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ไม่มีงบประมาณในการสนับสนุน และยังขาดผู้ที่สามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาตามรอย” (C6, C7, C9)

3. อะไรคือโอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โอกาสที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโตได้ คือ การตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี โดยการทำโฆษณาทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เพราะการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มทั่วโลก และนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้ทั่วโลกได้รู้จักก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและสัมผัสกับบรรยากาศ และสถานที่จริง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“โอกาสที่สามารถทำได้ คือ การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งทางตรง ทางอ้อมทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ หรืออาจจะมีจัดจำลองเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่บนสื่อโซเชียลออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่จริง ได้สัมผัสถึงบรรยากาศ และแหล่งท่องเที่ยวที่มีอายุกว่าร้อยปี พันปี ที่ยังคงความสวยงาม และสมบูรณ์ของธรรมชาติ” (C1, C2, C3)

“โอกาสที่จะทำได้ คือ การอบรมให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัคร ให้เกิดความชำนาญในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (C4, C8, C9)

“ควรทำการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โฆษณาประชาสัมพันธ์ลงบนสื่อโซเชียลต่าง ๆ มีการอัปเดตข้อมูลที่ทันสมัยมากขึ้น ก้าวทันต่อเทคโนโลยีมากขึ้น จะได้เข้าถึงทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ” (C5, C6, C7)

4. อะไรคืออุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร คือ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มลพิษทางอากาศที่ความไม่มั่นคงทางการเมือง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“อุปสรรค คือ การแพร่ระบาดของเชื้อโรค มลพิษทางอากาศ ความไม่มั่นคงทางการเมือง สิ่งเหล่านี้เราไม่สามารถล่วงรู้ได้” (C1, C2, C3)

“อุปสรรคที่ทำให้การท่องเที่ยวดังกล่าวไม่เติบโต คือ ความไม่มั่นคงทางการเมืองงบประมาณที่ได้รับในการจัดสรรถึงจังหวัด โรคภัยต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้เราไม่สามารถรู้ได้เลยว่าจะได้เท่าไร ได้มายังไง จะหายไปเมื่อไร จะแพร่ระบาดกลับมาอีกเมื่อไร” (C4, C6, C9)

“อุปสรรคที่ทำให้การท่องเที่ยวไม่เติบโต คือ การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ความไม่มั่นคงทางการเมือง มลพิษทางธรรมชาติ งบประมาณที่ได้รับในการจัดสรรถึงจังหวัด โรคภัยต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้เราไม่สามารถรู้ได้เลยว่าจะได้เท่าไร ได้มายังไง จะหายไปเมื่อไร จะแพร่ระบาดกลับมาอีกเมื่อไร” (C5, C7, C8)

ผลสรุป ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า จุดแข็ง คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอายุมานานกว่าร้อยปี มาแห่งมีอายุเป็นพันปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น และสถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรก็ยังคงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลาย วัดเขาตะเครา วัดเขานันไดอิฐ ถ้าเขาหลวง ถ้าจัน เป็นต้น จุดอ่อน คือ ความพร้อมของอาสาสมัครในการนำเที่ยว เพราะยังมีอาสาสมัครน้อย และบุคคลที่รู้เรื่องราวละเอียดเกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ยังน้อยมาก อีกทั้งผู้ที่มีความรู้เรื่องดังกล่าวนี้ในปัจจุบันอายุเริ่มเยอะขึ้นอาจจะไม่สะดวกในการให้ข้อมูลพร้อมนำชมสถานที่จริง โอกาสที่จะทำการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทร

ภูโตได้ คือ การตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี โดยการโฆษณาทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เพราะการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มทั่วโลก และนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้ทั่วโลกได้รู้จักก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและสัมผัสกับบรรยากาศ และสถานที่จริง ในส่วนของอุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร คือ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มลพิษทางอากาศและความไม่มั่นคงทางการเมือง

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ตัวแทนจากนักวิชาการ (A : Academic) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ประกอบด้วย ปรารักษ์เมืองเพชร นักวิชาการอิสระ อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว อาจารย์ด้านการตลาด อาจารย์ด้านวัฒนธรรม อาจารย์ด้านประวัติศาสตร์ อาจารย์ด้านภาษาไทย และ NGO ด้านวัฒนธรรม รวมทั้งสิ้น 9 ราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยมากโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะหน่วยงานโดยเฉพาะโรงเรียนจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในช่วงวันสุนทรภู่เป็นส่วนใหญ่ และกล่าวถึงผลงานของท่าน แต่ไม่ได้ระบุเนื้อหาอย่างละเอียดโดยเฉพาะนิราศเมืองเพชร ซึ่งคนในพื้นที่รวมถึงนักท่องเที่ยวเองก็จะเห็นเพียงแต่อนุสรณ์ของสุนทรภู่บริเวณลานหน้าวัดพลับพลาย และจะจัดงานเฉพาะในวันสุนทรภู่ คือวันที่ 26 มิถุนายนของทุกปี เพื่อเป็นการระลึกถึงท่านเท่านั้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ได้พอ ควรจะมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว หรือการตลาด เท่าที่ควรในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอบกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ แต่ทางจังหวัดเองก็อยากจะมีการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ให้มากขึ้น เพราะในปัจจุบันเริ่มมีคนสนใจน้อยลง” (A1)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะมีการพัฒนาในส่วนของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของจังหวัด เพชรบุรีในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเดิมมีอยู่แล้ว เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีวัด วัง กลุ่มชนเผ่าเยออะ ทำให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เห็นอยู่บ้าง แต่ถ้าในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางจังหวัดยังไม่ได้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เรื่องนี้อย่างจริงจัง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเอง รวมถึงคนในจังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะชนรุ่นหลัง เห็นเพียงแค่อนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่ แต่ยังไม่ได้ทราบถึงความสำคัญของท่านว่าทำไม ต้องตั้งตรงหน้าวัดพลับพลายักษ์ ทำไมถึงอนุสรณ์สถานของท่าน แล้วนิราศเมืองเพชรเกี่ยวกับ จังหวัดเพชรบุรีมากนักน้อยเพียงใด” (A2)

“ยังไม่ได้พอ ทางจังหวัดเพชรบุรีควรจะมีการพัฒนาประชาสัมพันธ์ในเรื่องการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่เท่าที่ควร แต่จะมีการยกย่องเชิดชูเกียรติของท่านสุนทรภู่ในวันสำคัญของท่าน โดยการ กล่าวถึงประวัติของท่าน ผลงานของท่าน แต่โดยส่วนใหญ่จะจัดเฉพาะในสถานศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันทางจังหวัดได้มีการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวเป็นประจำในรูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เช่น โซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีให้เป็น ที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น” (A3)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางประชาสัมพันธ์จังหวัดเองยังไม่ได้ ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร” (A4)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว หรือการตลาด เท่าที่ควรในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอบกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ แต่ทางจังหวัดเองก็อยากจะมีการประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ให้มากขึ้น เพราะในปัจจุบัน เริ่มมีคนสนใจน้อยลง หรือบางทีอาจจะสับสนกันไปบ้าง และรู้จักท่านสุนทรภู่จากหนังสือ ตำรา ที่เคยเรียน แต่ไม่เคยเจาะลึกถึงเนื้อหาในบทประพันธ์นิราศเมืองเพชรที่แสดงถึงวิถีชีวิต

ความเป็นอยู่ รวมถึงประวัติของท่านอย่างจริงจัง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวแถวทะเลกันเป็นส่วนมาก” (A5)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะมีการพัฒนาในส่วนของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีวัด วัง กลุ่มชนเผ่าเยอะ ทางจังหวัดยังไม่ได้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เรื่องนี้อย่างจริงจัง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเอง รวมถึงคนในจังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะชนรุ่นหลังเห็นเพียงแค่อนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่” (A6)

“ยังไม่ได้พอ ทางจังหวัดเพชรบุรีควรจะมีการพัฒนาประชาสัมพันธ์ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เท่าที่ควร แต่จะมีการยกย่องเชิดชูเกียรติของท่านสุนทรภู่ในวันสำคัญของท่าน ทางจังหวัดเองได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และเคยเสนอการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์เข้าที่ประชุมเพื่อพิจารณางบประมาณในการนำมาใช้จ่ายในส่วนนี้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น” (A7)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะพัฒนาในส่วนของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางประชาสัมพันธ์จังหวัดเองยังไม่ได้ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการเข้ามาช่วยส่งเสริม และสนับสนุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A8)

“ยังไม่ได้พอ ควรจะมีการพัฒนาในส่วนของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเพชรบุรีในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเดิมมีอยู่แล้ว เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีวัด วัง กลุ่มชนเผ่าเยอะ ทำให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เห็นอยู่บ้าง แต่ถ้าในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางจังหวัดยังไม่ได้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เรื่องนี้อย่างจริงจัง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเอง รวมถึงคนในจังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะชนรุ่นหลังเห็นเพียงแค่อนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่ แต่ยังไม่ได้ทราบถึงความสำคัญของท่านว่าทำไมต้องตั้งตรงหน้าวัดพลับพลายักษ์ ทำไมถึงอนุสรณ์สถานของท่าน แล้วนิราศเมืองเพชรเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรีมากนักน้อยเพียงใด” (A9)

2. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการขาย ของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการขายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการผนึกรวมไปกับการขายประเภทอื่น ๆ เช่น การไหว้พระ 9 วัดในวันสำคัญทางศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี เทศกาลงานพระนครคีรี เป็นต้น อีกทั้งกลุ่มที่สนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีน้อยมากส่งผลให้การขายน้อยลง ดังนั้น ถ้าจะส่งเสริมการขายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน อาจจะต้องพ่วงไปกับการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ด้วย เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่ดีพอ เพราะยังไม่มีการขายแบบออนไลน์ และแบบออฟไลน์เท่าที่ควร อีกทั้งในด้านของการขายยังไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์แบบเจาะจงในเรื่องของการตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ แต่ทางหน่วยงานก็ได้มีการสนองนโยบายและมีการทำการประชาสัมพันธ์ในส่วนของการท่องเที่ยวที่มีการนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในนิราศของท่านสุนทรภู่มาจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว” (A1, A4)

“ยังไม่ดีพอในการพัฒนาด้านการขายนั้นไม่ว่าจะเป็นการขายแบบออนไลน์ หรือการขายแบบออฟไลน์ โดยทั่วไปทางหน่วยงานรวมถึงจังหวัดเองไม่ได้มีการขายเฉพาะเจาะจง แต่เราจะผนึกรวมเป็นเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระ ทำบุญ 9 วัน โดยวัดที่อยู่ในเพชรบุรีโดยเฉพาะในอำเภอเมือง จะมีหลายวัดที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ซึ่งสถานที่ที่เราจัดไว้ในเส้นทางก็เป็นส่วนหนึ่งของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่” (A2, A8, A9)

“ยังไม่ดีพอในเรื่องของศักยภาพด้านการขายโดยเฉพาะในเรื่องของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางจังหวัดไม่ได้ทำการขายอย่างเฉพาะเจาะจง แต่เราจะรวมการผนึกการขายไว้กับการท่องเที่ยวหรือสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ” (A3, A5)

“ควรพัฒนาในเรื่องของศักยภาพด้านการขายของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของบทกวีนิพนธ์ ผู้นำเที่ยวในด้านนี้โดยตรง และที่สำคัญ คือ งบประมาณในการดำเนินการจัดโครงการนี้” (A6)

“ยังไม่ได้พอในการพัฒนาด้านการขายนั้นไม่ว่าจะเป็นการขายแบบออนไลน์ หรือการขายแบบออฟไลน์ โดยทั่วไปทางหน่วยงานรวมถึงจังหวัดเองไม่ได้มีการขายเฉพาะเจาะจง แต่เราจะผนึกรวมเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวไหว้พระ ทำบุญ 9 วัน โดยวัดที่อยู่ในเพชรบุรี โดยเฉพาะในอำเภอเมือง จะมีหลายวัดที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของท่านสุนทรภู่ เช่น วัดเขาตะเครา ถ้ำเขาหลวง วัดพระนอน ถ้ำจัน วัดเขابันไดอิฐ วัดพลับพลาย เป็นต้น ซึ่งสถานที่ที่เราจัดไว้ในเส้นทางก็เป็นส่วนหนึ่งของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่” (A7)

3. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ยังน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย เพราะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เจาะจงเฉพาะการตามรอยนิราศ หรือตามรอยบทกวีนิพนธ์ต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทั่ววัย เพราะไม่ได้มีการทำการตลาดโดยตรง อีกทั้งยังไม่มีประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง เพราะบทกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่ ส่วนใหญ่เป็นการแต่งขึ้นตามจินตนาการของท่าน การมาทำธุระให้กับเจ้านาย และเป็นการแต่งกล่าวถึงการเยี่ยมชมธรรมชาติ การแวะตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการระลึกถึงหรือแวะเยี่ยมคนรู้จัก เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงภายในจังหวัดเอง ยังไม่ได้ระบุชัดเจนในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ทางหน่วยงานเองมีการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาดในด้านของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดเป็นประจำอยู่แล้ว โดยเฉพาะเวลามีเทศกาล หรืองานสำคัญภายในจังหวัด หรืองานสำคัญประจำปี ทางจังหวัดเองจะมีการจัดทำการตลาดโดยใช้การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระ ทำบุญ 9 วัดภายในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสถานที่ต่าง ๆ ที่ทางหน่วยงานจัดขึ้นจะเป็นสถานที่ที่สำคัญและมีอยู่ในนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่อยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา วัดมหาธาตุ ถ้ำเขาหลวง วัดพระนอน เป็นต้น” (A1)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงยังไม่ดีพอ ควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เจาะจงในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะเยาวชนคนรุ่นหลังส่วนใหญ่จะเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากสื่อโซเชียลออนไลน์ต่าง ๆ ยิ่งการท่องเที่ยวตามรอยนั้น ถ้าไม่มีการนำมาสร้างสรรค์ เป็นละคร ซีรีส์ หรือภาพยนตร์นั้นน้อยมากที่จะมีการท่องเที่ยวตามรอย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามรอยบทกวีนิพนธ์ เพราะในสังคมปัจจุบันต้องยอมรับว่า การอ่านบทกวีนิพนธ์ บทกลอน หรือนิราศ ได้รับความนิยมน้อยมาก ซึ่งถ้าเราจะทำการตลาดคงต้องใช้เวลา งบประมาณที่สูง แต่ถ้าทุกหน่วยงานร่วมกันก็อาจจะเห็นผลได้เร็ว และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยมากขึ้น” (A2)

“การตลาดในด้านนี้ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นการตลาดแบบออนไลน์ หรือการตลาดแบบออฟไลน์ ไม่มีการชี้ชัด หรือชี้เฉพาะเจาะจงในด้านในด้านหนึ่งด้านเดียว แต่ถ้าหากมีการทำการตลาดที่ดี มีการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควรเพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และยังเป็นการทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีควบคู่กันไปด้วย” (A3)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ การทำการตลาดทางตรงยังไม่ดีพอ ควรจะมีการทำการตลาดมากกว่านี้ รวมถึงการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน คนในพื้นที่” (A4)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงภายในจังหวัดเอง ยังไม่ได้รับชัดเจนในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ทางหน่วยงานเองมีการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาดในด้านของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดเป็นประจำอยู่แล้ว โดยเฉพาะเวลามีเทศกาล หรืองานสำคัญภายในจังหวัด หรืองานสำคัญประจำปี” (A5)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงยังไม่ดีพอ ควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เจาะจงในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะเยาวชนคนซึ่งถ้าเราจะทำการตลาดคงต้องใช้เวลา งบประมาณที่สูง แต่ถ้าทุกหน่วยงานร่วมกันก็อาจจะเห็นผลได้เร็ว และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยมากขึ้น” (A6)

“การตลาดในด้านนี้ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นการตลาดแบบออนไลน์ หรือการตลาดแบบออฟไลน์ ไม่มีการชี้ชัด หรือชี้เฉพาะเจาะจงในด้านในด้านหนึ่งด้านเดียว แต่ถ้าหากมีการทำการตลาดที่ดี มีการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร การท่องเที่ยวตามรอยนิราศ เมืองเพชรก็ไม่เรื่องยาก เพราะในจังหวัดเพชรบุรีก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบทนิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่หลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา บ้านบางครก ถ้าเขาหลวง ถ้าจันทน์ วัดเขาบันไดอิฐ วัดมหาธาตุ เป็นต้น หากแต่การทำการตลาดทางตรงควรจะต้องมีการร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน นำเรื่องนิราศเมืองเพชร ซึ่งเป็นนิราศเรื่องสุดท้ายของท่านสุนทรภู่มาทำเป็นละคร เหมือนเรื่องบุพเพสันนิวาส และมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และยังเป็นทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีควบคู่กันไปด้วย” (A7)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ การทำการตลาดทางตรงยังไม่ดีพอ ควรจะมีการทำการตลาดมากกว่านี้ รวมถึงการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน คนในพื้นที่ กลุ่มนักวิชาการ อีกทั้งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการป้องกันโดยการฉีดวัคซีน อาจจะได้รับผลกระทบน้อยกว่าที่ผ่านมา แต่ก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทางจังหวัดเอง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เองจะต้องประชุมหารือเพื่อทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างจริงจัง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังเป็นการริเริ่มการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของท่านสุนทรภู่ครั้งแรกที่จะเกิดขึ้นในจังหวัดเพชรบุรีก็เป็นได้” (A8)

“ควรมีการพัฒนาในเรื่องของการตลาดแบบออนไลน์ และการตลาดแบบออฟไลน์ รวมถึงการทำการตลาดทางตรงยังไม่ดีพอ ควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เจาะจงในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะเยาวชนคนรุ่นหลังส่วนใหญ่จะเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากโซเชียลออนไลน์ต่าง ๆ ยิ่งการท่องเที่ยวตามรอยนั้น” (A9)

4. ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ดีพอหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ที่ผ่านมายังไม่มีการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะด้านเดิมนั้นใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ โฆษณาพอสมควร และต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาดพอสมควรที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ติดตลาดเป็นที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว เพราะต้องใช้ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ยกตัวอย่าง งานพระนครคีรีที่ทางจังหวัดเพชรบุรีสามารถจัดขึ้นได้ทุกปีเพราะได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นอย่างดี อีกทั้งมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทำการตลาดเป็นเวลานาน จนเป็นจุดสนใจและถือว่าเป็นเทศกาลที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเข้าร่วมงาน

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรพัฒนาในส่วนของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวในส่วนของการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเรามีอยู่แล้ว แต่ถ้าถามในส่วนของการจัดกิจกรรมเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางจังหวัดยังไม่ได้มีการทำการตลาดด้านนี้อย่างจริงจัง จะมีแค่ในหน่วยงานราชการ เช่น โรงเรียนที่มีการจัดกิจกรรมการแสดงในวันสุนทรภู่ การประกวดร้อยกรอง การประกวดสุนทรพจน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางโรงเรียนต้องจัดอยู่แล้วทุกปี โดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม” (A1)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะด้านเพื่อเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ทางหน่วยงานยังไม่ได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษและทำการต่อยอดทางการตลาดด้านนี้โดยเฉพาะ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการเล่นน้ำทะเล การเดินเล่นริมชายหาด การไหว้พระ การเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม การชิมอาหาร การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน การถ่ายรูปบนถนนคนเดิน เป็นต้น” (A2)

“ควรพัฒนาในส่วนของการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในทางจังหวัด และทางหน่วยงานเองยังไม่ได้ชัดเจนและจริงจังกับเรื่องนี้ เนื่องจากว่าการที่เราจะจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวนั้น ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เหมือนงานพระนครคีรีของจังหวัดที่จัดขึ้นมาเป็นประจำทุกปี และต้องมีการทำการตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์กันมาเรื่อย ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด หรือนักเดินทางที่ขับรถผ่านจังหวัดเพชรบุรีไปสู่ภาคใต้ได้เห็นป้ายกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าว อีกทั้งต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการการตลาดพอสมควร กว่าที่จะมาเป็นงานพระนครคีรีที่สมบูรณ์แบบ” (A3)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และในส่วนของการต่อยอดทางการตลาดเพื่อจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางหน่วยงานเองยังไม่ได้จัดกิจกรรมนี้เพื่อการต่อยอดทางการตลาดอย่างชัดเจน แต่ทางหน่วยงานจะพยายามกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยจะต้องการตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่วนเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามรอยให้เหมือนการท่องเที่ยวตามรอยออเจ้า จากละครเรื่องบุพเพสันนิวาส อีกทั้งจะพยายามทำการตลาดเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรีให้เหมือนการจัดงานพระนครคีรีที่ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทำให้จัดมาได้ถึงทุกวันนี้” (A4)

“ควรพัฒนาในส่วนของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น” (A5)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันนั้น ทางหน่วยงานยังไม่ได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษและทำการต่อยอดทางการตลาดด้านนี้โดยเฉพาะ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นการเล่นน้ำทะเล การเดินเล่นริมชายหาด การไหว้พระ การเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม การชิมอาหาร การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน การถ่ายรูปบนถนนคนเดิน เป็นต้น” (A6)

“ควรพัฒนาในส่วนของการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในทางจังหวัด และทางหน่วยงานเองยังไม่ได้ชัดเจนและจริงจังกับเรื่องนี้ เนื่องจากว่าการที่เราจะจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อต่อยอดทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวนั้น ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนของจังหวัดเพชรบุรีไปสู่ภาคใต้ได้เห็นป้าย

กิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าว อีกทั้งต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการ การตลาดพอสมควร กว่าจะมาเป็นงานพระนครคีรีที่สมบูรณ์แบบ” (A7)

“ควรพัฒนาในเรื่องของการจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และในส่วนของ การต่อยอดทางการตลาดเพื่อจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ทางหน่วยงานเองยังไม่ได้จัดกิจกรรมนี้เพื่อการต่อยอดทางการตลาด” (A8, A9)

5. จังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้หรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ จังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้ ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการต่าง ๆ เพราะในปี พ.ศ. 2564 จังหวัดเพชรบุรีได้รับการยกย่องจาก UNESCO ให้เป็นเมืองเครือข่ายสร้างสรรค์ด้านอาหารและเพื่อให้เป็นที่รู้จักในปัจจุบันทางจังหวัดเองมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของจังหวัด เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรี แม้กระทั่งการโฆษณาขึ้น Billboard เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี หรือขับรถผ่านจังหวัดเพชรบุรีได้เห็นถึงการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมากขึ้น และจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ต่างจากจังหวัดอื่น เพราะจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่ต้องขับรถผ่านเมื่อนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้ บางท่านอาจจะแวะเที่ยว แวะพักรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเองควรจะมีการพัฒนาในเรื่องการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มากขึ้นถ้าอยากให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพราะจังหวัดเพชรบุรีเองก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรไม่น้อย ไม่ว่าจะเป็น วัดเขาตะเครา วัดพระนอน วัดเขابันไดอิฐ วัดมหาธาตุ วัดพลับพลาชัย ถ้าเขาหลวง ถ้าจัน เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ถ้าถามว่าจังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นจังหวัดหรือเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้ไหม ต้องบอกเลยว่าได้ เพราะจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่แล้ว เพราะมีชายหาด และทะเลที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมาเที่ยว รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้าน

ชาวเผ่าต่าง ๆ เช่น ชนเผ่าไทดำ หรือชนเผ่าไทยทรงดำ กะเหรี่ยงบ้านยางน้ำกลัดใต้ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น โครงการหุบกะพง โครงการซังห้วยม้งตามพระราชดำริ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น” (A1, A2)

“จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำอยู่แล้ว เพราะจังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น พระนครคีรี (เขาวัง) ถ้าเขาย้อย ถ้าจันทมหาราชาตุรวิหาร Street Art ถนนสายศิลปะของเพชรบุรี แหลมผักเบี้ย สวนตาลสูงถนนมหาชะอำ เชื้อนแก่งกระจาน ซึ่งเป็นมรดกโลก เป็นต้น ถ้าจะถามว่าจังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ได้ไหม สามารถเป็นได้ แต่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกหน่วยงาน” (A3, A6)

“ถ้าจะพูดว่าจังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่บอกได้เลยว่ามีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูง เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่กล่าวถึงในนิราศเมืองเพชรอยู่หลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขาตะเครา วัดพระนอน ถ้าเขาหลวงและที่สำคัญมีอนุสรณ์สถานของกวีเอกสุนทรภู่อยู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลายชัย และบริเวณนั้นจะเป็นการจัดแสดงผลงานการขยายของ ซึ่งควรอนุรักษ์เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ระลึกถึง” (A4)

“จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำอยู่แล้ว ถ้าจะถามว่าจังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ได้ไหม สามารถเป็นได้ แต่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน นักวิชาการ ที่พร้อมจะพัฒนาและส่งเสริมให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A5, A7)

“จังหวัดเพชรบุรีสามารถเป็นจังหวัดหรือเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้ไหม ต้องบอกเลยว่าได้ เพราะจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่แล้ว เพราะมีชายหาด และทะเลที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมาเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ชายหาดชะอำ หาดปึกเตียน เชื้อนแก่งกระจาน เขาพะเนินทุ่ง รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร” (A8, A9)

6. ท่านคิดว่าจังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อะไรที่น่าสนใจในการนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งในแต่ละเส้นทางไม่ว่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่น่าสนใจและอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรหลายแห่ง ได้แก่ วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) วัดพลับพลาชัย สวนอนุสรณ์สุนทรภู่ ถ้ำเขาหลวง วัดเขabanไดอิฐ เป็นต้น ส่วนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี มีสถานที่หลายแห่งที่ได้กล่าวถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ได้แก่ วัดเขาตะเครา วัดคู้งดำหนัก บางตะบูน เป็นต้น ซึ่งเราสามารถนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้หลากหลายเส้นทาง หรืออาจมีการสอดแทรกสถานที่ท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ในละแวกเดียวกันไปด้วยพร้อมทั้งยังได้เรียนรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่น่าสนใจหลากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี หรือเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 2 เส้นทางสามารถเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวกันได้เพราะแต่ละที่ได้ใกล้เคียงกันสามารถนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืนก็ได้” (A1, A2)

“เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้มีหลากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางเฉพาะการตามรอยนิราศเมืองเพชรของท่านกวีเอกสุนทรภู่เฉพาะในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี หรือเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เพราะทั้ง 2 ตำบลมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์ซึ่งทั้ง 2 ตำบลสามารถนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแบบ One Day Trip หรือการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน” (A3)

“จังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่งในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ไม่ว่าจะเป็น เส้นทาง การท่องเที่ยวในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เพราะสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งเป็นส่วนหนึ่งในที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา วัดเขابันไดอิฐ บางตะบูน วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพระพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) อนุสรณ์สถานสุนทรภู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลาชัย เป็นต้น” (A4, A6)

“จังหวัดเพชรบุรีมีเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลากหลายเส้นทางไม่ว่าจะเป็นเส้นทางในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองเพชรบุรี เส้นทางในตำบลบ้านแหลม อำเภอ บ้านแหลม หรือแม้กระทั่งเส้นทางอื่น ๆ เพราะเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีวัดเยอะมากไม่ต่างจาก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ว่าจะเป็นวัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลาชัย วัดคงคาราม วรวิหาร เป็นต้น” (A5, A7)

“จังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ที่น่าสนใจหลากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในตำบลคลองกระแซง อำเภอเมือง เพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 2 เส้นทางสามารถเชื่อมโยงสถานที่ ท่องเที่ยวกันได้เพราะแต่ละที่ไม่ได้ไกลกัน หรืออาจจะเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านสุนทรภู่ ได้เดินทางผ่านพร้อมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่อยู่ในละแวกเดียวกันได้” (A8, A9)

7. จังหวัดเพชรบุรีมีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การทำการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยเฉพาะนั้น ทางจังหวัด เพชรบุรีเองยังไม่มีทำการตลาดแบบเฉพาะเจาะจงในเรื่องนี้ แต่ถ้าในภาพรวมทางจังหวัด เองมีทุนเดิมอยู่แล้วทั้งในด้านสถานที่ นักท่องเที่ยว และกิจกรรม แต่ในการจัดกิจกรรม แต่ละครั้งเราควรจะต้องถึงงบประมาณและตรงตามแผนพัฒนาจังหวัดหรือยุทธศาสตร์ของ จังหวัดหรือไม่ เพราะในการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น จะต้องใช้ งบประมาณในการจัดกิจกรรมและทำการตลาดดังกล่าว

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ยังไม่มากพอพัฒนาต่อได้ โดยเน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอย อาจจะคล้าย ๆ กับการท่องเที่ยวตามรอยอ้อเจ้า จากละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” แต่จุดเด่นของการทำตลาดของจังหวัดเพชรบุรี อาจจะเน้นในเรื่องของการตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อให้คนรุ่นหลังได้รู้จักในบทกวีนิพนธ์ รักความเป็นไทย โดยอาจจะเปิดเส้นทาง การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้เรือเป็นพาหนะในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ก็ถือว่าเป็นการทำการตลาดรูปแบบใหม่ในจังหวัดเพชรบุรี” (A1, A2)

“ยังไม่มากพอ แต่สามารถพัฒนาได้ด้วยการทำการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ให้มากขึ้น อาจจะมีการทำคลิปวิดีโอเส้นทาง การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่อำเภอบ้านแหลม จนมาถึงอำเภอเมืองเพชรบุรีเมือง รวมทั้งการทำคลิปวิดีโอที่เกี่ยวกับอาหารที่ทำด้วยน้ำตาลโตนด หรือลูกตาล หรืออาจจะเป็นการบรรยายหรือแปลบทกวีนิพนธ์นิราศกับสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบันว่า เส้นทางที่ท่านสุนทรภู่เคยเดินทางผ่านในอดีตและปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง คงอยู่ หรือหายไปอย่างไรบ้าง” (A3, A7)

“การทำการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบเฉพาะเจาะจงนั้นยังไม่มากพอ แต่เรามีทุนเดิมอยู่แล้ว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเองให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ถ้าเราจะทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น ต้องขึ้นอยู่กับงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรมาในการจัดกิจกรรม” (A4)

“ยังไม่มากพอ ควรที่จะมีการที่เราจะทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นเราสามารถทำได้ แต่ต้องอาศัยงบประมาณ ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเส้นทาง การท่องเที่ยวเฉพาะด้าน เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยได้เข้าใจและเรียนรู้ พร้อมทั้งสามารถกลับมาเที่ยวซ้ำได้อีก แต่ที่จะขาดไม่ได้เลยคืองบประมาณในการทำการตลาด ซึ่งต้องได้รับการจัดสรรที่มากพอ และจัดสรรทุกปี เพราะการทำการตลาดควรจะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่ทำ ๆ หาย ๆ ไม่เช่นนั้นทำไปก็มีความหมาย” (A5, A8, A9)

“ยังไม่มากพอ แต่สามารถพัฒนาได้ด้วยการทำการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ให้มากขึ้น อาจจะมีการทำคลิปวิดีโอเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายในจังหวัดเพชรบุรีกล่าวถึงกวีนิพนธ์นิราศกับสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบันว่าเส้นทางที่ท่านสุนทรภู่เคยเดินทางผ่านในอดีตและปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงคงอยู่ หรือหายไปอย่างไรบ้าง” (A6)

8. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรมีการแก้ไขอะไรบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในภาพรวมคนในจังหวัดเพชรบุรีจะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของจังหวัดเป็นประจำทุกครั้งที่ ไม่ว่าจะเป็นงานพระนครคีรี กิจกรรมถนนคนเดิน หรืองานวันสำคัญต่าง ๆ ซึ่งการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จะต้องพัฒนาในเรื่องของประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับท่าน และที่มีในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เพื่อให้คนในชุมชน หรือคนในจังหวัดเพชรบุรี ได้เรียนรู้ไปพร้อมกัน และกระตุ้นให้คนในชุมชนคนในจังหวัดได้มีส่วนร่วมและช่วยกันประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสามารถแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้อย่างคล่องแคล่ว และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การให้ความร่วมมือของคนในจังหวัดเพชรบุรีในการดำเนินการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัดนั้นโดยปกติคนในจังหวัดให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี พร้อมเข้าร่วมในทุกกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมของคนในหมู่บ้าน ชุมชน หรือของจังหวัด ซึ่งเราจะได้เห็นถึงความสามัคคีของคนจังหวัดเพชรบุรี และถ้าอยากให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นไม่ยาก เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมเยอะ” (A1, A2)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีจะให้ความร่วมมือกับการจัดกิจกรรมของจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างดี ไม่จะเป็นการจัดงานพระนครคีรี กิจกรรมถนนคนเดิน กิจกรรมวันสำคัญต่าง ๆ ทางศาสนา หรืองานพิธีการที่สำคัญต่าง ๆ ต้องใช้เวลาในการอบรม พัฒนา คนในชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจในประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (A3, A6)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของจังหวัดเป็นอย่างดี แต่ถ้าจะให้คนในจังหวัดเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นจะต้องใคร่ครวญในจังหวัด เข้าใจในเรื่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เข้าใจในประวัติความเป็นมา สามารถอธิบายให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีได้เห็นถึงความสำคัญและอยากจะมาเที่ยวชมและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” (A4)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของจังหวัดเป็นอย่างดี แต่ในช่วงสถานการณ์โควิดแพร่ระบาดทำให้คนในจังหวัดยังไม่ค่อยให้ความร่วมมือเต็มที่เท่าที่ควร เพราะต่างคนต่างกลัว แต่ในปัจจุบันคนในจังหวัดเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมมากขึ้น เพราะสถานการณ์โควิดเริ่มลดลง ผู้คนเริ่มออกมาทำกิจกรรมมากขึ้น การที่จะให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ก็ไม่น่ายาก แต่ต้องให้คนในชุมชนได้เรียนรู้และเข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มากขึ้น เพราะจะได้อธิบายและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอยากจะมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่มากขึ้น” (A5, A7)

“การให้ความร่วมมือของคนในจังหวัดเพชรบุรีในการดำเนินการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และเป็นการหารายได้ให้กับคนในชุมชน แต่ต้องมีการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินการในส่วนนี้เพื่อให้คนในชุมชน คนในจังหวัดได้เห็น ว่า จังหวัดเพชรบุรีต้องการที่จะกระตุ้นให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่นิยม และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น” (A8, A9)

9. คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อเพิ่มความรู้ให้ชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังน้อยมาก ควรจะพัฒนาและส่งเสริม รวมถึงให้ความรู้ในเรื่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เนื้อหาในนิราศเมืองเพชร สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับท่านสุนทรภู่ที่เดินทางมาถึงเพชรบุรี ประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ รวมถึงการเปรียบเทียบต่าง ๆ เพื่อให้คนในจังหวัดได้เห็นถึงความสำคัญและอนุรักษ์ภาษาไทย และยังให้คนรุ่นหลังได้เห็นถึงความสวยงามในการใช้ภาษาไทยของท่านสุนทรภู่ในการพรรณนา การเล่นคำ อีกทั้งยังเป็นการให้คนในจังหวัดเพชรบุรีช่วยกันพัฒนา

และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความผูกพันกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นอย่างดี แต่ถ้าถามว่ารู้รายละเอียดเฉพาะเจาะจงในแต่ละพื้นที่หรือไม่ นั้น ก็อาจจะพูดได้ว่าไม่ทุกคน ฉะนั้น การที่เราจะให้คนในจังหวัดเพชรบุรีรู้จักทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น อาจจะต้องมีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้คนในจังหวัดได้เรียนรู้และสนใจเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่รู้จักของคนในจังหวัดได้เป็นอย่างดีและพร้อมที่จะให้ข้อมูลที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” (A1, A2)

“ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่คนในจังหวัดเพชรบุรีจะรู้จักกันอยู่แล้ว แต่อาจจะไม่ได้รู้ถึงรายละเอียดของสถานที่นั้น ๆ อย่างชัดเจน เช่น ประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ ความเป็นมาของบทกวีนิพนธ์นิราศ ความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ ฉะนั้นเราควรจะมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่คนในจังหวัดหรือเปิดอบรมให้กับบุคคลที่สนใจ บริษัททัวร์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะเข้ามาทำการนำเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อให้เข้าใจถึงประวัติความเป็นมา คุณค่า ความสำคัญของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าว” (A3)

“คนในจังหวัดได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพิ่มเติมในเชิงลึกทั้งในส่วนของประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ บทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร การเล่นคำในภาษาไทย สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร อีกทั้งยังเป็นการท่วงแห่น สร้างสรรค์ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่ว่าจะเป็นประวัติความเป็นมาของวัดแม่กระแทงอาหารที่มีส่วนผสมของน้ำตาลโดนดที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวไว้” (A4)

“คนในจังหวัดเพชรบุรีจะต้องได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพิ่มเติมในเชิงลึก ทั้งในส่วนของประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ บทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร การเล่นคำในภาษาไทย สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร อีกทั้งยังเป็นการท่วงแห่น

รักษา และอนุรักษ์ไว้ให้คนรุ่นหลังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของภาษาไทย การเล่นคำ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีความสำคัญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังสร้างสรรค์ให้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่ว่าจะเป็นประวัติความเป็นมาของวัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขาตะเครา วัดเขaban ไตอิฐ วัดคุ้งตำหนัก วัดพลับพลาย บึงตะบูน ไม่เว้นแม้กระทั่งอาหารที่มีส่วนผสมของน้ำตาลโตนดที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวไว้” (A5, A7)

“ควรจะต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมแก่คนในจังหวัดเพชรบุรี โดยอาจจะเริ่มจัดอบรมให้กับหน่วยงานภาครัฐก่อน คือ คุณครู เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะถ้าให้ไปเริ่มจากคนในจังหวัดเลยนั้นอาจจะยาก เพราะการที่จะให้คนในจังหวัดนั้นเข้ามาฝึกอบรม หรือมานั่งฟังการบรรยายนั้น เท่าที่มีประสบการณ์คือ น้อยมาก แต่ถ้าเรามีวิทยากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะในด้านนี้ และไม่วิชาการจนเกินไป อาจจะได้รับความสนใจจากคนในจังหวัดพอสมควร แต่อย่าลืมว่าในการจัดกิจกรรมใด ๆ จะต้องได้รับงบประมาณ หรือได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหรือจากจังหวัด เพราะสิ่งที่เราจัดอบรม และให้ความรู้ นั่นคือการช่วยกันพัฒนาและประชาสัมพันธ์ให้จังหวัด” (A8, A9)

ผลสรุป ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะหน่วยงานโดยเฉพาะโรงเรียนจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในช่วงวันสุนทรภู่เป็นส่วนใหญ่ และกล่าวถึงผลงานของท่าน แต่ไม่ได้ระบุเนื้อหาอย่างละเอียดโดยเฉพาะนิราศเมืองเพชร ซึ่งคนในพื้นที่รวมถึงนักท่องเที่ยวเองก็จะเห็นเพียงแต่อนุสรณ์ของสุนทรภู่บริเวณลานหน้าวัดพลับพลาย และจะจัดงานเฉพาะในวันสุนทรภู่ คือวันที่ 26 มิถุนายนของทุกปี เพื่อเป็นการระลึกถึงท่านเท่านั้น

คำถามข้อที่ 2 การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีดีพอแล้วหรือยัง ต้องเพิ่มเติมอะไรหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเชื่อมต่อกันอย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทางต่าง ๆ เช่น รถตู้สาธารณะ รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี เส้นทางที่น่าสนใจและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรต้องเพิ่มการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีได้มีการปรับปรุง และพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นรวมถึงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกโดยเฉพาะการจราจรทางบก แต่ในส่วนของการจราจรทางน้ำเพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวตามรอยนั้น ต้องได้รับงบประมาณในการสนับสนุน” (A1, A2)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันเข้าถึงได้ง่ายกับการจราจรทางบก ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ รถไฟ รถรับจ้าง รวมถึงรถแท็กซี่ที่เป็นสัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของจังหวัดเพชรบุรี และจะต้องมีการประชาสัมพันธ์การเปิดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น” (A3, A6)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันดีครบถ้วนสมบูรณ์อยู่แล้วเพราะทางจังหวัดเองได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นเรื่องเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การคมนาคมที่สะดวกมากขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับคนในจังหวัด” (A4)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะทางบก แต่ถ้าจะให้ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมอาจจะเพิ่มเติมการจราจรทางน้ำ ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ถ้ามีการเพิ่มเส้นทางจราจรทางน้ำ อาจจะต้องมีงบประมาณที่คอยสนับสนุน และการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่นิยม” (A5, A7)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันดีครบถ้วนสมบูรณ์อยู่แล้วเพราะทางจังหวัดเองได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นเรื่องเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อจะได้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอย” (A8, A9)

2. สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ประทับใจหรือไม่ ต้องมีการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีมีทุนเดิมทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางสายบุญ ที่ถูกกล่าวถึงในนิราศเมืองเพชร จำนวน 16 แห่ง เส้นทางสายธรรมชาติ แต่สิ่งที่อยากให้พัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การจัดรถรางนำเที่ยววัดหรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อีกทั้งสถานที่ดังกล่าวอาจจะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอื่น สามารถนำมาเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ หรือจัดให้มีเส้นทางทดลองการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบไปเช้า – เย็นกลับเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรมีการจัดอบรมอาสาสมัครนำเที่ยว เพื่อให้สามารถนำเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“สิ่งดึงดูดใจ เดิมมีทุนทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว และเมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะได้รับประสบการณ์อันน่าประทับใจทุกครั้ง เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีกิจกรรมมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมเปิดประสบการณ์ใหม่ และอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (A1, A2)

“พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทางจังหวัดเองควรจะมียงบประมาณในการจัดสรรเพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวจำลองในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยให้อาสาสมัครที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในบทกวีมากล่าวแนะนำประวัติความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A3, A6)

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวทะเล ไหว้พระ อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีเองเดิมมีทุนทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว และมีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยเริ่มตั้งแต่บางตะบูน วัดคู้งดำหั่น

วัดเขาตะเครา วัดเขานันไดอิฐ วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดพลับพลาชัย เป็นต้น หากเราต้องการที่จะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทางจังหวัดเองควรจะมึงบประมาณในการจัดสรรเพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวจำลองในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยให้อาสาสมัครที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในบทกวีมากล่าวแนะนำประวัติความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A4)

“สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีนั้น มีทุนเดิมทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว อีกทั้งพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และควรพัฒนาในเรื่องของการอบรมอาสาสมัครให้มีความเชี่ยวชาญในด้านภาษาให้มากขึ้นโดยเฉพาะภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีจะใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนในการสื่อสาร และควรจะมีการเส้นทางท่องเที่ยวจำลองในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อเป็นการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเบื้องต้นในเรื่องของเส้นทาง และสามารถนำมาต่อยอดและพัฒนาให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกเส้นทางหนึ่งที่เมื่อไรก็ตามที่มาเพชรบุรีนักท่องเที่ยวทุกคนต้องมาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A5, A7)

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวทะเล ไหว้พระ อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีเองเดิมมีทุนทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว และมีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A8, A9)

3. กิจกรรม (Activities) ขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีการทำกิจกรรมหรือไม่ และควรจะมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมมีหลากหลายกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการไหว้พระ ทำบุญ การเที่ยวชมธรรมชาติ แต่ควรจะมีการส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยโดยเน้นกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เช่น การสอนแต่งนิราศ การจัดนิทรรศการอย่างถาวรเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชม และหรือนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยสามารถทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในชุมชนได้ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม “ปั้นดินให้ดัง” “ดอกกลาย สร้างศิลป์” เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการดอกหน้าใหญ่ หรืออาจจะเพิ่มเติมการ

ท่องเที่ยวตามรอยโดยใช้รถเล้ง ซึ่งเป็นรถประจำท้องถิ่นเมืองเพชรในการนำเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย หรืออาจจะมีการจัดแรลลี่วัฒนธรรม โดยการแต่งกายด้วยชุดไทยเพื่อสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร หรือการแสดงละครชาตรี ในเรื่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร การประกวดภาพวาดระบายสี เป็นต้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ขณะพำนักรถอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการไหว้พระทำบุญ ซึ่งก็เป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว แต่ถ้าจะให้เพิ่มเติมควรที่จะเพิ่มในส่วนของการแต่งกายชุดไทยในสมัยของท่านสุนทรภู่ และร่วมเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ หรือจะเป็นการถ่ายรูปตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้ได้สัมผัสบรรยากาศการล่องเรือพร้อมกับการแต่งกายด้วยชุดไทยในสมัยนั้นด้วย” (A1, A2)

“กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้เมื่อมาถึงจังหวัดเพชรบุรี คือ การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยการไหว้พระ ทำบุญ วัดที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์ ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา วัดเขابันไดอิฐ วัดพลับพลาชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร เที่ยวชมถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน ชิมอาหารท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศและความรู้สึกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ควรที่จะเพิ่มเติมในเรื่องของอาสาสมัครในการนำเที่ยวให้มีการนำเที่ยวหลากหลายภาษา” (A3, A4, A6)

“กิจกรรมที่ควรจัดเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยวทางจังหวัดเองควรจัดสรรงบประมาณในการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้ตรงกับแผนพัฒนาจังหวัด หรือแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด และควรทำการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีเพื่อมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A5, A7)

“กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้เมื่อมาถึงจังหวัดเพชรบุรี คือ การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยการไหว้พระ ทำบุญ วัดที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์ ไม่ว่าจะเป็นวัดเขาตะเครา วัดเขابันไดอิฐ วัดพลับพลาชัย วัดมหาธาตุวรวิหาร เที่ยวชมถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน ชิมอาหารท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศและความรู้สึกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่ควร

จะเพิ่มเติมในเรื่องของอาสาสมัครในการนำเที่ยวให้มีการนำเที่ยวหลากหลายภาษา มีการจำลองเส้นทางท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำ” (A8, A9)

4. ที่พัก (Accommodation) จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักทั้งด้านประเภทและด้านราคาที่หลากหลายเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่พักต่างกันหรือไม่ ต้องการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ที่พักภายในจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะจังหวัดเพชรบุรีมีที่พักแบบหลากหลายทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น แต่สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติม คือ การจัดโปรโมชั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่พักไปในตัวด้วย โดยเฉพาะที่พักที่อยู่ใกล้แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ภายในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และควรมีบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรที่ประทับใจแต่ละบท พร้อมภาพประกอบที่สวยงามให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักได้อ่านและสร้างความประทับใจและอยากเข้ามาพักซ้ำ และต้องมีความปลอดภัย สะดวก ได้รับมาตรฐาน SHA การันตีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าพัก โดยเฉพาะธุรกิจที่พักที่อยู่ตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยทางที่พักเองอาจจะต้องมีการสร้างบรรยากาศโดยรอบให้เหมือนสมัยก่อน มีการตกแต่งที่พักให้เข้ากับบรรยากาศของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร หรืออาจจะมีบทกลอนที่ประทับใจ พร้อมรูปภาพประกอบติดประกอบเพื่อเป็นเสน่ห์และสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพัก” (A1, A2)

“ธุรกิจที่พักของจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะมีหลากหลายประเภท หลากหลายราคา ซึ่งแล้วแต่นักท่องเที่ยวว่าสนใจและจะเข้าพักรูปแบบใด ราคาเท่าไร แต่อาจจะต้องพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องของการจัดเตรียมที่พักหรือการสร้างบรรยากาศภายในที่พักให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยเฉพาะที่พักที่อยู่ตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม และตำบลคลองกระแชง อำเภอเมืองเพชรบุรีรวมถึงการจัดโปรโมชั่นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ที่พักให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักหลังจากที่ประเทศไทยพบกับปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นซบเซาลงมาก การ

เดินทางท่องเที่ยววันนั้นน้อยลงเพราะนักท่องเที่ยวยังคงกลัวการแพร่ระบาดของเชื้อโรคดังกล่าว” (A3, A4, A6)

“จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักเพียงพอ และหลากหลายตรงกับความต้องการและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ สิ่งที่ต้องการให้เกิดการพัฒนา คือ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งสถานการณ์ค่อนข้างรุนแรง ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวหยุดชะงัก แต่เมื่อสถานการณ์

การแพร่ระบาดของเชื้อดังกล่าวลดลง และได้กลายเป็นโรคประจำถิ่น ธุรกิจที่พักต่าง ๆ ควรจะต้องมีการพัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน SHA หรือมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด จะเป็นอีกหนึ่งในการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว” (A5, A7)

“ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีมีเพียงพอ แต่ควรมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับผู้ที่มาพักสำหรับมาศึกษาหรือมาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และที่พักเองควรมีคำคมของท่านสุนทรภู่ บทกวีแต่ละบทที่อ่านแล้วประทับใจ ติดไว้บริเวณที่พัก หรือในห้องพัก หรืออาจมีรีสอร์ททางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการต่อยอดและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” (A8, A9)

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะทำให้การพำนักรและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายหรือไม่ เพียงใด

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่ทำให้การพำนักรและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ แต่เมื่อถึงเทศกาลงานสำคัญอาจจะมีไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและให้บริการได้ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะการให้บริการกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อย่างนักท่องเที่ยวที่มาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่เราสามารถปรับเป็นการให้บริการนักท่องเที่ยวแบบออนไลน์ได้ เพราะการท่องเที่ยวในโลกโซเชียลสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา และง่ายต่อการเดินทาง รู้จุด รู้แหล่ง และอยากให้พัฒนาในเรื่องของสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก

สะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในพื้นที่ในการหาข้อมูลหรือการถ่ายรูปลงโซเชียลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีไปพร้อมกันด้วย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่ทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายเพียงพอและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นระบบการขนส่ง ระบบที่พัก บ้ายบอกทาง ห้องสุขา ที่จอดรถ คนนำเที่ยว แต่อาจจะมีบ้างในบางช่วงเวลาเช่น ตอนเทศกาลงานประเพณีของจังหวัดอาจจะหาที่จอดรถยากสักหน่อย แต่ทางจังหวัดก็จะมีพื้นที่ให้บริการรวมถึงภาคชุมชนเอง หรือหน่วยงานต่าง ๆ ก็จะช่วยดูแลในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการหรือกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอย่างต่อเนื่อง หรือเวลาจะเดินทางท่องเที่ยวจะนึกถึงจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดต้น ๆ” (A1, A2)

“สิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดรวมถึงการมาเข้าพักและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในทางจังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับดี เพราะได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อพัฒนาให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับการขนานนามจาก UNESCO ว่าเป็นเมืองแห่งอาหาร เมือง 3 รส และยังสามารถพัฒนาเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมได้ เพราะ จังหวัดเพชรบุรีมีทั้งวัด วัง และยังเป็นจังหวัดที่มีพระมหากษัตริย์เสด็จเดินทางมาประทับและสร้างวังอยู่ที่จังหวัดนี้ถึง 3 พระองค์ด้วยกัน ได้แก่ รัชกาลที่ 4 สถานที่ประทับ คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) รัชกาลที่ 5 สถานที่ประทับ คือ พระรามราชนิเวศน์ และรัชกาลที่ 6 สถานที่ คือ พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน” (A3, A4)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่อาจจะยกเว้นในช่วงเทศกาล อาจมีไม่เพียงพอ และการให้บริการที่เกิดขึ้นไม่ได้เฉพาะเจาะจงกับการบริการนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยฯ แต่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรีและการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบนโลกออนไลน์ สามารถให้ความสะดวกสบายในด้านข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ และจุดให้บริการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี” (A5, A6, A7)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีไม่ว่าจะเป็นสถานที่พัก ที่นั่งพักต่าง ๆ ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งน้ำสาธารณะ รถรับ-ส่งระหว่างเมือง บ้ายบอทางมีความสะดวกสบายและให้บริการได้อย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี หากมีการพัฒนาหรือปรับปรุงอยากให้พัฒนาหรือปรับปรุงในเรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายภาพลงโซเชียลของตัวเองและยังเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีไปพร้อมกันด้วยอีกทางหนึ่ง” (A8, A9)

6. การรับรู้ (Awareness) จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เช่น ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม และชีวิตกลางคืน ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจหรือไม่

ผลสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การได้พูดคุยพบปะกับคนในพื้นที่ รวมถึงการได้ชิมอาหารหลากหลายเมนูของจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจาก UNESCO ประจำปี 2564 ดังนั้นอาหารของจังหวัดเพชรบุรีจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพื่อสัมผัส และลิ้มรสอาหารคาว – หวานที่หลากหลายของจังหวัดเพชรบุรีที่ได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO และรับรู้ได้จริง ส่วนในเรื่องของชีวิตกลางคืน การท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรี ถ้าเป็นส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางจังหวัดยังไม่ได้มีเส้นทางท่องเที่ยวยามราตรี แต่ถ้าในส่วนของการท่องเที่ยวกลางคืนในแบบอื่นนั้นส่วนใหญ่มักจะอยู่ในโซนของชายหาด ริมทะเล เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนเยอะ และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การท่องเที่ยวในยามกลางคืนนั้นหยุดชะงัก และเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อดังกล่าวซาลงก็มีมาตรการที่เข้มงวดในการท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัยของคนเข้ามาท่องเที่ยวยามราตรี

“สิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้นมีหลากหลายไม่ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่าง ๆ เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ทุกแห่ง และได้รับ

ความร่วมมือจากคนในชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงการให้บริการ ที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะทำให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้เกิดขึ้นจริง และสามารถสร้างเป็นเส้นทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ” (A1, A2)

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะได้รับรู้และได้สัมผัสบรรยากาศวิถีชีวิตของคนในชุมชน ได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชนพื้นเมือง บรรยากาศการท่องเที่ยวทั้งในอำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอชะอำ อำเภอบ้านแหลม หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ บางแห่งอาจจะมีการจัดการในการป้องกันเพื่อแสดงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว” (A3, A4)

“การที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะสามารถรับรู้ถึงประสบการณ์ที่หลากหลาย และผู้มาใช้บริการ เพื่อความปลอดภัย แต่ในส่วนของการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สามารถท่องเที่ยวได้ในตอนกลางวันไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาก็ยังคงมีมาตรการที่เข้มงวดและไม่รับมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และนักท่องเที่ยวทุกคนสามารถรับรู้ได้จากการได้สัมผัสในพื้นที่จริง ๆ” (A5, A6, A7)

“จังหวัดเพชรบุรี มีร้านอาหารที่อร่อย สะอาด และมีความหลากหลายไว้คอยบริการให้กับนักท่องเที่ยวทั้งอาหารประจำถิ่นที่มีรสชาติกลมกล่อม และอาหารที่มีการพัฒนาต่อยอด เช่น ขนมหม้อแกวให้รสชาติหลากหลาย (16 รสชาติ) เป็นต้น เก็บไว้ได้นาน และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับซื้อเป็นของฝาก อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์” (A8, A9)

7. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรี มีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงและมากเพียงพอหรือไม่ ควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันมีครบทุกอย่าง สมบูรณ์ ทันสมัย และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นตู้ ATM ตามแหล่งท่องเที่ยว จุดให้บริการช่วยเหลือผู้ช่วยกรณีเป็นลม จุดให้บริการนักท่องเที่ยว แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพราะในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์

โซเซียลมีเดียมีผลต่อบุคคลทุกระดับ เพราะสื่อโซเซียลจะแสดงถึงความคิดเห็นของคนทั่วทุกมุมโลก และยังเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอีกทางหนึ่งด้วย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ง่ายต่อการขนส่งเอกสาร และเพิ่มช่องทางในการขนส่งเอกสารมากขึ้น แต่ควรจะพัฒนาและเพิ่มเติมในส่วนของสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย WiFi ให้มีเสถียรภาพและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในทุกจุด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นการทำนุบำรุงการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพิ่มมากขึ้น” (A1, A2)

“จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่บริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเกือบครบครัน ไม่ว่าจะเป็น โรงพยาบาล โรงเรียน สถานีตำรวจ ที่ว่าการอำเภอ ไปรษณีย์ ธนาคาร รวมไปถึงการให้บริการของพนักงานขับรถส่งของ เช่น LINE MAN, GRAB FOOD, PANDA เป็นต้น ในเรื่องของการสั่งอาหาร ส่งของออนไลน์ ซึ่งสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีรวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งทางจังหวัดเองได้ลงข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การให้บริการต่าง ๆ บนสื่อออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งอัปเดตข้อมูลที่ทันสมัย” (A3, A4)

“ในจังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่คอยให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอและทั่วถึง มีความทันสมัยพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และควรส่งเสริมในด้านของสื่อเทคโนโลยีให้มีความทันสมัย อัปเดตข้อมูลตลอดเวลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจสามารถเข้าชมข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้ก่อนจะเดินทางเยือนสถานที่ ควรมีงบประมาณในการสนับสนุนในเรื่องของเทคโนโลยี และควรมีบุคลากรให้ความรู้ตลอด 24 ชั่วโมงในกรณีเป็นการสอบถามข้อมูลแบบออนไลน์ หรืออาจจะเป็นระบบ AI แต่จะใช้งบประมาณในการดำเนินการพอสมควร ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณเข้ามาปรับปรุง พัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศให้ก้าวทันต่อโลกในปัจจุบัน” (A5, A6, A7)

“การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีในด้านของธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ไตรศมนาคมมีเพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี แต่ควรจะพัฒนาหรือเพิ่มเติมในส่วนของสัญญาณอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ก้าว

ทันโลกในปัจจุบันควรจะทำแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เป็นปัจจุบัน เพราะก่อนหน้านี้นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจะต้องศึกษาหาข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ว่าพร้อมให้บริการ และมีมาตรฐานหรือไม่อย่างไร” (A8, A9)

8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีครั้งแรกและตลอดเวลาการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์พร้อมหรือไม่ ควรพัฒนา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อาจจะต้องได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง เช่น การเพิ่มอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บางแห่งอาจจะต้องปรับปรุงห้องสุขาให้ได้มาตรฐาน และคอยมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุก ๆ ชั่วโมงเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจะต้องมีการจัดอบรมผู้ให้บริการ สถานประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีความพร้อมในการให้บริการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับเที่ยวซ้ำ

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันได้รับการพัฒนาและปรับปรุงตามงบประมาณที่ได้รับในการจัดสรรมีความสมบูรณ์พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึง และควรได้รับการพัฒนาในเรื่องของอาสาสมัครในการนำชมแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรให้มีความรู้ในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรมากขึ้น ให้รู้ถึงประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งควรจะต้องมีมาตรฐานความสะอาด และถูกต้องตามมาตรการการเฝ้าระวังการแพร่เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เช่น มีแอลกอฮอล์ทุกจุดสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ มีหน้ากากอนามัยคอยให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่สัมผัสหน้ากากอนามัย หรือน้ำดื่มไว้คอยให้บริการเฉพาะช่วงที่สภาพอากาศร้อนจัด เป็นต้น” (A1, A2)

“ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึงมีความสมบูรณ์พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามงบประมาณและการพัฒนาของจังหวัดมาตลอดเวลา เพราะแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เป็น

สถานที่สำคัญที่มามานานซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับการบูรณะ ปรับปรุง พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นวัดมหาธาตุวรวิหาร อนุสรณ์สถานสุนทรภู่บริเวณท่าน้ำหน้าวัดพลับพลาชัย ถ้าเขาหลวง บางตะบูน วัดเขาตะเครา วัดเขابันไดอิฐ แต่ก็มีสถานที่บางแห่งที่ยังไม่ได้รับการบูรณะ” (A3, A4, A6)

“ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีความสมบูรณ์พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว บางแห่งบางสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ต้องได้รับการพัฒนา และควรมีงบประมาณเข้ามาสนับสนุนต้องมีภาคีหรืออาสาสมัครในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว หรือบางแห่งต้องปรับปรุงในเรื่องของห้องสุขา หรือบางแห่งอาจจะต้องเพิ่มห้องน้ำสำหรับผู้พิการ หรือช่องทางเดินสำหรับผู้พิการ เป็นต้น” (A5, A7)

“ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีตามอัตภาพตามความพร้อมของสถานที่นั้น ๆ และควรจะต้องมีการพัฒนาและอบรมผู้ให้บริการ สถานประกอบการ ที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกิดความประทับใจ และอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (A8, A9)

9. ความเชื่อมั่น (Assurance) ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีระดับความปลอดภัยที่มีความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น จำนวนคดีที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวนั้นมีน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย นอกจากนั้นยังมีการให้บริการสายด่วนไม่ว่าจะเป็น สายด่วน 191, 1374 หรือ 1669 ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพและมีเป้าหมายที่ชัดเจนที่จะคอยดูแลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างดี คอยอำนวยความสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การให้บริการที่ทางจังหวัดเคยได้ทำการสำรวจสอบถามมา และทางจังหวัดเองก็ได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และคนในจังหวัด โดยมีสายด่วนที่สามารถโทรติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็น 191, 1669 หรือ 1374 ซึ่งนักท่องเที่ยวหรือคนในพื้นที่สามารถใช้บริการได้

และเมื่อได้ก็ตามที่เกิดเหตุในพื้นที่ จะมีเจ้าหน้าที่เดินทางเข้าถึงพื้นที่เกิดเหตุไม่เกิน 5 นาที แต่ ถ้าอยู่ภายนอกพื้นที่อำเภอเมืองก็จะมีเจ้าหน้าที่เดินทางเข้าถึงพื้นที่เกิดเหตุไม่เกิน 15 นาที ” (A1, A2)

“ทางจังหวัดเองได้มีการร่วมมือกับสถานที่ตำรวจในทุกอำเภอ ควรมีเวรตรวจตรา สถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่งเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวไว้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งอีกด้วย” (A3, A4)

“แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามเส้นทางทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น มีระดับความปลอดภัยอยู่ในระดับดี และ นักท่องเที่ยวเองสามารถไว้วางใจและเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยได้เป็นอย่างดี เพราะทุก แหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดตรวจที่เจ้าหน้าที่ตำรวจต้องตรวจเช็คทุกชั่วโมงอยู่แล้ว จึงมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระหว่างท่องเที่ยว และเมื่อการท่องเที่ยว สิ้นสุดลงได้” (A5, A6, A7)

“ระดับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นอยู่ในระดับดี เพราะมีจุดตรวจ และมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอย ตรวจตรา และสอดส่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ อีกทั้งยังมีสายด่วนคอย ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ได้อย่าง สบายใจ หายห่วง ไร้ความกังวล เพราะจังหวัดเพชรบุรีดูแลนักท่องเที่ยวได้ดีไม่จากเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ จังหวัดอื่น ๆ” (A8, A9)

10. การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกจากการให้บริการที่ นักท่องเที่ยวได้รับตลอดเวลาในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ดีเพียงพอหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ความรู้สึกจากการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ผ่านมานั้น นักท่องเที่ยวทุก ท่านที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้น ให้ความสำคัญ และเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพราะแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า ร้อยปี พันปี ทุกแห่งย่อม แสดงและสะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ พร้อมหลักฐานและเรื่องเล่าปรัมปราอันมา อย่างยาวนาน ซึ่งทางจังหวัดเองรู้สึกดีใจและประทับใจที่นักท่องเที่ยวทุกท่านให้ความสำคัญ ให้ความสนใจ และเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และพร้อมที่จะอนุรักษ์ และพร้อมที่จะร่วม พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไปพร้อมกัน และควรพัฒนาเพิ่มในเรื่องของ การจัดทำสื่อแนะนำเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แบบ 360 องศา

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ความรู้สึกที่ทางจังหวัดเพชรบุรีที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้น ถือว่าเป็นความประทับใจอย่างมาก ที่นักท่องเที่ยวทุกท่านที่เลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดของเรา และที่ประทับใจคือ การเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นบางแห่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่าร้อยปี บางแห่งมีอายุยาวนานกว่าพันปี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังคงคุณค่า ความงามของธรรมชาติที่ช่วยกันสรรค์สร้าง” (A1, A2)

“ความรู้สึกจากการให้บริการนักท่องเที่ยวตลอดเวลาในการท่องเที่ยว นั้น รู้สึกยินดีและมีความสุขโดยเฉพาะที่ได้เห็นนักท่องเที่ยวมีความสุขจากการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยิ่งทำให้เรารู้สึกถึงและเห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นชอบศึกษาและเห็นคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้เอ่ยถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เพราะสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งนั้นมีอายุมากกว่าร้อยปี” (A3, A4)

“เป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากจะร่วมเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการหวงแหนและเกิดความเลื่อมใสศรัทธาแหล่งท่องเที่ยว นั้น ให้คงอยู่อย่างยั่งยืนตลอดไป” (A5, A7)

“อยากให้พัฒนาหรือเพิ่มเติม คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ไม่ว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีอยู่ หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะไม่มีอยู่ คือ การจำลองสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวที่สนใจ หรือประชาชนที่สนใจ ได้เห็นถึงสถานที่นั้น ๆ จริง ๆ ลงบนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และอยากให้มึงงบประมาณที่จะเข้ามาสนับสนุนเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่สนใจได้เห็นถึงคุณค่า นั้น ๆ และอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไป” (A6, A8, A9)

ผลสรุป ด้านการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พบว่า โดยภาพรวมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเชื่อมต่อกันอย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทางต่าง ๆ เช่น รถตู้สาธารณะ รถเล้ง รถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทาง

ท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี เส้นทางที่น่าสนใจและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

คำถามข้อที่ 3 ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนาศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

1. อะไรคือจุดแข็งของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะมีอายุมานานกว่าร้อยปี หรือพันปี แต่เพราะการอนุรักษ์ และห่วงแหนของคนในพื้นที่ และคนที่ชอบการท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ยังสมบูรณ์และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นเส้นทางในเขตไทยแลนด์รีเวียรา และยังเป็นเส้นทางสู่ภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเที่ยวหลายประเภท และจังหวัดเพชรบุรีเองก็ยังได้รับรางวัลจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเยอะขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และปัจจุบันยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดเขาน้อยโคอิฐ วัดเขาตะเครา ถ้ำเขาหลวง ถ้ำจัน เป็นต้น และยังคงตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ของจังหวัดที่อยากจะพัฒนาจังหวัดเพชรบุรีให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่ากิน น่าเที่ยว” (A1, A2)

“จุดแข็งของจังหวัดเพชรบุรีถ้าจะให้พูดถึงหรือกล่าวถึงนั้นก็คือ จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น” (A3, A4)

“จุดแข็งของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรมีความชัดเจน

มีแหล่งข้อมูลที่สามารถอ้างอิงได้ และมีข้อมูลที่ได้ในปัจุบันไม่ว่าจะข้อมูลนั้นจะเป็นแบบหนังสือ บทความ หรือจะเป็นข้อมูลแบบสื่อออนไลน์ และแหล่งท่องเที่ยวมีประวัติศาสตร์” (A5, A6, A7)

“จุดแข็งของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมเยอะมาก โดดเด่น ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นยุทธศาสตร์ตอบสนองนักท่องเที่ยวเพชรบุรีเมืองน่าอยู่น่ากิน น่าเที่ยว” (A8 A9)

2. อะไรคือจุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ มีผู้ดูแลรับผิดชอบและมีความรู้โดยตรงในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีน้อย ผู้ที่มีองค์ความรู้ในเรื่องนี้ก็อายุมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการพัฒนา และดูแลรักษาเท่าที่ควร ปัจจัยสภาพแวดล้อมหรือองค์ประกอบโดยรวมยังขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องของการสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณ บุคลากร การทำการตลาด รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และขาดการดูแลจากเจ้าของพื้นที่หรือผู้ดูแลสถานที่นั้นโดยตรง

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จุดอ่อนของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรี คือ ขาดผู้ที่มีองค์ความรู้เฉพาะทางในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนา ปรับปรุง และยังขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลดังกล่าว” (A1, A2)

“จุดอ่อนของยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ แหล่งท่องเที่ยวยังขาดงบประมาณในการพัฒนา ขาดกม” (A4, A5)

“จุดอ่อนในการพัฒนาเพื่อจะส่งเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ ขาดผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรงซึ่งปัจจุบันมีน้อยมาก ผู้ที่มีองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวก็มีอายุมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนา” (A3, A6, A7)

“จุดอ่อนของยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดการพัฒนา และปรับปรุงในด้านของภูมิทัศน์ให้เกิดความน่าสนใจ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดยังมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่” (A8, A9)

3. อะไรคือโอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต

ผลการสัมภาษณ์ ดังนี้ โอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต คือ ท่านสุนทรภู่เป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องจาก UNESCO และจังหวัดเพชรบุรีในปี 2564 ที่ผ่านมาก็ได้รับการยกย่องจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร และหน่วยงานภาครัฐนั้น ยังร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในทุกพื้นที่ทุกจังหวัดในประเทศไทย กรทที่จะผลักดัน หรือขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่ได้ยาก ถ้าจังหวัดมีงบประมาณในการสนับสนุนในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจในด้านนี้ให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพิ่มมากขึ้น

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“จังหวัดเพชรบุรีสามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาและต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้อย่างดี เพราะท่านสุนทรภู่เป็นบุคคลที่สำคัญคนหนึ่งที่ได้รับการประกาศจาก UNESCO ได้ประกาศให้สุนทรภู่เป็นบุคคลสำคัญของโลกทางด้านวรรณกรรม ก็สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ได้อย่างสมบูรณ์และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” (A1, A2)

“โอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต คือ จังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีอายุมากกว่าร้อยปี บางแห่งมีอายุมากกว่าพันปี ซึ่งท่านสุนทรภู่ก็เป็นบรมครูแห่งการสร้างสรรค์บทกวี และยังได้รับการยกย่องจาก UNESCO ซึ่งจังหวัดเพชรบุรีเองก็ได้รับการประกาศจากองค์การ UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้มีโอกาสที่จะพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย

กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวประทับใจและเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (A3, A4, A6)

“สุนทรภู่เป็นบุคคลที่ได้รับรางวัลจากองค์การ UNESCO และจังหวัดเพชรบุรีเองก็เป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหารของ UNESCO การผลักดัน หรือการขับเคลื่อนเพื่อส่งเสริมหรือกระตุ้นให้จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่และสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวเพชรบุรีเพื่อมาชิมอาหารหลากหลายรสชาติ” (A5, A7)

“รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย และมีงบประมาณในการจัดสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และรัฐบาลควรมุ่งเน้นให้ทำ Soft Power นำการพัฒนาสู่สากล ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ของจังหวัด และโอกาสของจังหวัดเพชรบุรีที่จะช่วยพัฒนาและส่งเสริมยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว คือ จังหวัดเพชรบุรีมีอนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่” (A8, A9)

4. อะไรคืออุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่เติบโตเท่าที่ควร

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เฉพาะกลุ่มนั้นมีจำนวนน้อยมาหลากหลาย อีกทั้งยังขาดงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนของจังหวัด อีกทั้งในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยฯ นั้น ถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ หรือ การโฆษณา จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อตามรอยนั้น เข้าถึงนักท่องเที่ยวยากโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่น อีกทั้งผู้ที่มีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรนั้นมีน้อย

คำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเส้นทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ยังน้อยมากเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อีกทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์ต่าง ๆ นั้น” (A1, A2)

“อุปสรรคที่ทำให้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ไม่เติบโตเท่าที่ควร อันดับแรกเลย คือ งบประมาณที่จะเข้ามาพัฒนา หรือปรับปรุงเพื่อผลักดันหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว รongลงมา คือ นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ทางจังหวัดเองควรจะริบหาแนวทางเพื่อทำการป้องกันและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด” (A3, A4)

“ความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นอาจจะไม่ชอบบรรยากาศแบบนี้เพราะอาจจะเกิดความน่าเบื่อ ไม่ทันสมัย ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับงบประมาณ และผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการโดยตรง เป็นต้น” (A5, A6, A7)

“อุปสรรคของยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ คือ นักท่องเที่ยวที่สนใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีอยู่จำนวนน้อยไม่หลากหลาย และยังขาดงบประมาณในการสนับสนุน” (A8, A9)

ผลสรุป ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า จุดแข็ง คือ จังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะมีอายุมานานกว่าร้อยปี หรือพันปี แต่เพราะการอนุรักษ์ และห่วงแหนของคนในพื้นที่ และคนที่ชอบการท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ยังสมบูรณ์และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยว จุดอ่อน คือ มีผู้ดูแลรับผิดชอบ และมีความรู้โดยตรงในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีน้อย ผู้ที่มีองค์ความรู้ในเรื่องนี้ก็อายุมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการพัฒนา และดูแลรักษาเท่าที่ควร ปัจจัยสภาพแวดล้อมหรือองค์ประกอบโดยรวมยังขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องของการสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณ บุคลากร การทำการตลาด รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และขาดการดูแลจากเจ้าของพื้นที่หรือผู้ดูแลสถานที่นั้นโดยตรง โอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต คือ ท่านสุนทรภู่เป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องจาก UNESCO และจังหวัดเพชรบุรีในปี 2564 ที่ผ่านมาก็ได้รับการยกย่องจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

และหน่วยงานภาครัฐนั้น ยังร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในทุกพื้นที่ ทุกจังหวัดในประเทศไทย อุปสรรคนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เฉพาะกลุ่มนั้นมีจำนวนน้อยมาหลากหลาย อีกทั้งยังขาดงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนของจังหวัด

สรุปคำถามของการวิจัย ข้อที่ 1 ศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ควรเป็นอย่างไร จากผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 1 ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดังที่แสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
1. ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ – ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	ศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะหน่วยงานโดยเฉพาะโรงเรียนจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในช่วงวันสุนทรภู่เป็นส่วนใหญ่ และกล่าวถึงผลงานของท่าน	ในภาพรวมศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังไม่ดีเท่าที่ควร ควรจะมีการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้	ในภาพรวมยังไม่ดีพอ ควรจะพัฒนาในเรื่องของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, เพจของจังหวัด หรือเพจของแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และควรมีงบประมาณในการเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้น	ศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะหน่วยงานโดยเฉพาะโรงเรียนจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในช่วงวันสุนทรภู่เป็นส่วนใหญ่ และกล่าวถึงผลงานของท่าน

ตาราง 4 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	แต่ไม่ได้ระบุเนื้อหา อย่างละเอียด	รับทราบ และอยาก สัมผัสถึงบรรยากาศ	โดยเฉพาะการ ท่องเที่ยวเชิง	แต่ไม่ได้ระบุเนื้อหา อย่างละเอียด
	โดยเฉพาะนิรโรคเมือง	การเดินทางตามรอย	วัฒนธรรมตามรอย	โดยเฉพาะนิรโรคเมือง
	เพชร ซึ่งคนในพื้นที่ รวมถึงนักท่องเที่ยว	และที่สำคัญต้องมี งบประมาณเพื่อที่จะ	กวีนิพนธ์นิรโรคเมือง	เพชร ซึ่งคนในพื้นที่ รวมถึงนักท่องเที่ยว
	เองก็จะเห็นเพียงแต่ อนุสรณ์ของสุนทรภู่	ทำการโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์ลง	เพชรของกวีเอก สุนทรภู่	เองก็จะเห็นเพียงแต่ อนุสรณ์ของสุนทรภู่
	บริเวณลานหน้าวัด	บนสื่อโซเชียลต่าง ๆ		บริเวณลานหน้า
	พลับพลาชัย และจะ จัดงานเฉพาะในวัน สุนทรภู่ คือวันที่ 26 มิถุนายนของทุกปี เพื่อเป็นการระลึกถึง ท่านเท่านั้น			วัดพลับพลาชัย

จากตาราง 4 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิรโรคเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ พบว่า ศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิรโรคเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรจะมีการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิรโรคเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้ รับทราบ ในรูปแบบออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, เพจของจังหวัด หรือเพจของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และควรมี งบประมาณในการเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้น

**ตาราง 5 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ
ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก
สุนทรภู่ ด้านการขาย**

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
2. ศักยภาพด้าน	ศักยภาพด้านการขาย	ศักยภาพด้านการขาย	ศักยภาพด้านการขาย	ศักยภาพด้านการขาย
การตลาดแบบบูรณา	ที่เกี่ยวกับการ	ของยุทธศาสตร์การ	ของยุทธศาสตร์การ	ที่เกี่ยวกับการ
การของการท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเชิง	ส่งเสริมการท่องเที่ยว	ส่งเสริมการท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเชิง
เชิงวัฒนธรรมตาม	วัฒนธรรมของจังหวัด	เชิงวัฒนธรรมของ	เชิงวัฒนธรรมของ	วัฒนธรรมของจังหวัด
รอยกวีนิพนธ์นิราศ	เพชรบุรีตามรอยกวี	จังหวัดเพชรบุรีตาม	จังหวัดเพชรบุรีตาม	เพชรบุรีตามรอยกวี
เมืองเพชรของกวีเอก	นิพนธ์นิราศเมือง	รอยกวีนิพนธ์นิราศ	รอยกวีนิพนธ์นิราศ	นิพนธ์นิราศเมือง
สุนทรภู่	เพชรของกวีเอก	เมืองเพชรของกวีเอก	เมืองเพชรของกวีเอก	เพชรของกวีเอก
- ด้านการขาย	สุนทรภู่น้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย เพราะส่วนใหญ่จะ เป็นการผนึกรวมไป กับการขายประเภท อื่น ๆ เช่น การไหว้ พระ 9 วัดในวัน สำคัญทางศาสนา ของจังหวัดเพชรบุรี เทศกาลงานพระนคร คีรี เป็นต้น อีกทั้ง กลุ่มที่สนใจท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมมีน้อย มากส่งผลให้การขาย น้อยลง ดังนี้ ถ้าจะ ส่งเสริมการขายเพื่อ การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในปัจจุบัน อาจจะต้องพ่วงไปกับ การท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ด้วย เช่น การ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติ หรือการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น	สุนทรภู่น้อยกว่า พัฒนาในเรื่องของ การขายของแบบ ออนไลน์และแบบ ออฟไลน์ควบคู่กันไป อีกทั้งการขายในสมัย นี้จะต้องมีผู้ที่ เชี่ยวชาญในเรื่องของ เส้นทางและความ เชี่ยวชาญในเรื่องของ บทกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ ซึ่งจะทำให้ การขายนั้นสมบูรณ์ และน่าเชื่อถือได้ มากขึ้น	สุนทรภู่น้อยกว่า พอ ควรพัฒนาใน เรื่องการขายของแบบ ออนไลน์ เพื่อให้กลุ่ม นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ ง่าย และยังเป็นการ เพิ่มโอกาสทำรายได้ ให้กับคนในชุมชน ทุกภาคส่วน	สุนทรภู่น้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย เพราะส่วนใหญ่จะ เป็นการผนึกรวมไป กับการขายประเภท อื่น ๆ เช่น การไหว้ พระ 9 วัดในวัน สำคัญทางศาสนา ของจังหวัดเพชรบุรี เทศกาลงานพระนคร คีรี เป็นต้น อีกทั้ง กลุ่มที่สนใจท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมมีน้อย มากส่งผลให้การขาย น้อยลง

จากตาราง 5 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการขาย พบว่า ศักยภาพด้านการขายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการผนึกรวมไปกับการขายประเภทอื่น ๆ เช่น การไหว้พระ 9 วัดในวันสำคัญทางศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี เทศกาลงานพระนครคีรี เป็นต้น ควรพัฒนาในเรื่องของการขายของแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ควบคู่กันไป เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และยังเป็นการเพิ่มโอกาสทำรายได้ให้กับคนในชุมชนทุกภาคส่วนอีกทั้งกลุ่มที่สนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีน้อยมากส่งผลให้การขายน้อยลง

ตาราง 6 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการตลาดทางตรง

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
3. ศักยภาพด้าน	ศักยภาพด้าน	ศักยภาพด้าน	ในภาพรวมศักยภาพ	ศักยภาพด้าน
การตลาดแบบบูรณา	การตลาดทางตรง	การตลาดทางตรง	ด้านการตลาด	การตลาดทางตรง
การของการท่องเที่ยว	ของยุทธศาสตร์	ของยุทธศาสตร์	ทางตรงของ	ของยุทธศาสตร์
เชิงวัฒนธรรมตาม	ส่งเสริมการท่องเที่ยว	ส่งเสริมการท่องเที่ยว	ยุทธศาสตร์ส่งเสริม	ส่งเสริมการท่องเที่ยว
รอยกวีนิพนธ์นิราศ	เชิงวัฒนธรรมของ	เชิงวัฒนธรรมของ	การท่องเที่ยวเชิง	เชิงวัฒนธรรมของ
เมืองเพชรของกวีเอก	จังหวัดเพชรบุรีตาม	จังหวัดเพชรบุรีตาม	วัฒนธรรมของจังหวัด	จังหวัดเพชรบุรีตาม
สุนทรภู่	รอยกวีนิพนธ์นิราศ	รอยกวีนิพนธ์นิราศ	เพชรบุรีตามรอยกวี	รอยกวีนิพนธ์นิราศ
- ด้านการตลาด	เมืองเพชรของกวีเอก	เมืองเพชรของกวีเอก	นิพนธ์นิราศเมือง	เมืองเพชรของกวีเอก
ทางตรง	สุนทรภู่ ยังน้อยมาก	สุนทรภู่นั้นยังไม่ดีพอ	เพชรของกวีเอก	สุนทรภู่ ยังน้อยมาก
	หรือแทบจะไม่มีเลย	เพราะส่วนใหญ่เราจะ	สุนทรภู่มองไม่ดีพอ	หรือแทบจะไม่มีเลย
	เพราะการท่องเที่ยว	ทำการตลาดแบบ	เนื่องจากในปัจจุบัน	เพราะการท่องเที่ยว
	เชิงวัฒนธรรมที่	ออฟไลน์มากกว่า	ควรจะต้องมีการ	เชิงวัฒนธรรมที่
	เจาะจงเฉพาะการ	ออนไลน์ แต่ในโลก	พัฒนาด้านการตลาด	เจาะจงเฉพาะการ
	ตามรอยนิราศ หรือ	ปัจจุบันสื่อสังคม	ให้ครอบคลุมทุก	ตามรอยนิราศ หรือ
	ตามรอยบทกวีนิพนธ์	ออนไลน์มีผลต่อทุก	ช่องทางทั้งแบบ	ตามรอยบทกวีนิพนธ์
	ต่าง ๆ ของท่านสุนทร	คน เพราะทุกคนใช้	ออนไลน์และออฟไลน์	ต่าง ๆ ของท่านสุนทร
	ภูมียังไม่สามารถเข้าถึง	สื่อออนไลน์ในการหา	เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่	ภูมียังไม่สามารถเข้าถึง
	กลุ่มนักท่องเที่ยวได้	ข้อมูล ควรจะทำ	นักท่องเที่ยวทั้งชาว	กลุ่มนักท่องเที่ยวได้
	ทุกวัย เพราะไม่ได้มี	การตลาดทางตรง	ไทยและชาวต่างชาติ	ทุกวัย เพราะไม่ได้มี
	การทำการตลาด	โดยการจำลอง	มากขึ้น	การทำการตลาด
	โดยตรง อีกทั้งยังไม่มี	เส้นทางท่องเที่ยวที่		โดยตรง อีกทั้งยังไม่มี
	การประชาสัมพันธ์	เกี่ยวกับแหล่ง		การประชาสัมพันธ์

ตาราง 6 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	อย่างทั่วถึง เพราะบท	ท่องเที่ยวเชิง		อย่างทั่วถึง เพราะบท
	กวีนิพนธ์ของกวีเอก	วัฒนธรรมตามรอย		กวีนิพนธ์ของกวีเอก
	สุนทรภู่ ส่วนใหญ่เป็น	กวีนิพนธ์นิราศเมือง		สุนทรภู่
	การแต่งขึ้นตาม	เพชรของกวีเอก		
	จินตนาการของท่าน	สุนทรภู่เพื่อให้		
	การมาทำธุระให้กับ	นักท่องเที่ยวอยาก		
	เจ้านาย และเป็นการ	เดินทางมาท่องเที่ยว		
	แต่งกล่าวถึงการเยี่ยม	แต่ต้องได้รับความ		
	ชมธรรมชาติ การแวะ	ร่วมมือจากทุกภาค		
	ตามสถานที่ต่าง ๆ	ส่วนที่มีความรู้		
	เพื่อเป็นการระลึกถึง	ความสามารถเฉพาะ		
	หรือแวะเยี่ยมคนรู้จัก	ด้านโดยเฉพาะการ		
	เป็นต้น	ท่องเที่ยวเชิง		
		วัฒนธรรมตามรอย		
		กวีนิพนธ์นิราศเมือง		
		เพชรของกวีเอก		
		สุนทรภู่		

จากตาราง 6 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการตลาดทางตรง พบว่า ศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ยังน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย เพราะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เจาะจงเฉพาะการตามรอยนิราศ หรือตามรอยบทกวีนิพนธ์ต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทั่วทุกวัย เพราะไม่ได้มีการทำการตลาดโดยตรง อีกทั้งยังไม่มีประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง เพราะส่วนใหญ่เราจะทำการตลาดแบบออฟไลน์มากกว่าออนไลน์ แต่ในโลกปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อทุกคน เพราะทุกคนใช้สื่อออนไลน์ในการหาข้อมูล ควรจะทำการตลาดทางตรงโดยการจำลองเส้นทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว ในปัจจุบันควรจะต้องมีการพัฒนาด้านการตลาดให้ครอบคลุมทุกช่องทางทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทั่วทุกวัย

**ตาราง 7 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ
ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก
สุนทรภู่ ด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ**

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
4. ศักยภาพด้าน การตลาดแบบบูรณา การของการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ - ด้านการตลาดโดย การจัดกิจกรรมพิเศษ	ที่ผ่านมายังไม่มีการ ต่อยอดทางการตลาด โดยการจัดกิจกรรม พิเศษโดยเฉพาะด้าน การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่ เพราะการจัด กิจกรรมพิเศษเฉพาะ ด้านเดียวนั้นใช้ งบประมาณในการ ประชาสัมพันธ์ โฆษณาพอสมควร และต้องใช้เวลา ในการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาด พอสมควรที่จะทำให้ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่ติดตลาดเป็น ที่นำจดจำของ นักท่องเที่ยว เพราะ ต้องใช้ความร่วมมือ จากทุกภาคส่วน ยกตัวอย่าง งานพระ นครคีรีที่ทางจังหวัด เพชรบุรีสามารถจัด ขึ้นได้ทุกปีเพราะได้รับ ความร่วมมือจากทุก ภาคส่วนเป็นอย่างดี อีกทั้งมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	ศักยภาพด้าน การตลาดโดยการจัด กิจกรรมของ ยุทธศาสตร์การ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ ยังสามารถ พัฒนาหรือเพิ่มเติมได้ ทั้งในส่วนของการต่อ ยอดทางด้านตลาด อาจจะมีการทำ การตลาดในการจัด กิจกรรมการแต่งกาย ชุดไทยเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรในโอกาส วันสำคัญต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ทราบ และอยากเดินทางมา ท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วม กิจกรรมดังกล่าวมาก ขึ้น ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นจะเป็นสิ่งที่ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในจังหวัด เพชรบุรีมากขึ้น	ในภาพรวมศักยภาพ ด้านการตลาดโดย การจัดกิจกรรมพิเศษ ของยุทธศาสตร์การ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ยังไม่ดีพอ ควรจะต้องมีการ พัฒนาต่อยอดทาง การตลาดโดยการ เพิ่มกิจกรรมที่ เฉพาะเจาะจง เกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ให้ นักท่องเที่ยวได้ สัมผัสถึง	การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่ เพราะการจัด กิจกรรมพิเศษเฉพาะ ด้านเดียวนั้นใช้ งบประมาณในการ ประชาสัมพันธ์ โฆษณาพอสมควร และต้องใช้เวลา ในการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาด พอสมควรที่จะทำให้ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่ติดตลาดเป็น ที่นำจดจำของ นักท่องเที่ยว เพราะ ต้องใช้ความร่วมมือ จากทุกภาคส่วน ยกตัวอย่าง งานพระ นครคีรีที่ทางจังหวัด เพชรบุรีสามารถจัด ขึ้นได้ทุกปีเพราะได้รับ ความร่วมมือจากทุก ภาคส่วนเป็นอย่างดี

ตาราง 7 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	ทำการตลาดเป็น เวลานาน จนเป็นจุด สนใจและถือว่าเป็น เทศกาลที่นิยมของ นักท่องเที่ยวที่จะ เดินทางมาเข้า ร่วมงาน			

จากตาราง 7 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ พบว่า ที่ผ่านมายังไม่มี การต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะด้านเดียวนั้นใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ โฆษณาพอสมควร และต้องใช้ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาดพอสมควรที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ติดตลาดเป็นที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยวซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้น ควรจะต้องมีการพัฒนาต่อยอดทางการตลาดโดยการเพิ่มกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึง และควรได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ยกตัวอย่าง งานพระนครคีรีที่วังจังหวัดเพชรบุรีสามารถจัดขึ้นได้ทุกปีเพราะได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นอย่างดี

สรุปคำถามของการวิจัยข้อที่ 2 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีอะไรบ้าง จากผลการสัมภาษณ์ ข้อที่ 2 ด้านการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ตาราง 8 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวี

เอกสุนทรภู่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่ง	การเข้าถึงแหล่ง	การเข้าถึงแหล่ง	โดยภาพรวมการ	การเข้าถึงแหล่ง
ท่องเที่ยว (10A's)	ท่องเที่ยวของจังหวัด	ท่องเที่ยวในการ	เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวของจังหวัด
เชิงวัฒนธรรมของ	เพชรบุรีเชื่อมต่อกัน	เดินทางมาท่องเที่ยว	ในการเดินทางมา	เพชรบุรีเชื่อมต่อกัน
จังหวัดเพชรบุรี	อย่างสะดวกสบาย ไม่	ตามรอยกวีนิพนธ์	ท่องเที่ยวตามรอยกวี	อย่างสะดวกสบาย ไม่
ตามรอยกวีนิพนธ์	ว่าจะเป็นการเดินทาง	นิราศเมืองเพชรของ	นิพนธ์นิราศเมือง	ว่าจะเป็นการเดินทาง
นิราศเมืองเพชรของ	โดยรถยนต์ รถประจำ	กวีเอกสุนทรภู่ใน	เพชรของกวีเอก	โดยรถยนต์ รถประจำ
กวีเอกสุนทรภู่	ทางต่าง ๆ เช่น รถตุ	จังหวัดเพชรบุรี ควร	สุนทรภู่ในจังหวัด	ทางต่าง ๆ เช่น รถตุ
- ด้านการเข้าถึง	สาธารณะ รถเล้ง	จะต้องพัฒนาหรือ	เพชรบุรีดีพอแล้ว แต่	สาธารณะ รถเล้ง
แหล่งท่องเที่ยว	รถจักรยานยนต์	เพิ่มเติมในเรื่องการ	ก็ยังสามารเพิ่มเติม	รถจักรยานยนต์
	รับจ้าง เป็นต้น	ประชาสัมพันธ์เพื่อ	การประชาสัมพันธ์ใน	รับจ้าง เป็นต้น
	อีกทั้งยังสามารถ	ส่งเสริมการท่องเที่ยว	ส่วนของเส้นทาง	อีกทั้งยังสามารถ
	เชื่อมโยงกับเส้นทาง	ทั้งในรูปแบบออนไลน์	ท่องเที่ยวทางเรือ	เชื่อมโยงกับเส้นทาง
	ท่องเที่ยวในชุมชนได้	การอบรมให้ความรู้	หรือทางน้ำเพื่อให้	ท่องเที่ยวในชุมชนได้
	เป็นอย่างดี แต่อาจจะ	เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้	สอดคล้องกับการ	เป็นอย่างดี เส้นทางที่
	ต้องยกเว้นเส้นทาง	เข้าใจถึงแหล่ง	ท่องเที่ยวตามรอย	น่าสนใจและส่งเสริม
	การจราจรทางน้ำ	ท่องเที่ยวมากขึ้น	และควรจะต้องมีการ	ให้นักท่องเที่ยว
	เพราะยุคสมัยที่	และในเรื่องของการ	ประชาสัมพันธ์การ	เดินทางมาท่องเที่ยว
	เปลี่ยนแปลงและมี	เดินทางเพื่อเข้าถึง	ท่องเที่ยวเชิง	มากขึ้น
	การขุดลอกคูคลอง	แหล่งท่องเที่ยวขึ้น	วัฒนธรรมตามรอย	
	มากขึ้นทำให้	สะดวกสบายดี	กวีนิพนธ์นิราศเมือง	
	การจราจรทางน้ำไม่	รถยนต์สามารถ	เพชรของกวีเอก	
	สะดวกเหมือนกับ	เข้าถึงแหล่ง	สุนทรภู่ใน	
	การจราจรทางบก แต่	ท่องเที่ยวได้ หรือ	หลากหลายช่องทาง	
	ถ้ามีการจราจรทางน้ำ	สามารถใช้บริการรถ	เพื่อให้เข้าถึง	
	เพื่อตอบใจthyการ	สาธารณะของ	นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม	
	ท่องเที่ยวเชิง	จังหวัดได้	ทั้งนักท่องเที่ยวชาว	
	วัฒนธรรมตามรอบกวี		ไทยและชาวต่างชาติ	
	นิพนธ์นิราศเมืองเพชร			
	ของกวีเอกสุนทรภู่			
	จะต้องมีระบบบริหาร			
	จัดการที่ดี อีกทั้งยัง			
	เป็นเส้นทางที่น่าสนใจ			
	และส่งเสริมให้			
	นักท่องเที่ยวเดินทาง			
	มาท่องเที่ยวมากขึ้น			

จากตาราง 8 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) จังหวัดนครราชสีมาของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเชื่อมต่อกันอย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทางต่าง ๆ เช่น รถตู้สาธารณะ รถเล็ง รถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่อาจจะต้องยกเว้นเส้นทางจักรยานทางน้ำ เพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงและมีการขุดลอกคูคลองมากขึ้นทำให้การจราจรทางน้ำไม่สะดวกเหมือนกับการจราจรทางบก แต่ถ้ามีการจราจรทางน้ำเพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จะต้องมีระบบบริหารจัดการที่ดี อีกทั้งยังเป็นเส้นทางที่น่าสนใจและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบออนไลน์ การอบรมให้ความรู้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น และในเรื่องของการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นสะดวกสบายดี รถยนต์สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ หรือสามารถใช้บริการรถสาธารณะของจังหวัดได้ ควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในหลากหลายช่องทางเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี เส้นทางที่น่าสนใจและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น



ตาราง 9 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวี

เอกสุนทรภู่ ด้านสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่ง	สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่ง	สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่ง	โดยภาพรวมสิ่งดึงดูด	สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่ง
ท่องเที่ยว (10A's) เชิง	ท่องเที่ยวของจังหวัด	ท่องเที่ยวตามรอยกวี	ใจหรือแหล่งท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวของจังหวัด
วัฒนธรรมของจังหวัด	เพชรบุรีมีทุนเดิมทาง	นิพนธ์นิราศเมือง	ตามรอยกวีนิพนธ์	เพชรบุรีมีทุนเดิมทาง
เพชรบุรี ตามรอยกวี	วัฒนธรรมอยู่แล้ว	เพชรของกวีเอก	นิราศเมืองเพชรของ	วัฒนธรรมอยู่แล้ว
นิพนธ์นิราศเมือง	แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่ง	สุนทรภู่ในจังหวัด	กวีเอกสุนทรภู่ใน	แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่ง
เพชรของกวีเอก	ดึงดูดใจมีความพร้อม	เพชรบุรีมีความพร้อม	จังหวัดเพชรบุรีมีความ	ดึงดูดใจมีความพร้อม
สุนทรภู่	ในการรองรับ	ที่จะรองรับ	พร้อมที่จะรองรับ	ในการรองรับ
- ด้านสิ่งดึงดูดใจ	นักท่องเที่ยวให้เกิด	นักท่องเที่ยวให้มี	นักท่องเที่ยวให้มี	นักท่องเที่ยวให้เกิด
หรือแหล่งท่องเที่ยว	ความประทับใจ ไม่ว่าจะ	ประสบการณ์ที่	ประสบการณ์ที่น่า	ความประทับใจ ไม่ว่าจะ
	จะเป็นเส้นทางสายบุญ	ประทับใจเมื่อเดินทาง	ประทับใจเป็นอย่าง	จะเป็นเส้นทางสายบุญ
	ที่ถูกกล่าวถึงในนิราศ	มาท่องเที่ยว และควร	มาก และอยากให้	ที่ถูกกล่าวถึงในนิราศ
	เมืองเพชร จำนวน	จะเพิ่มเติมในส่วนของ	พัฒนาเพิ่มเติมในเรื่อง	เมืองเพชร จำนวน
	16 แห่ง เส้นทางสาย	สถานที่รองรับ	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ	16 แห่ง เส้นทางสาย
	ธรรมชาติ แต่สิ่งที่	นักท่องเที่ยว ผู้ให้	ท่านสุนทรภู่ พื้นที่ใน	ธรรมชาติ แต่สิ่งที่
	อยากให้พัฒนาเพิ่มเติม	ข้อมูล ของที่ระลึก	การรองรับ	อยากให้พัฒนา
	ได้แก่ การจัดรถรางนำ	หรือกิจกรรมบริเวณ	นักท่องเที่ยวเพื่อคอย	เพิ่มเติม ได้แก่ การจัด
	เที่ยววัดหรือแหล่ง	หน้าลานอนุสรณ์	อำนวยความสะดวก	รถรางนำเที่ยววัดหรือ
	ท่องเที่ยวทาง	สถานสุนทรภู่ หรือ	ให้กับนักท่องเที่ยวให้	แหล่งท่องเที่ยวทาง
	ประวัติศาสตร์ตามรอย	อาจจะมามีกิจกรรมที่	ประทับใจและกลับมา	ประวัติศาสตร์ตามรอย
	กวีนิพนธ์นิราศเมือง	นักท่องเที่ยวสามารถ	ท่องเที่ยวซ้ำ	กวีนิพนธ์นิราศเมือง
	เพชรของกวีเอกสุนทรภู่	ร่วมกับชุมชนได้		เพชรของกวีเอก
	อีกทั้งสถานที่ดังกล่าว	เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้		สุนทรภู่ อีกทั้งสถานที่
	อาจจะอยู่ใกล้กับแหล่ง	นักท่องเที่ยวอยากจะ		ดังกล่าวอาจจะอยู่ใกล้
	ท่องเที่ยวทาง	เดินทางกลับมา		กับแหล่งท่องเที่ยวทาง
	วัฒนธรรมอื่น สามารถ	เที่ยวซ้ำ		วัฒนธรรมอื่น สามารถ
	นำมาเชื่อมโยงเส้นทาง			นำมาเชื่อมโยงเส้นทาง
	ท่องเที่ยวทาง			ท่องเที่ยวทาง
	วัฒนธรรมได้ หรือจัด			วัฒนธรรมได้ หรือจัด
	ให้มีเส้นทางทดลองการ			ให้มีเส้นทางทดลอง
	ท่องเที่ยวตามรอยกวี			การท่องเที่ยวตามรอย
	นิพนธ์นิราศเมืองเพชร			กวีนิพนธ์นิราศเมือง
	ของกวีเอกสุนทรภู่แบบ			เพชรของกวีเอกสุนทร
	ไปเช้า - เย็นกลับเพื่อ			ภู่แบบไปเช้า - เย็น
	เป็นการประชาสัมพันธ์			กลับเพื่อเป็นการ
	เส้นทางท่องเที่ยว			ประชาสัมพันธ์เส้นทาง

ตาราง 9 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	เชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ ควรมี การจัดอบรมอาสาสมัคร นำเที่ยว เพื่อให้สามารถ นำเที่ยวตามเส้นทาง ดังกล่าวให้มีประสิทธิ- ภาพมากยิ่งขึ้น อาจจะมีทั้ง ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนซึ่งเป็น 3 ภาษาที่สำคัญในปัจจุบัน ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติส่วนใหญ่นี้ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จะใช้ภาษาอังกฤษในการ สื่อสารนอกเหนือจาก นักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะ ใช้เฉพาะภาษาจีน ภาษา ของตนเองเท่านั้น และ ควรมีการจัดเส้นทาง ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวให้เชื่อมโยง กับสถานที่สำคัญของ จังหวัดเพชรบุรีภายใต้ หลัก 3 ว คือ วัง / วัด / วิถีวัฒนธรรม พร้อมกับ จัดทำจุดท่องเที่ยวที่ น่าสนใจ เช่น อนุสรณ์ สถานของท่านสุนทรภู่ บริเวณพื้นที่บางตะบูน ตำบลบ้านแหลม อำเภอ บ้านแหลม เพื่อแสดงให้เห็น เห็นว่า บางตะบูนก็เป็น จุดสำคัญอีกจุดหนึ่งที่ ท่านสุนทรภู่ได้ให้ ความสำคัญไว้ในบทกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชร			การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ ควรมีการจัดอบรม อาสาสมัครนำเที่ยว ตามเส้นทางดังกล่าว ให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น

จากตาราง 9 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) จังหวัดนครราชสีมาของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว พบว่า สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี มีทุนเดิมทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางสายบุญ ที่ถูกกล่าวถึงในนิราศเมืองเพชร จำนวน 16 แห่ง เส้นทางสายธรรมชาติ แต่สิ่งที่อยากให้พัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การจัดรถรางนำเที่ยววัดหรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อีกทั้งสถานที่ดังกล่าวอาจจะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอื่น สามารถนำมาเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ หรือจัดให้มีเส้นทางทดลองการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบไปเช้า - เย็นกลับเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรมีการจัดอบรมอาสาสมัครนำเที่ยว เพื่อให้สามารถนำเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาจจะมีทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนซึ่งเป็น 3 ภาษาที่สำคัญในปัจจุบันที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มักเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจะใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะใช้เฉพาะภาษาจีน ภาษาของตนเองเท่านั้น และควรมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรีภายใต้หลัก 3 ว คือ วัง / วัด / วิถีวัฒนธรรม พร้อมกับจัดทำจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น อนุสรณ์สถานของท่านสุนทรภู่บริเวณพื้นที่บางตะบูน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม เพื่อแสดงให้เห็นว่า บางตะบูนก็เป็นจุดสำคัญอีกจุดหนึ่งที่ท่านสุนทรภู่ได้ให้ความสำคัญไว้ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ที่ประทับใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว และควรที่จะเพิ่มเติมในส่วนของการรองรับนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล ของที่ระลึก หรือกิจกรรมบริเวณหน้าลานอนุสรณ์สถานสุนทรภู่ หรืออาจจะมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกับชุมชนได้ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยภาพรวม สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ที่น่าประทับใจเป็นอย่างมาก และอยากให้พัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่านสุนทรภู่พื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อคอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้ประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ตาราง 10 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวี

เอกสุนทรภู่ ด้านกิจกรรม

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้า	กิจกรรมขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	ในขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวี	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมมี
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี	ร่วมมือหลากหลายกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็น	ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์	ท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร	หลากหลายกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการไหว้
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร	การให้พระ ทำบุญ การเที่ยวชมธรรมชาติ	นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีที่	ของกวีเอกสุนทรภู่มีการทำกิจกรรมหลาย ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็น	พระ ทำบุญ การเที่ยวชมธรรมชาติ แต่ควร
ของกวีเอกสุนทรภู่ – ด้านกิจกรรม	แต่ควรจะมีการส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยโดยเน้นกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เช่น การสอนแต่งนิราศ การจัดนิทรรศการอย่างถาวร	สามารถทำได้ คือการจัดกิจกรรมการแต่งกลอนเพื่อเทิดทูนท่านสุนทรภู่ การสาธิตการทำอาหารที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวถึง การจัดกิจกรรมล่องเรือตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรบริเวณใกล้ ๆ หรือการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่กล่าวถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	จะเป็นต้น และควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนของการล่องเรือตามเส้นทางเพื่อตามรอยนิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่ การแต่งกายตามยุคสมัย การจัดเส้นทางทัศนศึกษาให้กับนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลที่สนใจ	จะมีการส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เช่น การสอนแต่งนิราศ การจัดนิทรรศการอย่างถาวรเพื่อให้
	ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมและหรือนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยสามารถทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในชุมชนได้ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม “ปั้นดินให้ดัง” “ดอกลาย สร้างศิลป์” เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการดอกหนึ่งใหญ่ หรืออาจจะเพิ่มเติมนักท่องเที่ยวตามรอยโดยใช้รถเล้ง ซึ่งเป็นรถประจำท้องถิ่นเมืองเพชรในการนำเที่ยว			

ตาราง 10 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	เพชรในการนำเที่ยว			อีกทั้งยังเป็นการ
	อีกทั้งยังเป็นการ			เสริมสร้างให้ประชาชน
	เสริมสร้างให้			ในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่ม
	ประชาชนในท้องถิ่นมี			มากขึ้นด้วย หรือ
	รายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย			อาจจะมีการจัดแรลลี่
	หรืออาจจะมีการจัด			วัฒนธรรม โดยการ
	แรลลี่วัฒนธรรม โดย			แต่งกายด้วยชุด ไทย
	การ แต่งกายด้วยชุด			เพื่อสร้างความสนใจ
	ไทยเพื่อสร้างความ			ให้กับนักท่องเที่ยวให้มา
	สนใจให้กับนักท่องเที่ยว			ท่องเที่ยวตามรอยกวี
	ให้มาท่องเที่ยวตามรอย			นิพนธ์นิราศเมืองเพชร
	กวีนิพนธ์นิราศเมือง			หรือการแสดงละคร
	เพชร หรือการแสดง			ชาตรี ในเรื่องของ
	ละครชาตรี ในเรื่องของ			กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร
	กวีนิพนธ์นิราศเมือง			การประกวดภาพวาด
	เพชร การประกวด			ระบายสี เป็นต้น
	ภาพวาดระบายสี			
	เป็นต้น			

จากตาราง 10 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านกิจกรรม พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมมีหลากหลายกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการไหว้พระ ทำบุญ การเที่ยวชมธรรมชาติ แต่ควรจะมีการส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยโดยเน้นกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เช่น การสอนแต่งนิราศ การจัดนิทรรศการอย่างถาวรเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชม และหรือนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยสามารถทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในชุมชนได้ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม “ปั้นดินให้ดัง” “ต่อกลาย สร้างศิลป์” เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการตกหน้ใหญ่ หรืออาจจะเพิ่มเติมนักท่องเที่ยวตามรอยโดยใช้รถแล้ง ซึ่งเป็นรถประจำท้องถิ่นเมืองเพชรในการนำเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย หรืออาจจะมีการจัดแรลลี่วัฒนธรรม โดยการแต่งกายด้วยชุดไทยเพื่อสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร หรือการแสดงละครชาตรี ในเรื่องของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร การประกวดภาพวาดระบายสี เป็นต้น กิจกรรมขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ใน

แหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีที่สามารถทำได้ คือ การจัดกิจกรรมการแต่งกลอนเพื่อเทิดทูนท่านสุนทรภู่ การสาธิตการทำอาหารที่ท่านสุนทรภู่ได้กล่าวถึง การจัดกิจกรรมล่องเรือตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรบริเวณใกล้ ๆ หรือการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่กล่าวถึงในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีการทำกิจกรรมหลาย ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็น การเข้าชมโบราณสถานต่าง ๆ การไหว้พระตามเส้นทางนิราศเมืองเพชรของท่านสุนทรภู่ เป็นต้น และควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนของการล่องเรือตามเส้นทางเพื่อตามรอยนิราศเมืองเพชรของสุนทรภู่ การแต่งกายตามยุคสมัย การจัดเส้นทางทัศนศึกษาให้กับนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลที่สนใจ

ตาราง 11 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านที่พัก

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ – ด้านที่พัก	ที่พักภายในจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะจังหวัดเพชรบุรีมีที่พักแบบหลากหลายทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น แต่สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติมคือการจัดโปรแกรมขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวและเป็นการประชาสัมพันธ์ที่พัก	ทางจังหวัดเองควรมีการพัฒนาที่พักที่อยู่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำเนื่องจากบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ท่านได้เดินทางมาทางเรือเราก็ควรจะต้องพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือหรือทางน้ำ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีนั้นเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้งในด้านของราคาและด้านประเภทที่หลากหลาย แต่ควรจะพัฒนาในเรื่องของที่พักใกล้ริมฝั่งน้ำ และบรรยากาศโดยรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรได้สัมผัสถึงบรรยากาศที่แท้จริง	ที่พักภายในจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะจังหวัดเพชรบุรีมีที่พักแบบหลากหลายทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น แต่สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติมคือการจัดโปรแกรมขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวและเป็นการประชาสัมพันธ์ที่พักไปในตัวด้วย

ตาราง 11 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	ไปในตัวด้วย โดย เฉพาะที่พักที่อยู่ใกล้ แหล่งสถานที่ ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ ภายในบทกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชร และ ควรมิบทกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรที่ ประทับใจแต่ละบท พร้อมภาพประกอบที่ สวยงามไว้ นักท่องเที่ยวที่เข้ามา พักได้อ่านและสร้าง ความประทับใจและ อยากเข้ามาพักซ้ำ และต้องมีความ ปลอดภัย สะดวก ได้รับมาตรฐาน SHA การันตีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน เนื่องจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะ กลายเป็นโรคประจำ ถิ่นไปแล้วก็ตาม และทางที่พักเอง ก็ควรมีมาตรฐานไว้ ตลอดเวลา เพื่อความ สบายใจของ นักท่องเที่ยวที่ จะเข้าพัก			โดยเฉพาะที่พักที่อยู่ ใกล้แหล่งสถานที่ ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ ภายในบทกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชร และ ควรมิบทกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรที่ ประทับใจแต่ละบท พร้อมภาพประกอบที่ สวยงามไว้ นักท่องเที่ยวที่เข้ามา พักได้อ่านและสร้าง ความประทับใจและ อยากเข้ามาพักซ้ำ และต้องมีความ ปลอดภัย สะดวก ได้รับมาตรฐาน SHA การันตีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน

จากตาราง 11 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) จังหวัดนครราชสีมาของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านที่พัก พบว่า ที่พักภายในจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีที่พักแบบหลากหลายทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น แต่สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติม คือ การจัดโปรโมชั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่พักไปในตัวด้วย โดยเฉพาะที่พักที่อยู่ใกล้แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร และควรมีบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรที่ประทับใจแต่ละบท พร้อมภาพประกอบที่สวยงามให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักได้อ่านและสร้างความประทับใจและอยากเข้ามาพักซ้ำ และต้องมีความปลอดภัย สะดวก ได้รับมาตรฐาน SHA การันตีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะกลายเป็นโรคประจำถิ่นไปแล้วก็ตาม และทางที่พักเองก็ควรมีมาตรฐานไว้ตลอดเวลา เพื่อความสบายใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าพัก ทางจังหวัดเองควรมีการพัฒนาที่พักที่อยู่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำ เนื่องจากบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นท่านได้เดินทางมาทางเรือ เราก็ควรจะต้องพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ หรือทางน้ำ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ที่พักในจังหวัดเพชรบุรีนั้นเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้งในด้านของราคาและด้านประเภทที่หลากหลาย แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของที่พักใกล้ริมฝั่งน้ำ และบรรยากาศโดยรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรได้สัมผัสถึงบรรยากาศที่แท้จริง



ตาราง 12 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวี

เอกสุนทรภู่ ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว (10A's)	สิ่งแวดล้อมในจังหวัด	สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ใน	สิ่งแวดล้อมในจังหวัดเพชรบุรีมี	สิ่งแวดล้อมในจังหวัดเพชรบุรีมี
เชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดเพชรบุรี	เพชรบุรีมีการบริการ ต่าง ๆ ที่ทำให้การ	จังหวัดเพชรบุรีที่จะ ทำให้การพักผ่อนและ	การบริการต่าง ๆ ที่จะ ทำให้การพักผ่อนและ	การบริการต่าง ๆ ที่ทำ ให้การพักผ่อนและ
ตามรอยกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ - ด้านสิ่งแวดล้อม ความสะดวก	พักผ่อนและท่องเที่ยว ตามรอยกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ใน จังหวัดมีความ สะดวกสบายที่ เพียงพอต่อการ รองรับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งตาม ช่องทางโซเชียลมีเดีย ต่าง ๆ แต่เมื่อถึง เทศกาลงานสำคัญ อาจจะไม่เพียงพอ ต่อการอำนวยความสะดวก สะดวกให้กับ นักท่องเที่ยวและ ให้บริการได้ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะการ ให้บริการกับ นักท่องเที่ยวเฉพาะ กลุ่ม อย่าง นักท่องเที่ยวที่มาตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ แต่เรา สามารถปรับเป็นการ ให้บริการนักท่องเที่ยว แบบออนไลน์ได้	ท่องเที่ยวตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่มีความ สะดวกสบายและ เพียงพอต่อความ ต้องการของ นักท่องเที่ยว แต่ใน บางจุดรถยนต์ยังเข้า ไม่ถึง อาจจะต้องมี การเดินเท้าเพื่อเข้าไป ถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งยังขาดงบประมาณ ในส่วนนี้เข้ามา สนับสนุนจึงต้องขอ งบประมาณจาก หน่วยงานภาครัฐและ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้ามาดำเนินการและ สนับสนุนในเรื่องนี้	ท่องเที่ยวตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ อย่างสะดวกสบาย สามารถรองรับ นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ได้อย่างดี ถึงแม้ว่าสิ่ง อำนวยความสะดวกใน พื้นที่ยังไม่ดีพอหรือ ได้รับมาตรฐาน แต่ก็ สามารถให้บริการ นักท่องเที่ยวเพื่อ อำนวยความสะดวก สะดวกสบายได้เมื่อ เดินทางมาท่องเที่ยวใน พื้นที่	ท่องเที่ยวตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ใน จังหวัดมีความ สะดวกสบายที่ เพียงพอต่อการรองรับ นักท่องเที่ยวทั้งชาว ไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งตาม ช่องทางโซเชียลมีเดีย ต่าง ๆ แต่เมื่อถึง เทศกาลงานสำคัญ อาจจะไม่เพียงพอต่อ การอำนวยความสะดวก สะดวกให้กับ นักท่องเที่ยวและ ให้บริการได้ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะการ ให้บริการกับ นักท่องเที่ยวเฉพาะ กลุ่ม อย่าง นักท่องเที่ยวที่มาตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่ แต่เรา สามารถปรับเป็นการ ให้บริการนักท่องเที่ยว แบบออนไลน์ได้

ตาราง 12 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	เพราะการท่องเที่ยวใน โลกโซเชียลสามารถ อำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวได้ ทุกเวลา และง่ายต่อ การเดินทาง รู้จุด รู้แหล่ง และอยากให้ พัฒนาในเรื่องของ สัญญาณเครือข่าย อินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับ นักท่องเที่ยวที่เดิน ทางเข้ามาเที่ยวใน พื้นที่ในการหาข้อมูล หรือการถ่ายรูปลง โซเชียลเพื่อเป็นการ ประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวของจังหวัด เพชรบุรีไปพร้อมกัน ด้วย			

จากตาราง 12 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) จังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่ทำให้การพำนักรและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัด มีความสะดวกสบายที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ แต่เมื่อถึงเทศกาลงานสำคัญอาจจะมีไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและให้บริการได้ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะ การให้บริการกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อย่างนักท่องเที่ยวที่มาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แต่เราสามารถปรับเป็นการให้บริการนักท่องเที่ยวแบบออนไลน์ได้ เพราะการท่องเที่ยวในโลกโซเชียลสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้

ทุกเวลา และง่ายต่อการเดินทาง รู้จุด รู้แหล่ง และอยากให้พัฒนาในเรื่องของสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในพื้นที่ในการหาข้อมูลหรือการถ่ายรูปลงโซเชียลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีไปพร้อมกันด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรีที่จะทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มีความสะดวกสบายและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ในบางจุดรถยนต์ยังเข้าไม่ถึง อาจจะต้องมีการเดินเท้าเพื่อเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งยังขาดงบประมาณในส่วนนี้เข้ามาสนับสนุนจึงต้องของบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดำเนินการและสนับสนุนในเรื่องนี้ ถึงแม้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ยังไม่ดีพอหรือได้รับมาตรฐาน แต่ก็สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกสบายได้เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

ตาราง 13 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวี

เอกสุนทรภู่ ด้านการรับรู้

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)	จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้าง	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวจากการ	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อ	จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้าง
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี	ประสบการณ์แห่งความสุขจากการ	เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์	เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะ	ประสบการณ์แห่งความสุขจากการ
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวี	นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ใน	ได้รับความสุข สร้างเสริมประสบการณ์	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวี
ของกวีเอกสุนทรภู่ - ด้านการรับรู้	นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	จังหวัดเพชรบุรีนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมากที่ได้มาสัมผัสถึงบรรยากาศและได้รับประสบการณ์แห่งความสุขจากการ	จากการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีร้านอาหารที่	นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ
	นั้น ๆ วิธีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การได้พูดคุยพบปะกับคนในพื้นที่ รวมถึงการได้ชิมอาหารหลากหลายเมนูของจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจาก	ความสุขจากการได้มาเยือนสถานที่จริงสัมผัสบรรยากาศของคนในชุมชน ได้ลิ้มรสถึงรสชาติของอาหารโดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยวเนื้อ	ร้านอาหารที่แสดงทางวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็ชอบในรสชาติของอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรมของคนในชุมชนหรือท้องถิ่น	วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การได้พูดคุยพบปะกับคนในพื้นที่ รวมถึงการได้ชิมอาหารหลากหลายเมนูของจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีได้รับการ

ตาราง 13 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	จังหวัดเพชรบุรีได้รับ การคัดเลือกให้เป็น เมืองสร้างสรรค์ด้าน อาหารจาก UNESCO ประจำปี 2564 ดังนั้น อาหารของจังหวัด เพชรบุรีจะเป็นสิ่ง ดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวเดิน ทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรีเพื่อ สัมผัส และลิ้มรส อาหารดาว – หวานที่ หลากหลายของ จังหวัดเพชรบุรีที่ได้รับ การคัดเลือกจาก UNESCO และรับรู้ได้ จริง ส่วนในเรื่องของ ชีวิตกลางคืน การ ท่องเที่ยวภายใน จังหวัดเพชรบุรี ถ้า เป็นส่วนของการ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่ ทางจังหวัดยังไม่ได้มี เส้นทางท่องเที่ยว ยามราตรี แต่ถ้าใน ส่วนของการท่องเที่ยว กลางคืนในแบบอื่นนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ในโซน ของชายหาด ริมทะเล เพราะมีสถานที่ ท่องเที่ยวกลางคืน เยอะ และ นักท่องเที่ยวให้ความ สนใจเป็นอย่างมาก	และผิดไทย ซึ่งเป็น อาหารขึ้นชื่อของ จังหวัดเพชรบุรี	จังหวัดเพชรบุรีในยาม กลางคืนก็มี ร้านอาหารดาว – หวาน ที่ได้รับรางวัล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ ลองสัมผัสถึงรสชาติ ของอาหารได้อย่าง หลากหลาย	คัดเลือกให้เป็นเมือง สร้างสรรค์ด้านอาหาร จาก UNESCO ประจำปี 2564 จังหวัด เพชรบุรีที่ได้รับการ คัดเลือกจาก UNESCO และรับรู้ได้จริง ส่วนใน เรื่องของชีวิตกลางคืน การท่องเที่ยวภายใน จังหวัดเพชรบุรี ถ้าเป็น ส่วนของการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอกสุนทร ภู่ทางจังหวัดยัง ไม่ได้มีเส้นทาง ท่องเที่ยวยามราตรี แต่เนื่องจาก สถานการณ์การแพร่ ระบาดของเชื้อไวรัสโค โรนา 2019 ทำให้การ ท่องเที่ยวในยาม กลางคืนนั้นหยุดชะงัก และเมื่อสถานการณ์ การแพร่ระบาดของ เชื้อมีมาตรการที่เข้มงวดใน การท่องเที่ยว

ตาราง 13 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	แต่เนื่องจาก สถานการณ์การแพร่ ระบาดของเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 ทำให้ การท่องเที่ยวในยาม กลางคืนนั้นหยุดชะงัก และเมื่อสถานการณ์ การแพร่ระบาดของ เชื้อมีแนวโน้มว่าจะมี มาตรการที่เข้มงวด ในการท่องเที่ยว เพื่อ ความปลอดภัยของคน ที่เข้ามาท่องเที่ยวใน ราตรี			

จากตาราง 13 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) จังหวัดนครราชสีมาของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการรับรู้ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การได้พูดคุยพบปะกับคนในพื้นที่ รวมถึงการได้ชิมอาหารหลากหลายเมนูของจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจาก UNESCO ประจำปี 2564 ดังนั้นอาหารของจังหวัดเพชรบุรีจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพื่อสัมผัส และลิ้มรสอาหารคาว – หวานที่หลากหลายของจังหวัดเพชรบุรีที่ได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO และรับรู้ได้จริง ส่วนในเรื่องของชีวิตกลางคืน การท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรี ถ้าเป็นส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางจังหวัดยังไม่ได้มีเส้นทางทางการท่องเที่ยวในยามค่ำคืน แต่ถ้าในส่วนของการท่องเที่ยวกลางคืนในแบบอื่นนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในโซนของชายหาดริมทะเล เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนเยอะ และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การท่องเที่ยวในยามกลางคืนนั้นหยุดชะงัก และเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อมีแนวโน้มว่าจะมีมาตรการที่เข้มงวดในการท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัยของคนที่เข้ามาท่องเที่ยวในยามค่ำคืนราตรี การรับรู้ของ

นักท่องเที่ยวจากการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในจังหวัดเพชรบูรณ์นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมากที่ได้มาสัมผัสถึงบรรยากาศและได้รับประสบการณ์แห่งความสุขจากการได้มาเยือนสถานที่จริงสัมผัสบรรยากาศของคนในชุมชน ได้ลิ้มรสถึงรสชาติของอาหารโดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยวเนื้อและผัดไทย ซึ่งเป็นอาหารขึ้นชื่อของจังหวัดเพชรบุรี การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะได้รับความสุข สร้างเสริมประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะจังหวัดเพชรบุรีมีร้านอาหารที่หลากหลาย การแสดงทางวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็ชอบในรสชาติของอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรมของคนในชุมชน หรือท้องถิ่นนั้น ๆ จังหวัดเพชรบุรีในยามกลางคืนก็มีร้านอาหารคาว – หวาน ที่ได้รับรางวัล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลองสัมผัสถึงรสชาติของอาหารได้อย่างหลากหลาย

ตาราง 14 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)	การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตาม	การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตาม	การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตาม	การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตาม
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี	เส้นทางการท่องเที่ยว	รอยกวีนิพนธ์นิราศ	รอยกวีนิพนธ์นิราศ	เส้นทางการท่องเที่ยว
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	เชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ	สุนทรภู่ที่ทางจังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวก	สุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีให้บริการ	เชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ
กวีเอกสุนทรภู่ – ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	สุนทรภู่ในปัจจุบันมีครบทุกอย่าง สมบูรณ์ ทันสมัย และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นตู้ ATM ตามแหล่งท่องเที่ยว จุดให้บริการช่วยเหลือผู้ช่วยกรณีเป็นลม จุดให้บริการ	สะดวกต่าง ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ซึ่งเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ในบางพื้นที่อาจจะไม่ได้มีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือ	ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงและมากเพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และควรที่จะพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวที่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำหรือเส้นทาง	สุนทรภู่ในปัจจุบันมีครบทุกอย่าง สมบูรณ์ ทันสมัย และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของสัญญาณอินเตอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพราะสื่อโซเชียลจะแสดงถึงความคิดเห็นของคนทั่วทุกมุมโลก และยัง

ตาราง 14 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	สัญญาณอินเทอร์เน็ต	ทำเข้าไปอาจจะต้อง	และช่วยกันและที่ขาด	เป็นการ
	WiFi ให้ครอบคลุม	พัฒนาและปรับปรุง	ไม่ได้เลย คือ	ประชาสัมพันธ์การ
	ทุกพื้นที่ เพราะใน	ในเรื่องนี้ และของ	งบประมาณในการ	ท่องเที่ยวของจังหวัด
	ปัจจุบันสื่อสังคม	เพิ่มเติมในส่วนของ	สนับสนุนดังกล่าว	อีกทางหนึ่งด้วย
	ออนไลน์โซเชียลมีเดีย	การพัฒนาและ		
	มีผลต่อบุคคลทุก	ปรับปรุงในเรื่องของ		
	ระดับ เพราะสื่อ	เส้นทางการเดินทาง		
	โซเชียลจะแสดงถึง	ท่องเที่ยวทางเรือ		
	ความคิดเห็นของคน	หรือการท่องเที่ยว		
	ทั่วทุกมุมโลก และยัง	ทางน้ำ ควรจะมีการ		
	เป็นการประชาสัมพันธ์	พัฒนาเพื่อเป็นการ		
	สัมพันธ์การท่องเที่ยว	ตอบโจทย์ให้กับ		
	ของจังหวัดอีกทาง	นักท่องเที่ยวที่		
	หนึ่งด้วย	เดินทางมาท่องเที่ยว		
		ตามเส้นทางการ		
		ท่องเที่ยวเชิง		
		วัฒนธรรมตามรอย		
		วิถีพนมรุ้งนาราศเมือง		
		เพชรของกวีเอก		
		สุนทรภู่		

จากตาราง 14 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยวิถีพนมรุ้งนาราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีพนมรุ้งนาราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันมีครบทุกอย่าง สมบูรณ์ ทันสมัย และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นตู้ ATM ตามแหล่งท่องเที่ยว จุดให้บริการช่วยเหลือผู้ช่วยกรณีเป็นลม จุดให้บริการนักท่องเที่ยว แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพราะในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์โซเชียลมีเดียมีผลต่อบุคคลทุกระดับ เพราะสื่อโซเชียลจะแสดงถึงความคิดเห็นของคนทั่วทุกมุมโลก และยังเป็นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอีกทางหนึ่งด้วย การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามรอยวิถีพนมรุ้งนาราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ทางจังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ซึ่งเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ในบางพื้นที่อาจจะไม่ได้มี

เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะต้องเดินเท้าเข้าไปอาจจะต้องพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องนี้ และของเพิ่มเติมในส่วนของการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือ หรือการท่องเที่ยวทางน้ำ ควรจะมีการพัฒนาเพื่อเป็นการตอบโต้ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ต WiFi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพราะสื่อโซเชียลจะแสดงถึงความคิดเห็นของคนทั่วทุกมุมโลก และยังเป็น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอีกทางหนึ่งด้วย

ตาราง 15 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านลักษณะที่ปรากฏ

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)	แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ปรากฏในบทกวี	ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวหรือ	ลักษณะที่ปรากฏเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ปรากฏในบทกวี
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี	นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก	สถานที่ท่องเที่ยว	มาถึงแหล่งท่องเที่ยว	นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ – ด้านลักษณะที่ปรากฏ	สุนทรภู่ อาจจะต้องได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง เช่น การเพิ่มอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์ บริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บางแห่งอาจจะต้องปรับปรุงห้องสุขาให้ได้มาตรฐาน และคอยมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุก ๆ ชั่วโมงเพื่อป้องกัน การแพร่เชื้อโรค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจจะต้องมีการจัด	จุดหมายปลายทางเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงเพื่อมาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก	ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อาจจะต้องได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุงตั้งแต่ครั้งแรกและตลอดเวลาในการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์ดี แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของการบริหารจัดการในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก และอาสาสมัครที่พร้อมให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	สุนทรภู่ อาจจะต้องได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง เช่น การเพิ่มอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์ บริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บางแห่งอาจจะต้องปรับปรุงห้องสุขาให้ได้มาตรฐาน และคอยมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุก ๆ ชั่วโมงเพื่อป้องกัน การแพร่เชื้อโรค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจจะต้องมีการจัด

ตาราง 15 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	อบรมผู้ให้บริการ	ความประทับใจและ		อบรมผู้ให้บริการ
	สถานประกอบการ	อยากกลับมาเที่ยวซ้ำ		สถานประกอบการ
	และผู้ที่เกี่ยวข้องกับ			และผู้ที่เกี่ยวข้องกับ
	สถานที่ท่องเที่ยวตาม			สถานที่ท่องเที่ยวตาม
	เส้นทางการท่องเที่ยว			เส้นทางการท่องเที่ยว
	เชิงวัฒนธรรมตาม			เชิงวัฒนธรรมตาม
	รอยกวีนิพนธ์นิราศ			รอยกวีนิพนธ์นิราศ
	เมืองเพชรของกวีเอก			เมืองเพชรของกวีเอก
	สุนทรภู่ให้มีความ			สุนทรภู่ให้มีความ
	พร้อมในการ			พร้อมในการ
	ให้บริการด้านข้อมูล			ให้บริการด้านข้อมูล
	แก่นักท่องเที่ยว			แก่นักท่องเที่ยว
	เพื่อให้นักท่องเที่ยว			เพื่อให้นักท่องเที่ยว
	เกิดความประทับใจ			เกิดความประทับใจ
	และกลับเที่ยวซ้ำ			และกลับเที่ยวซ้ำ
	ตั้งแต่มาถึง ระหว่าง			
	ท่องเที่ยว และ			
	เดินทางกลับ อีกทั้ง			
	ควรจะมีการเพิ่มเติม			
	ในเรื่องของช่องทาง			
	ของผู้พิการที่เดินทาง			
	มาท่องเที่ยวในจังหวัด			
	เพชรบุรี หรือห้องน้ำ			
	สำหรับผู้พิการตาม			
	แหล่งท่องเที่ยว			
	ต่าง ๆ เป็นต้น			

จากตาราง 15 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านลักษณะที่ปรากฏ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อาจจะต้องได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง เช่น การเพิ่มอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บางแห่งอาจจะต้องปรับปรุงห้องสุขาให้ได้มาตรฐาน และคอยมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุก ๆ ชั่วโมงเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจะต้องมีการจัดอบรมผู้ให้บริการ สถานประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทาง

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีความพร้อมในการให้บริการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับเที่ยวซ้ำ ตั้งแต่มาถึง ระหว่างท่องเที่ยว และเดินทางกลับ อีกทั้งควรจะมีการเพิ่มเติมในเรื่องของช่องทางของผู้พิการที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี หรือห้องน้ำสำหรับผู้พิการตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น ลักษณะที่ปรากฏของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางถึงเพื่อมาตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ครั้งแรกและตลอดเวลาในการเข้าพักนั้นมีความสมบูรณ์พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว แต่ควรพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องของมัคคุเทศก์หรืออาสาสมัครที่มีความรู้ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ ลักษณะที่ปรากฏเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ครั้งแรกและตลอดเวลาในการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์ดี แต่ควรที่จะพัฒนาในเรื่องของการบริหารจัดการ ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก และอาสาสมัครที่พร้อมให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ตาราง 16 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านความเชื่อมั่น

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)	ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์	ความเชื่อมั่นในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี	เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์	นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	กวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
- ด้านความเชื่อมั่น	จังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	ความปลอดภัยเป็นอย่างมาก และเชื่อมั่นได้อย่างเต็มที่ เพราะทางจังหวัดอีกมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
	ระดับความปลอดภัยที่มีความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น	อย่างมา และเชื่อมั่นได้อย่างเต็มที่ เพราะทางจังหวัดอีกมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการดูแลความปลอดภัยของ	และมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและดูแลรักษาความปลอดภัย	ระดับความปลอดภัยที่มีความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น

ตาราง 16 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	จำนวนคดีที่เกี่ยวข้องกับ นักท่องเที่ยวนั้นมีน้อย มากหรือแทบจะไม่มี เลย นอกจากนั้นยังมี การให้บริการสาย ด่วนไม่ว่าจะเป็น สาย ด่วน 191, 1374 หรือ 1669 ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ ที่มีประสิทธิภาพและมี เป้าหมายที่ชัดเจนที่ จะคอยดูแล นักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบุรีเป็น อย่างดี คอยอำนวยความสะดวก ความสะดวกรวดเร็ว 24 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวสามารถ เดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรีได้ อย่างมั่นใจ หายห่วง และถ้าหากเกิด เหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน จะมีเจ้าหน้าที่คอย ให้บริการอย่างเต็มที่ หากเกิดเหตุในเมือง จะมีเจ้าหน้าที่เดินทาง ไปถึงจุดเกิดเหตุไม่ เกิน 5 นาที และถ้า เกิดเหตุการณ์นอก เมืองจะมีเจ้าหน้าที่ เดินทางไปถึงจุดเกิด เหตุไม่เกิน 15 นาที	นักท่องเที่ยวตาม แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง และบาง แห่งก็มีอาสาสมัครมา คอยให้บริการอย่าง เต็มใจ		จำนวนคดีที่เกี่ยวข้องกับ นักท่องเที่ยวนั้นมีน้อย มากหรือแทบจะไม่มี เลย นอกจากนั้นยังมี การให้บริการสาย ด่วนไม่ว่าจะเป็น สาย ด่วน 191, 1374 หรือ 1669 ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ ที่มีประสิทธิภาพและมี เป้าหมายที่ชัดเจนที่ จะคอยดูแล นักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบุรีเป็น อย่างดี คอยอำนวยความสะดวก ความสะดวกรวดเร็ว 24 ชั่วโมง

จากตาราง 16 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านความเชื่อมั่น พบว่า ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีระดับความปลอดภัยที่มีความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น จำนวนคดีที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวนั้นมีน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย นอกจากนั้นยังมีการให้บริการสายด่วนไม่ว่าจะเป็น สายด่วน 191, 1374 หรือ 1669 ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพและมีเป้าหมายที่ชัดเจนที่จะคอยดูแลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างดี คอยอำนวยความสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีได้อย่างมั่นใจ หายห่วง และถ้าหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอย่างเต็มที่ หากเกิดเหตุในเมืองจะมีเจ้าหน้าที่เดินทางไปถึงจุดเกิดเหตุไม่เกิน 5 นาที และถ้าเกิดเหตุการณ์นอกเมืองจะมีเจ้าหน้าที่เดินทางไปถึงจุดเกิดเหตุไม่เกิน 15 นาที นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเป็นอย่างมาก และเชื่อมั่นได้อย่างเต็มที่ เพราะทางจังหวัดอีกมีเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง และบางแห่งก็มีอาสาสมัครมาคอยให้บริการอย่างเต็มที่



ตาราง 17 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)

เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ
กวีเอกสุนทรภู่ ด้านการเห็นคุณค่า

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว (10A's)	ความรู้สึกรู้สึกจากการ ให้บริการ	รู้สึกดีที่ได้ให้บริการ	ความรู้สึกที่เราเป็นผู้ ให้บริการนักท่องเที่ยว	ความรู้สึกรู้สึกจากการ ให้บริการ
เชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดเพชรบุรี	นักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยว	เดินทางมาท่องเที่ยว	ให้นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยว
ตามรอยกวีนิพนธ์	ตามรอยกวีนิพนธ์	นิราศเมืองเพชรของ	ประทับใจและเห็น	ตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่	นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ที่ผ่าน	กวีเอกสุนทรภู่ ซึ่งเรา เห็นคุณค่าและมี	คุณค่าเมื่อ นักท่องเที่ยวได้	นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ที่ผ่าน
- ด้านการเห็นคุณค่า	มานั้น นักท่องเที่ยว ทุกท่านที่เดินทางมา ท่องเที่ยวนั้น ให้ ความสำคัญ และเห็น คุณค่าของแหล่ง ท่องเที่ยวนั้น เพราะ แหล่งท่องเที่ยวบาง แห่งมีประวัติความเป็น มายาวนานกว่า ร้อยปี พันปี ทุกแห่ง ย่อมแสดงและ สะท้อนถึงคุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ พร้อมหลักฐานและ เรื่องเล่าปรากฏกันมา อย่างยาวนาน ซึ่งทาง จังหวัดเองรู้สึกดีใจ และประทับใจที่ นักท่องเที่ยวทุกท่าน ให้ความสำคัญ ให้ ความสนใจ และเห็น คุณค่าของแหล่ง ท่องเที่ยวนั้น ๆ และ พร้อมที่จะอนุรักษ์ และพร้อมที่จะร่วม พัฒนาและปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไปพร้อมกัน และควร	ความประทับใจมาก และพร้อมที่จะ ให้บริการกับ นักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยว ทุกคน และส่วนที่ จะต้องพัฒนาเพิ่มเติม คือ การประชาสัมพันธ์ ในเรื่องของ ประวัติความเป็นมา ของท่านสุนทรภู่ ทรัพยากรการ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่	เดินทางมาท่องเที่ยว ตามรอยกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของกวี เอกสุนทรภู่ เพียงพอแล้ว แต่ก็ สามารถพัฒนาหรือ เพิ่มในส่วนของ อาสาสมัครในการนำ ชมสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบทกวี นิพนธ์นิราศเมืองเพชร ที่หลากหลายภาษา เพื่อสร้างความ ประทับใจ และเป็น การเพิ่มเติม ประสบการณ์การ ท่องเที่ยวให้กับ นักท่องเที่ยว	มานั้น นักท่องเที่ยว ทุกท่านที่เดินทางมา ท่องเที่ยวนั้น ให้ ความสำคัญ และเห็น คุณค่าของแหล่ง ท่องเที่ยวนั้น เพราะ แหล่งท่องเที่ยวบาง แห่งมีประวัติความเป็น มายาวนานกว่า ร้อยปี พันปี ทุกแห่ง ย่อมแสดงและ สะท้อนถึงคุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ พร้อมหลักฐานและ เรื่องเล่าปรากฏกันมา อย่างยาวนาน ซึ่งทาง จังหวัดเองรู้สึกดีใจ และประทับใจที่ นักท่องเที่ยวทุกท่าน ให้ความสำคัญ ให้ ความสนใจ และเห็น คุณค่าของแหล่ง ท่องเที่ยวนั้น ๆ และ พร้อมที่จะอนุรักษ์ และพร้อมที่จะร่วม พัฒนาและปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไปพร้อมกัน และควร

ตาราง 17 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
	พัฒนาเพิ่มในเรื่อง ของ การจัดทำสื่อ ที่เกี่ยวข้องตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่ แบบ 360 องศา หรือการจำลอง แหล่งท่องเที่ยวหรือ สถานที่ท่องเที่ยวแบบ 3D เพื่อเป็นสิ่งดึงดูด ใจให้นักท่องเที่ยว และเสริมคุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิด ความสนใจ เชื่อมใส และศรัทธา และหวง แหนแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมตาม รอยดังกล่าว เพื่อ ความยั่งยืนต่อไป			พัฒนาเพิ่มในเรื่อง ของ การจัดทำสื่อ ที่เกี่ยวข้องตามรอยกวี นิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอก สุนทรภู่ แบบ 360 องศา

จากตาราง 17 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านการเห็นคุณค่า พบว่า ความรู้สึกจากการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ผ่านมานั้น นักท่องเที่ยวทุกท่านที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้น ให้ความสำคัญ และเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพราะแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า ร้อยปี พันปี ทุกแห่งย่อมแสดงและสะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ พร้อมหลักฐานและเรื่องเล่าปรัมปราอันมาอย่างยาวนาน ซึ่งทางจังหวัดเองรู้สึกดีใจและประทับใจที่นักท่องเที่ยวทุกท่านให้ความสำคัญ ให้ความสนใจ และเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และพร้อมที่จะอนุรักษ์ และพร้อมที่จะร่วมพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไปพร้อมกัน และควรพัฒนาเพิ่มในเรื่องของการจัดทำสื่อที่เกี่ยวข้องตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แบบ 360 องศา หรือการจำลองแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวแบบ 3D เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับ

นักท่องเที่ยวและเสริมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ เลื่อมใส และศรัทธา และวางแผนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามรอยดังกล่าว เพื่อความยั่งยืนต่อไป รู้สึกดีที่ได้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ซึ่งเราเห็นคุณค่าและมีความประทับใจมากและพร้อมที่จะให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทุกคน และส่วนที่จะต้องพัฒนาเพิ่มเติม คือ การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ความรู้สึกที่เราเป็นผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจและเห็นคุณค่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้นเพียงพอแล้ว แต่ก็สามารถพัฒนาหรือเพิ่มในส่วนของอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรที่หลากหลายภาษาเพื่อสร้างความประทับใจและเป็นการเพิ่มเติมประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (10P) และการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี และการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ องค์ประกอบการท่องเที่ยว (10A's) โดยรายละเอียดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีรายละเอียด ดังนี้

(หมายเหตุ: * หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ, ** หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ)

1. จุดแข็งของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Strengths) ประกอบด้วย

1.1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่าร้อยปี มาแห่งมีอายุเป็นพันปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น (*,**)

1.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว (*,**)

1.3 จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นเส้นทางในเขตไทยแลนด์รีเวียรา และยังเป็นเส้นทางสู่ภาคใต้ (*)

1.4 มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (*,**)

1.5 จังหวัดเพชรบุรีเองก็ยังได้รับรางวัลจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเยอะขึ้น (*)

1.6 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอและมีความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ (*,**)

1.7 คนในชุมชนร่วมกันจัดการดูแลสภาพแวดล้อม การใช้ประโยชน์ของพื้นที่การจัดการด้านความปลอดภัยเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว (*,**)

1.8 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบสาธารณสุข สถานีบริการน้ำมัน ธนาคาร

1.9 ตู้ กดเงินสด ไปรษณีย์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อ อย่างเพียงพอและทั่วถึง (*,**)

2. จุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Weaknesses) ประกอบด้วย

2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรยังขาดอาสาสมัครหรือผู้นำเที่ยวที่มีองค์ความรู้ในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (*)

2.2 ขาดการบูรณาการในเรื่องของความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการในการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (*,**)

2.3 คนในชุมชนขาดทักษะองค์ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะการเป็นผู้ให้บริการ ทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และทักษะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่เพียงพอต่อการรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นในอนาคต (*,**)

2.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ขาดการพัฒนาในรูปแบบของการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวลงมือปฏิบัติและเรียนรู้ ได้รับประสบการณ์จริงที่จะนำไปปฏิบัติใช้ในชีวิตประจำวันได้ (*,**)

3. โอกาสของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Opportunities) ประกอบด้วย

3.1 นโยบายของรัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ การสัมผัส การได้เห็น (*,**)

3.2 กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนที่เน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (*,**)

3.3 รัฐบาลมีนโยบายให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมมากขึ้น เนื่องจากส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เดินทางท่องเที่ยว เรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมในประเทศไทย (*)

3.4 เป้าหมายของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่นั้นเป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม มีลักษณะโดดเด่น และกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่นั้นจะเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว (*)

4. อุปสรรคของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Threats) ประกอบด้วย

4.1 เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ภาครัฐมีมาตรการในการเดินทางระหว่างจังหวัดและระหว่างประเทศ ลดการขนส่งสาธารณะ และใช้มาตรการ Social Distancing ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจในสายธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภท (*,**)

4.2 ความไม่มั่นคงทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยววันน้อยลง (*)

4.3 ระบบเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ประชาชนมีรายได้ไม่คงที่ ทำให้ต้องจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้ในการใช้ชีวิตประจำวัน (*,**)

4.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่มีแนวโน้มที่ลดลงเนื่องจากความกังวลในเรื่องของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้นักท่องเที่ยวมีความวิตกกังวลในเรื่องของปัญหาด้านสุขภาพ (*,**)

4.5 ศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีขีดจำกัดในเรื่องของภาษาต่างประเทศและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (*,**)

ตาราง 18 แสดงสรุปปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Strengths)	จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Weaknesses)
S1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่าร้อยปี บางแห่งมีอายุเป็นพันปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น (*,**)	W1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรยังขาดอาสาสมัครหรือผู้นำเที่ยวที่มีองค์ความรู้ในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (*)
S2 แหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว (*,**)	W2 ขาดการบูรณาการในเรื่องของความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการในการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (*,**)
S3 จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นเส้นทางในเขตไทยแลนด์เรียล่า และยังเป็นเส้นทางสู่ภาคใต้ (*)	W3 คนในชุมชนขาดทักษะองค์ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะการเป็นผู้ให้บริการ ทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และทักษะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่เพียงพอต่อการรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นในอนาคต (*,**)
S4 มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (*,**)	W4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ขาดการพัฒนาในรูปแบบของการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวลงมือปฏิบัติและเรียนรู้ ได้รับประสบการณ์จริงที่จะนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ (*,**)
S5 จังหวัดเพชรบุรีเองก็ยังได้รับรางวัลจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเยอะขึ้น (*)	
S6 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอและมีความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ (*,**)	
S7 คนในชุมชนร่วมกันจัดการดูแลสภาพแวดล้อม การใช้ประโยชน์ของพื้นที่ การจัดการด้านความปลอดภัยเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว (*,**)	
S8 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานบริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบสาธารณสุข สถานบริการน้ำมัน ธนาคาร ตู้กดเงินสด ไปรษณีย์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อ อย่างเพียงพอและทั่วถึง (*,**)	

ตาราง 18 (ต่อ)

โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย วิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Opportunities)	อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย วิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Threats)
O1 นโยบายของรัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรตามรอยกวีนิพนธ์เมืองเพชรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ การสัมผัส การได้เห็น (*,**)	T1 เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ภาครัฐมีมาตรการในการเดินทางระหว่างจังหวัดและระหว่างประเทศ ลดการขนส่งสาธารณะ และใช้มาตรการ Social Distancing ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจในสายธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภท (*,**)
O2 กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนที่เน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (*,**)	T2 ความไม่มั่นคงทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยววันน้อยลง (*)
O3 รัฐบาลมีนโยบายให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมมากขึ้น เนื่องจากส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เดินทางท่องเที่ยว เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมในประเทศไทย (*)	T3 ระบบเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ประชาชนมีรายได้ไม่คงที่ ทำให้ต้องจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้ในการชีวิตประจำวัน (*,**)
O4 เป้าหมายของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม มีลักษณะโดดเด่น และกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จะเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว (*)	T4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่มีแนวโน้มที่ลดลงเนื่องจากความกังวลในเรื่องของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้นักท่องเที่ยวมีความวิตกกังวลในเรื่องของปัญหาด้านสุขภาพ (*,**)
	T5 ศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีขีดจำกัดในเรื่องของภาษาต่างประเทศและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (*,**)

หมายเหตุ: * หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

** หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กิ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ นำมาวิเคราะห์ร่วมกับสภาพแวดล้อมภายนอก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาการท่องเที่ยว และบริบทของพื้นที่โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis แล้วนำข้อมูลจากการวิเคราะห์มากำหนดเป็นกรอบในการเสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยการสังเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix

Analysis ทำให้เกิดกลยุทธ์ในการจัดการ 4 ประเภท คือ 1) กลยุทธ์เชิงรุก 2) กลยุทธ์เชิงรับ 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน และ 4) กลยุทธ์เชิงแก้ไข ดังนี้

**ตาราง 19 แสดงการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้เทคนิค TOWS Matrix Analysis ยุทธศาสตร์
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอก
สุนทรภู่**

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)		กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)	
SO1	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น	WO1	พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่กระจายอย่างทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว
SO2	พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิดการพักค้างแรมระยะยาว	WO2	พัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
SO3	ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย	WO3	ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการตลาดแบบออนไลน์
SO4	พัฒนาที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย และจัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันระหว่างเครือข่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์	WO4	พัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกันภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก เข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางเรือ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศ และได้รับประสบการณ์โดยตรง
SO5	พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ	WO5	พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
SO6	พัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนินจาของกวีเอกสุนทรภู่สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรม	WO6	ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนินจาเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ตาราง 19 (ต่อ)

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)		กลยุทธ์เชิงรับ (WT)	
ST1	ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	WT1	ส่งเสริมให้คนในชุมชน อาสาสมัคร พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ การใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
ST2	ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	WT2	สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ
ST3	ยกระดับสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พร้อมกับยกระดับมาตรฐานด้านสาธารณูปโภคและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	WT3	ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม
ST4	ส่งเสริมการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัล		

การสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางของ TOWS Matrix Analysis ในการวางกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยนำจุดแข็งและโอกาสที่นำมาวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ด้วยการพิจารณาข้อดีหรือจุดเด่นเพื่อหาประโยชน์จากโอกาสที่มี ได้แก่

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น
2. พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิดการพักค้างแรมระยะยาว
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย
4. พัฒนาที่พักบริเวณใกล้เคียงริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย และจัดให้มี Platform การจองที่พักพร้อมกันระหว่างเครือข่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
5. พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

6. พัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรม

จุดอ่อนและอุปสรรคมาวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เพื่อลดจุดอ่อนและตั้งรับกับอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่

1. ส่งเสริมให้คนในชุมชน อาสาสมัคร พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ การใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2. สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ

3. ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม

จุดแข็งและอุปสรรคมาวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ด้วยการพิจารณาจุดแข็งที่จะสามารถป้องกันอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่

1. ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

2. ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3. ยกระดับสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พร้อมกับยกระดับมาตรฐานด้านสาธารณูปโภคและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

4. ส่งเสริมการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัล

จุดอ่อนและโอกาสมาวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ด้วยการพิจารณาจุดอ่อนมาใช้ประโยชน์จากโอกาส เพื่อลดจุดอ่อน หรือข้อเสียเปรียบนั้น ได้แก่

1. พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่กระจายอย่างทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

2. พัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

3. ยกย่องศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการตลาดแบบออนไลน์

4. พัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกันภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก เข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางเรือ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศ และได้รับประสบการณ์โดยตรง

5. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

6. ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

กลยุทธ์เชิงรุก (SO : Strength + Opportunity) แบ่งได้เป็น 6 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิดการพักค้างแรมระยะยาว

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาที่พักบริเวณใกล้เคียงฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย และจัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันระหว่างเครือข่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO : Weakness + Opportunity) แบ่งได้เป็น 6 กลยุทธ์ คือ
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่กระจายอย่างทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการตลาดแบบออนไลน์

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกันภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวกเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางเรือ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศและได้รับประสบการณ์โดยตรง

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 6 ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST : Strength + Threats) แบ่งได้เป็น 4 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พร้อมกับยกระดับมาตรฐานด้านสาธารณสุขปลอดภัยและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัล

กลยุทธ์เชิงรับ (WT : Weakness + Threats) แบ่งได้เป็น 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมให้คนในชุมชน อาสาสมัคร พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ การใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ

กลยุทธ์ที่ 3 ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ตาราง 20 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strength + Opportunity)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น	ฟื้นฟู ทำนุบำรุง เผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น	1. โครงการฟื้นฟู ทำนุ บำรุง เผยแพร่วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โครงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและพัฒนาสินค้าชุมชน
2. พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิดการพักค้างแรมระยะยาว	ฟื้นฟู ทำนุบำรุง เผยแพร่วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	1. โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางน้ำ
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย	เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่	1. โครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางน้ำ 2. โครงการการรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์

ตาราง 20 (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
4. พัฒนาที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย และจัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันระหว่างเครือข่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์	พัฒนาระดับคุณภาพที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย สนับสนุนให้ที่พักรับรองมาตรฐาน SHA Plus จัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันของเครือข่าย	1. โครงการพัฒนาและยกระดับคุณภาพที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ตรงตามมาตรฐานการท่องเที่ยว 2. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่พักขอรับรองมาตรฐาน SHA Plus
5. พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ	พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ	1. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแปลกใหม่และส่งเสริมให้มีชื่อเสียงระดับประเทศ 2. โครงการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
6. พัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรม	พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าพัฒนาแพ็คเกจการขายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบครบวงจรและส่งเสริมกิจกรรมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อสร้างค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว	1. โครงการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2. โครงการพัฒนาแพ็คเกจการขายแบบครบวงจรกับตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 3. โครงการส่งเสริมการสร้างคุณค่ามรดกวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้กับคนไทย

จากตาราง 20 แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงรุก (SO : Strength + Opportunity) ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นสถานที่ที่มีอยู่จริง ตั้งแต่สมัยของกวีเอกสุนทรภู่และยังคง

อยู่จนถึงปัจจุบัน โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น
2. การพัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิดการพักค้างแรมระยะยาว
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย
4. การพัฒนาที่พักบริเวณใกล้เคียงริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย และจัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันระหว่างเครือข่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
5. การพัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ
6. การพัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรม

แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์

1. พื้นฟู ทำนุบำรุง เผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น
2. พื้นฟู ทำนุบำรุง เผยแพร่วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวละคุณภาพสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
3. เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่

4. พัฒนาระดับคุณภาพที่พักริเวณใกล้เคียงฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย สนับสนุนให้ที่พักรับรองมาตรฐาน SHA Plus จัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันของเครือข่าย

5. พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

6. พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อดันหาความต้องการของลูกค้า พัฒนาแพคเกจการขายการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบครบวงจรและส่งเสริมกิจกรรมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อสร้างค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว

โครงการ

1. โครงการฟื้นฟู ทำนุ บำรุง เผยแพร่วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและพัฒนาสินค้าชุมชน
3. โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
4. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางน้ำ
5. โครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางน้ำ
6. โครงการรกรางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์ฯ
7. โครงการพัฒนาและยกระดับคุณภาพที่พักบริเวณใกล้เคียงฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐานตรงตามมาตรฐานการท่องเที่ยว
8. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่พักขอรับรองมาตรฐาน SHA Plus
9. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแปลกใหม่และส่งเสริมให้มีชื่อเสียงระดับประเทศ
10. โครงการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

11. โครงการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

12. โครงการพัฒนาแพคเกจการขายแบบครบวงจรกับตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

13. โครงการส่งเสริมการสร้างคุณค่ามรดกวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้กับคนไทย

ตาราง 21 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strength + Threats)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
1. ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ทั้งระบบให้มีขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนให้บุคลากรเพิ่มสมรรถนะขั้นพื้นฐานและได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานตามลักษณะของตำแหน่งงาน พัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและทักษะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอย่างยั่งยืน	1. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งระบบให้มีขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 2. โครงการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่สนับสนุนให้บุคลากรเพิ่มสมรรถนะขั้นพื้นฐาน 3. โครงการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและทักษะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน จัดทำแผนและออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตใจ มีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและนำผลประเมินมาปรับปรุง	1. โครงการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2. โครงการจัดทำแผนและออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม

ตาราง 21 (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
		3. โครงการการติดตามประเมินผล การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. ยกระดับสุขอนามัยของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่พร้อมกับยกระดับมาตรฐาน ด้านสาธารณสุข ปลอดภัยและความ ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	พัฒนามาตรฐานด้านสาธารณสุข ปลอดภัย เช่น การลดความหนาแน่น ของนักท่องเที่ยวให้ได้ตามมาตรฐานด้าน ความปลอดภัยและสุขภาพ การปรับ รูปแบบการบริการของสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นระบบ ลดการสัมผัส ยกระดับการดูแลป้องกันความปลอดภัย จากโรคระบาด	1. โครงการพัฒนามาตรฐานด้าน สาธารณสุข ปลอดภัย 2. โครงการปรับปรุงแบบการบริหาร ของสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็น ระบบแบบลดการสัมผัส 3. โครงการยกระดับการดูแลป้องกัน ความปลอดภัยจากโรคระบาด
4. ส่งเสริมการตลาดทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ใน รูปแบบดิจิทัล	ออกแบบหลักสูตรและให้ความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวรูปแบบดิจิทัลให้กับบุคคล และพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พัฒนาศูนย์ข้อมูล การท่องเที่ยวในรูปแบบออนไลน์บน ดิจิทัลแพลตฟอร์มและเพิ่มศักยภาพ ในการตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวแบบทันทีทันใด และส่งเสริม ผู้ประกอบการภาคธุรกิจให้ทำธุรกิจ ออนไลน์เพื่อตอบสนองพฤติกรรม นักท่องเที่ยวในสังคมไร้เงินสด	1. โครงการออกแบบหลักสูตรและให้ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในรูปแบบดิจิทัลให้กับบุคคลและ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2. โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลการ ท่องเที่ยวในรูปแบบออนไลน์บน ดิจิทัลแพลตฟอร์ม 3. โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการ ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้ทำ ธุรกรรมออนไลน์

จากตาราง 21 แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strength + Threats) ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอย ผ่านสถานที่จริง และออกแบบกิจกรรมที่ปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์

1. ยกย่องศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
3. ยกย่องสุนามย์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พร้อมกับยกระดับมาตรฐานด้านสาธารณูปโภคและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัล

แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์

1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งระบบให้มีขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนให้บุคลากรเพิ่มสมรรถนะขั้นพื้นฐานและได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานตามลักษณะของตำแหน่งงาน พัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและทักษะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอย่างยั่งยืน
2. ส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน จัดทำแผนและออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตใจ มีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและนำผลประเมินมาปรับปรุง
3. พัฒนามาตรฐานด้านสาธารณูปโภคและความปลอดภัย เช่น การลดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวให้ได้ตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขภาพ การปรับรูปแบบการบริการของสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นระบบ ลดการสัมผัส ยกย่องการดูแลป้องกันความปลอดภัยจากโรคระบาด

4. ออกแบบหลักสูตรและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบดิจิทัลให้กับบุคคลและพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พัฒนาศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวในรูปแบบออนไลน์บนดิจิทัลแพลตฟอร์มและเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบทันทีทันใด และส่งเสริมผู้ประกอบการภาคธุรกิจให้ทำธุรกิจออนไลน์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสังคมไร้เงินสด

โครงการ

1. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งระบบให้มีขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
2. โครงการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่สนับสนุนให้บุคลากรเพิ่มสมรรถนะขั้นพื้นฐาน
3. โครงการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและทักษะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
4. โครงการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
5. โครงการจัดทำแผนและออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม
6. โครงการการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
7. โครงการพัฒนามาตรฐานด้านสาธารณูปโภคและความปลอดภัย
8. โครงการปรับรูปแบบการบริหารของสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นระบบแบบลดการสัมผัส
9. โครงการยกระดับการดูแลป้องกันความปลอดภัยจากโรคระบาด
10. โครงการออกแบบหลักสูตรและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัลให้กับบุคคลและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
11. โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวในรูปแบบออนไลน์บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
12. โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้ทำธุรกรรมออนไลน์

ตาราง 22 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร
ของกวีเอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Weakness + Opportunity)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
1. พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่กระจายอย่างทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว	จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่และการสร้างการรับรู้เมื่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยผ่านชีวิตคนในท้องถิ่น ส่งเสริมการจัดนิทรรศการหมุนเวียน (Traveling Exhibition) นิทรรศการภาพถ่าย (Photo Exhibition) รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านงานบทกวีนิพนธ์และวัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทย	1. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2. โครงการส่งเสริมการจัดนิทรรศการหมุนเวียน (Traveling Exhibition) นิทรรศการภาพถ่าย (Photo Exhibition) 3. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านงานบทกวีนิพนธ์และวัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทย
2. พัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ ในรูปแบบการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ให้สิทธิประโยชน์พิเศษกับผู้ประกอบการที่มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างสร้างสรรค์ มอบรางวัลแก่เครือข่ายที่สร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ประสบความสำเร็จในระดับชาติ	1. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2. โครงการให้สิทธิประโยชน์พิเศษกับผู้ประกอบการที่มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างสร้างสรรค์ 3. โครงการมอบรางวัลแก่เครือข่ายที่สร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการตลาดแบบออนไลน์	อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ส่งเสริมการให้ความรู้และจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อการพัฒนากการตลาดแบบดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อบรมการทำการตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	1. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 2. โครงการจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อการพัฒนากการตลาดแบบดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ตาราง 22 (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
		3. โครงการอบรมการทำตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. พัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกันภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวกเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางเรือ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศ และได้รับประสบการณ์โดยตรง	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมภายในท้องถิ่น เช่น การพัฒนาระบบการขนส่งมวลชนภายในท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพในระบบสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พัฒนาโครงสร้างการคมนาคมพื้นฐานสำหรับคนทั้งมวล เช่น ผู้สูงอายุ หญิงตั้งครรภ์ ผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย	1. โครงการพัฒนาโครงการพื้นฐานด้านการคมนาคมภายในท้องถิ่น 2. โครงการยกระดับคุณภาพในระบบสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 3. โครงการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมพื้นฐานสำหรับคนทั้งมวล
5. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง เช่น การออกแบบและลงมือทำสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวตามรอย สร้างสรรค์กิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนจากฐานปัญญาของคนในชุมชน สร้างกิจกรรมให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง	1. โครงการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง 2. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนจากฐานปัญญาของคนในชุมชน 3. โครงการสร้างกิจกรรมให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง
6. ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	จัดตั้งกลุ่มและส่งเสริมการค้นหาค้นหาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ผ่านการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สร้างการตระหนักรู้และตระหนักจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่และมีความหลากหลายของกิจกรรมเพื่อสร้างความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลการท่องเที่ยว	1. โครงการจัดตั้งกลุ่มและส่งเสริมการค้นหาค้นหาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ผ่านการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2. โครงการสร้างการตระหนักรู้และตระหนักจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 3. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่และหลากหลาย

จากตาราง 22 แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Weakness + Opportunity) ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นการสร้างเครือข่าย ยกกระตือรือร้นขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบาย โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์

1. พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่กระจายอย่างทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว
2. พัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. ยกกระตือรือร้นศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการตลาดแบบออนไลน์
4. พัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกันภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก เข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางเรือ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศ และได้รับประสบการณ์โดยตรง
5. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
6. ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทุกภาคส่วนเพื่อยกกระตือรือร้นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์

1. จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่และการสร้างการรับรู้เมื่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยผ่านชีวิตคนในท้องถิ่น ส่งเสริมการจัดนิทรรศการหมุนเวียน (Traveling Exhibition) นิทรรศการภาพถ่าย (Photo Exhibition) รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านงานบทกวีนิพนธ์และวัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทย

2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และ นักวิชาการ ในรูปแบบการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ให้สิทธิประโยชน์พิเศษกับผู้ประกอบการที่มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างสร้างสรรค์มอบรางวัลแก่เครือข่ายที่สร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ประสบความสำเร็จในระดับชาติ

3. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ส่งเสริมการให้ความรู้และจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อการพัฒนาการตลาดแบบดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อบรมการทำการตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมภายในท้องถิ่น เช่น การพัฒนาระบบการขนส่งมวลชนภายในท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพในระบบสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พัฒนาโครงสร้างการคมนาคมพื้นฐานสำหรับคนทั้งมวล เช่น ผู้สูงอายุ หญิงตั้งครรภ์ ผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย

5. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง เช่น การออกแบบและลงมือทำสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวตามรอย สร้างสรรค์กิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนจากฐานปัญญาของคนในชุมชน สร้างกิจกรรมให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง

6. จัดตั้งกลุ่มและส่งเสริมการค้นหาคำศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ผ่านการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สร้างการตระหนักรู้และตระหนักจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่และมีความหลากหลายของกิจกรรมเพื่อสร้างความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลการท่องเที่ยว

โครงการ

1. นักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการส่งเสริมการจัดนิทรรศการหมุนเวียน (Traveling Exhibition) นิทรรศการภาพถ่าย (Photo Exhibition)
3. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านงานบทกวีนิพนธ์และวัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทย
4. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
5. โครงการให้สิทธิประโยชน์พิเศษกับผู้ประกอบการที่มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างสร้างสรรค์
6. โครงการมอบรางวัลแก่เครือข่ายที่สร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
7. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
8. โครงการจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อการพัฒนาการตลาดแบบดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
9. โครงการอบรมการทำตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
10. โครงการพัฒนาโครงการพื้นฐานด้านการคมนาคมภายในท้องถิ่น
11. โครงการยกระดับคุณภาพในระบบสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
12. โครงการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมพื้นฐานสำหรับคนทั้งมวล
13. โครงการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง
14. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนจากฐานปัญญาของคนในชุมชน
15. โครงการสร้างกิจกรรมให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง
16. โครงการจัดตั้งกลุ่มและส่งเสริมการค้นหาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ผ่านการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

17. โครงการสร้างการตระหนักรู้และตระหนักจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

18. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่และหลากหลาย

ตาราง 23 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ กลยุทธ์เชิงรับ (WT: Weakness + Threat)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
1. ส่งเสริมให้คนในชุมชน อาสาสมัคร พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ การใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	พัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมอบรม รวมถึงการจัดตั้งสถาบันเฉพาะเพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้มีทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี กำหนดมาตรฐานทักษะอาชีพของบุคลากรในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ จัดให้มีการรับรองมาตรฐานทักษะในการประกอบอาชีพภาคอุตสาหกรรมท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	1. โครงการพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 2. โครงการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 3. โครงการกำหนดมาตรฐานทักษะในการประกอบอาชีพภาคอุตสาหกรรมท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ	จัดทำแผนเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมทั้งแผนสำรองร่วมกับเครือข่ายชุมชน สร้างความเป็นผู้นำการสื่อสารและความพร้อมในการให้ข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว จัดทำแอปพลิเคชันเพื่อรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินผ่านช่องทางออนไลน์	1. โครงการจัดทำแผนเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน 2. โครงการสร้างความเป็นผู้นำการสื่อสารและความพร้อมในการให้ข้อมูลที่ทันสมัย 3. โครงการจัดทำแอปพลิเคชันเพื่อรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินผ่านช่องทางออนไลน์

ตาราง 23 (ต่อ)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์	โครงการ
3. ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม	จัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด Give Back to Local Community โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสิ่งแวดล้อมในชุมชน ส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม จัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่สะท้อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	1. โครงการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด Give Back to Local Community 2. โครงการส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม 3. โครงการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่สะท้อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

จากตาราง 23 แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงรับ (WT: Weakness + Threat) ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 4 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นส่งเสริมให้คนในชุมชนเรียนรู้ในด้านภาษามากขึ้น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาด โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์

- ส่งเสริมให้คนในชุมชน อาสาสมัคร พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ การใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
- สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ
- ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม

แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์

1. พัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมอบรม รวมถึงการจัดตั้งสถาบันเฉพาะเพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้มีทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี กำหนดมาตรฐานทักษะอาชีพของบุคลากร ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ จัดให้มีการรับรองมาตรฐานทักษะในการประกอบ อาชีพภาคอุตสาหกรรมท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่

2. จัดทำแผนเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมทั้งแผนสำรองร่วมกับ เครือข่ายชุมชน สร้างความเป็นผู้นำการสื่อสารและความพร้อมในการให้ข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว จัดทำแอปพลิเคชันเพื่อรายงานสถานการณ์ฉุกเฉิน ผ่านช่องทางออนไลน์

3. จัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด Give Back to Local Community โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสิ่งแวดล้อม ในชุมชน ส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ใส่ใจ สิ่งแวดล้อม จัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่สะท้อน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์

1. พัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมอบรม รวมถึงการจัดตั้ง สถาบันเฉพาะเพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้มีทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี กำหนดมาตรฐานทักษะอาชีพของบุคลากร ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ จัดให้มีการรับรองมาตรฐานทักษะในการ ประกอบอาชีพภาคอุตสาหกรรมท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

2. จัดทำแผนเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมทั้งแผนสำรองร่วมกับเครือข่ายชุมชน สร้างความเป็นผู้นำการสื่อสารและความพร้อมในการให้ข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว จัดทำแอปพลิเคชันเพื่อรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินผ่านช่องทางออนไลน์

3. จัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด Give Back to Local Community โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสิ่งแวดล้อมในชุมชน ส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม จัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่สะท้อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

โครงการ

1. โครงการพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
2. โครงการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
3. โครงการกำหนดมาตรฐานทักษะในการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
4. โครงการจัดทำแผนเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน
5. โครงการสร้างความเป็นผู้นำการสื่อสารและความพร้อมในการให้ข้อมูลที่ทันสมัย
6. โครงการจัดทำแอปพลิเคชันเพื่อรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินผ่านช่องทางออนไลน์
7. โครงการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด Give Back to Local Community
8. โครงการส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
9. โครงการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่สะท้อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ตาราง 24 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชียง
วัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก
สุนทรภู่

การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	✓	✓	✓	✓
2. สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	✓	✓	✓	✓
3. กิจกรรม (Activities)	✓	✓	✓	✓
4. ที่พัก (Accommodation)	✓	✓	✓	✓
5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	✓	✓	✓	✓
6. การรับรู้ (Awareness)	✓	✓	✓	✓
7. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)	✓	✓	✓	✓
8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance)	✓	✓	✓	✓
9. ความเชื่อมั่น (Assurance)	✓	✓	✓	✓
10. การเห็นคุณค่า (Appreciation)	✓	✓	✓	✓

จากตาราง 24 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชียงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ทั้งในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ พบว่า ส่วนใหญ่ได้มีแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ทั้ง 10 ด้าน ดังนี้ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 2) สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 3) กิจกรรม (Activities) 4) ที่พัก (Accommodation) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) การรับรู้ (Awareness) 7) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) 8) ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) 9) ความเชื่อมั่น (Assurance) และ 10) การเห็นคุณค่า (Appreciation) ให้ดีขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ควรมีการเขียนโครงการต่าง ๆ โดยการเรียงลำดับความสำคัญ เพราะสุดท้ายแล้วคงทำไม่ได้ทุกโครงการ เนื่องจากทรัพยากรมีจำกัด ทั้งในเรื่องของคน เวลา และงบประมาณ ดังนั้น ก่อนเสนอโครงการควรเขียนหมายเหตุว่า เนื่องจากโครงการบางโครงการยังไม่เคยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวตามที่เสนอมา จึงจำเป็นต้องมีโครงการมากมายที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องหลายโครงการโดยจะต้องเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลัง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สมมติฐานของการวิจัย มี 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตรงกับกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยผลการวิเคราะห์ มีรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้



ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	191	47.75
1.2 หญิง	209	52.25
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 20 ปี	28	7.0
2.2 20 – 29 ปี	120	30.0
2.3 30 – 39 ปี	95	23.75
2.4 40 – 49 ปี	72	18.0
2.5 50 – 59 ปี	76	19.0
2.6 ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	9	2.25
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	169	42.25
3.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	204	51.0
3.3 สูงกว่าระดับปริญญาตรี	27	6.75
รวม	400	100.00
4. สถานภาพ		
4.1 สมรส	236	34.50
4.2 โสด	136	59.0
4.3 หย่าร้าง	26	6.50
รวม	400	100.00

ตาราง 25 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อาชีพ		
2.1 อาชีพอิสระ	149	37.25
2.2 ธุรกิจส่วนตัว	101	25.25
2.3 นักเรียน / นักศึกษา	47	11.75
2.4 พนักงานบริษัทเอกชน	41	10.25
2.5 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	40	10.00
2.6 อื่น ๆ	22	5.50
รวม	400	100.00
3. รายได้ต่อเดือน		
3.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท	59	14.75
3.2 15,001 – 20,000 บาท	111	27.75
3.3 20,001 – 25,000 บาท	98	24.50
3.4 25,001 – 30,000 บาท	58	14.50
3.5 30,001 – 35,000 บาท	42	10.50
3.6 35,001 – 40,000 บาท	11	2.75
3.7 มากกว่า 40,001 บาท	21	5.25
รวม	400	100.00

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

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

ตาราง 26 แสดงข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี		
1.1 1 ครั้ง	105	26.25
1.2 2 ครั้ง	126	31.50
1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	169	42.25
รวม	400	100.00
2. ลักษณะการเดินทาง		
2.1 ครอบครัว	201	50.20
2.2 กลุ่มเพื่อน	120	30.00
2.3 คนเดียว	44	11.00
2.4 กลุ่มหน่วยองค์กร	31	7.80
2.5 บริษัทจัดนำเที่ยว	4	1.00
รวม	400	100.00
3. จำนวนวันที่พัก		
3.1 2 – 4 วัน	206	51.50
3.2 1 วัน	153	38.25
3.3 มากกว่า 4 วันขึ้นไป	41	10.25
รวม	400	100.00
4. ยานพาหนะในการเดินทาง		
4.1 รถยนต์ส่วนตัว	305	76.25
4.2 รถเช่า / รถตู้	53	2.75
4.3 รถบริษัทนำเที่ยว	16	13.25
4.4 รถโดยสารประจำทาง	11	4.00
4.5 อื่น ๆ	15	3.75
รวม	400	100.00

ตาราง 26 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง		
5.1 15,000 บาท หรือต่ำกว่า	203	50.70
5.2 15,001 – 20,000 บาท	157	39.30
5.3 20,001 – 25,000 บาท	30	7.50
5.4 25,001 – 30,000 บาท	10	2.50
รวม	400	100.00
6. สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
6.1 ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล	167	41.75
6.2 ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน ฯลฯ	82	20.50
6.3 วิธีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน	61	8.25
6.4 สถานที่พักผ่อน เช่น โรงแรม รีสอร์ท	33	7.50
6.5 อาหารคาว – หวาน	30	15.25
6.6 ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ	27	6.75
รวม	400	100.00
7. รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ		
7.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	174	43.50
7.2 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	60	15.00
7.3 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	54	13.50
7.4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	41	10.25
7.5 การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	26	6.50
7.6 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	24	6.00
7.7 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	18	4.50
7.8 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	3	0.75
รวม	400	100.00

ตาราง 26 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ		
8.1 ไหว้พระ ทำบุญ	118	29.50
8.2 เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริมชายหาด	113	28.25
8.3 ชิมอาหาร ทำขนม	64	16.00
8.4 ถ่ายรูป ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน	35	8.75
8.5 ท่องเที่ยวตามรอย	25	6.25
8.6 เที่ยววัด ชมวัง	18	4.50
8.7 การเดินป่า Walk rally การปีนเขา	15	3.75
8.8 กิจกรรมสร้างสรรค์	12	3.00
รวม	400	100.00
9. แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ		
9.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	155	38.75
9.2 แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา	88	22.00
9.3 แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร	62	15.50
9.4 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน	30	7.50
9.5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	28	7.00
9.6 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	20	5.00
9.7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 26 พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่อจำนวนที่มาท่องเที่ยวมากกว่า 2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 42.25) จำนวนท่องเที่ยว 2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 31.50) จำนวนท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 26.25) ลักษณะการเดินทางแบบครอบครัว (ร้อยละ 50.20) รองลงมาคือ เดินทางกับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 30.0) จำนวนวันที่เข้าพัก 2 – 4 วัน (ร้อยละ 51.50) และเดินทาง 1 วัน (ร้อยละ 38.25) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ (ร้อยละ 76.25) และเดินทางโดยรถเช่า / รถตู้ (ร้อยละ 13.25) มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 15,000 บาทหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 50.70) รองลงมา คือ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 39.30) สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ (ร้อยละ 41.75) รองลงมา คือ ศิลปวัฒนธรรม (ร้อยละ 20.50) รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การท่องเที่ยวเชิง

ธรรมชาติ (ร้อยละ 43.50) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ร้อยละ 15.0) กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การไหว้พระ ทำบุญ (ร้อยละ 29.50) เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริมชายหาด (ร้อยละ 28.20) แหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่สนใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 38.75) และแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา (ร้อยละ 22.0)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix)

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix) เพื่อแสวงหาแนวทางในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (10P's) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แบบค่าเฉลี่ยของคะแนน ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีรายละเอียดแสดงตามตาราง 27



ตาราง 27 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.32	0.465	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.30	0.547	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.26	0.554	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.22	0.566	มาก
5. ด้านบุคคล (People)	4.10	0.683	มาก
6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	4.26	0.555	มาก
7. ด้านกระบวนการ (Process)	4.18	0.594	มาก
8. ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	4.21	0.753	มาก
9. ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically)	4.12	0.663	มาก
10. ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	4.14	0.679	มาก
รวม	4.21	0.509	มาก

จากตาราง 27 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.509) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.465) รองลงมา คือ ด้านราคา (Price) ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.547) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.554) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.555) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.566) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.753) ด้านกระบวนการ (Process) ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.594) ด้านความสามารถ (Proficiency) ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.679) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically) ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.663) และด้านบุคคล (People) ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.683)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.465)

ตาราง 28 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.42	0.612	มาก
1.2 สินค้าของฝากที่ระลึก และสินค้าเบ็ดเตล็ด มีเอกลักษณ์	4.26	0.594	มาก
1.3 อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีเอกลักษณ์	4.36	0.640	มาก
1.4 มีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานพระนครคีรี หมู่บ้านไทยทรงดำ	4.23	0.629	มาก
รวม	4.32	0.465	มาก

จากตาราง 28 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.465) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มากที่สุด คือสถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.612) รองลงมา คือ อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.640) สินค้าของฝากที่ระลึก และสินค้าเบ็ดเตล็ด มีเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.594) และมีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานพระนครคีรี หมู่บ้านไทยทรงดำ ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.629)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.612) และ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.640)

ตาราง 29 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา (Price)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2. ด้านราคา (Price)			
2.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า	4.32	0.665	มาก
2.2 ราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม	4.31	0.686	มาก
2.3 มีป้ายกำกับราคาสินค้าราคาอาหาร และการบริการอย่างชัดเจน	4.31	0.725	มาก
2.4 ภาพรวมด้านราคาในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด	4.26	0.619	มาก
รวม	4.30	0.547	มาก

จากตาราง 29 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา (Price) พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา (Price) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.547) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.665) ราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.686) มีป้ายกำกับราคาสินค้าราคาอาหาร และการบริการอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.725) และภาพรวมด้านราคาในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.619)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา (Price) มากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีความคุ้มค่า และราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.665) และ ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.686)

ตาราง 30 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
3.1 ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ	4.24	0.694	มาก
3.2 มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย	4.30	0.679	มาก
3.3 สินค้าในพื้นที่สาธารณะสามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์	4.18	0.718	มาก
3.4 นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก	4.33	0.684	มาก
รวม	4.26	0.554	มาก

จากตาราง 30 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.554) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.684) มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.679) ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่

ของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.694) และสินค้าในพื้นที่
สาธารณะสามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.718)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็น
ต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มากที่สุด คือ นักท่องเที่ยว
สามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก และมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ
แหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.684) และ ($\bar{X} = 4.30$,
S.D. = 0.679)

ตาราง 31 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริม
การตลาด (Promotion)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
4.1 มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	4.26	0.714	มาก
4.2 การนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการ ท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว	4.21	0.670	มาก
4.3 สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความ หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ	4.24	0.721	มาก
4.4 นักท่องเที่ยวรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริม การตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัด นิทรรศการจากประชาสัมพันธ์จังหวัด เพชรบุรี	4.15	0.694	มาก
รวม	4.22	0.566	มาก

จากตาราง 31 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทาง
การตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด
(Promotion) พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วน
ประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.566) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.714) สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.721) การนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.670) และนักท่องเที่ยวรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัดนิทรรศการจากประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.694)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มากที่สุด คือ มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และสื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.714) และ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.721)

ตาราง 32 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านบุคคล (People)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
5. ด้านบุคคล (People)			
5.1 เจ้าหน้าที่ที่มีความเพียงพอในการปฏิบัติงาน	4.09	0.783	มาก
5.2 เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง	4.09	0.767	มาก
5.3 เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	4.16	0.828	มาก
5.4 เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็วและมีความปลอดภัย	4.06	0.775	มาก
รวม	4.10	0.683	มาก

จากตาราง 32 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านบุคคล (People) พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านบุคคล (People) อยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.683) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.828) แหล่งท่องเที่ยวที่มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.767) เจ้าหน้าที่ที่มีความเพียงพอในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.783) และ เจ้าหน้าที่ให้บริการที่รวดเร็วและมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.775)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านบุคคล (People) มากที่สุด คือ มีเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.828) และ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.767)

ตาราง 33 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence)			
6.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.34	0.715	มาก
6.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยว	4.28	0.664	มาก
6.3 บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.32	0.683	มาก
6.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา	4.13	0.712	มาก
รวม	4.26	0.556	มาก

จากตาราง 33 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกายภาพ (Physical Evidence) พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกายภาพ (Physical Evidence) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.556) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.715) บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.683) แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.664) และ ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.712)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกายภาพ (Physical Evidence) มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.715) และ ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.683)

ตาราง 34 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกระบวนการ (Process)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
7. ด้านกระบวนการ (Process)			
7.1 ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน	4.25	0.714	มาก
7.2 การบริหารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการด้านการจราจร การแบ่งพื้นที่ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นสัดส่วนชัดเจน	4.13	0.756	มาก
7.3 ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว	4.21	0.724	มาก
7.4 แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ	4.14	0.678	มาก
รวม	4.18	0.594	มาก

จากตาราง 34 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกระบวนการ (Process) พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทาง

การตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.594) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.714) ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและข้อปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.724) แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.678) และ การบริหารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการด้านการจราจร การแบ่งพื้นที่ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นสัดส่วนชัดเจน ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.756)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านกระบวนการ (Process) มากที่สุด คือ ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและข้อปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.714) และ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.724)

ตาราง 35 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
8. ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)			
8.1 กิจกรรมในการบริการมีความหลากหลายอย่างครบถ้วน	4.21	0.808	มาก
8.2 กิจกรรมในการให้บริการมีความพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.16	0.814	มาก
8.3 กิจกรรมในการบริการสามารถสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.26	0.839	มาก
8.4 กิจกรรมในการบริการสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.23	0.828	มาก
รวม	4.21	0.753	มาก

จากตาราง 35 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.753) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กิจกรรมในการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.839) กิจกรรมในการบริการสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.828) กิจกรรมในการบริการมีความหลากหลายอย่างครบถ้วน ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.808) และกิจกรรมในการให้บริการมีความพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.814)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) มากที่สุด คือ กิจกรรมในการบริการสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอด และกิจกรรมในการบริการสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.839) และ ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.828)



ตาราง 36 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการใช้
พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
9. ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically)			
9.1 เจ้าหน้าที่มีทักษะ ความรู้ในการให้ข้อมูล เฉพาะด้านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.26	0.749	มาก
9.2 เจ้าหน้าที่มีความสามารถทางภาษาตาม ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.93	0.763	มาก
9.3 เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลในลักษณะของการเป็น ผู้เชี่ยวชาญ	4.21	0.809	มาก
9.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจ อย่างลึกซึ้ง	4.06	0.735	มาก
รวม	4.12	0.663	มาก

จากตาราง 36 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically) พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.663) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เจ้าหน้าที่มีทักษะ ความรู้ในการให้ข้อมูลเฉพาะด้านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.749) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลในลักษณะของการเป็นผู้เชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.809) เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจอย่างลึกซึ้ง ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.735) และเจ้าหน้าที่มีความสามารถทางภาษาตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.763)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีทักษะ ความรู้ในการให้ข้อมูลเฉพาะด้านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และ

เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลในลักษณะของการเป็นผู้เชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.749) และ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.809)

ตาราง 37 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสามารถ
(Proficiency)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
10. ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)			
10.1 เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใจกระบวนการในการ ปรับกิจกรรมในการท่องเที่ยว	4.13	0.786	มาก
10.2 เจ้าหน้าที่มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อ เหตุการณ์	4.16	0.783	มาก
10.3 เจ้าหน้าที่สามารถอธิบายข้อมูลของแหล่ง ท่องเที่ยวแบบกระชับ และได้ใจความ	4.12	0.784	มาก
10.4 เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใจและอธิบาย สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็น อย่างดี	4.16	0.779	มาก
รวม	4.14	0.679	มาก

จากตาราง 37 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความสามารถ (Proficiency) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.679) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใจและอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.779) เจ้าหน้าที่มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.783) เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใจกระบวนการในการปรับกิจกรรมในการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.786) และเจ้าหน้าที่สามารถอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแบบกระชับ และได้ใจความ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.784)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่สามารถเข้าใจและอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่ที่มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.779) และ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.783)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

การวิเคราะห์การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แบบค่าเฉลี่ยของคะแนน ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีรายละเอียดแสดงตามตาราง 16

ตาราง 38 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม

การรับรู้ของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	4.43	0.644	มาก
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	4.34	0.622	มาก
3. ด้านสถานที่โดยรวม	4.45	0.584	มาก
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	4.48	0.644	มาก
รวม	4.42	0.516	มาก

จากตาราง 38 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.516) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มากที่สุด คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.644) รองลงมา คือ

ด้านสถานที่โดยรวม ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.584) ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.644) ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.622)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.644)

ตาราง 39 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

การรับรู้ของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว			
1.1 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดียออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น	4.45	0.673	มาก
1.2 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากวิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดินของทีวีเอกสันทนาการ	4.44	0.672	มาก
1.3 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากบทเรียนที่ท่านเคยเรียนในอดีต	4.42	0.660	มาก
1.4 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี จากการบอกเล่าของบรรพบุรุษ และบุคคลในชุมชน	4.42	0.655	มาก
1.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัย	4.41	0.665	มาก
รวม	4.43	0.644	มาก

จากตาราง 39 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.644) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดียออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.673) ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.672) ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากการบอกเล่าของบรรพบุรุษ และบุคคลในชุมชน ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.655) ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากบทเรียนที่ท่านเคยเรียนในอดีต ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.660) และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.665)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดียออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น และท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.673) และ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.672)

ตาราง 40 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต

การรับรู้ของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต			
2.1 ท่านคิดว่าวัฒนธรรมและสังคมในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ	4.37	0.631	มาก
2.2 ท่านคิดว่าวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีเสน่ห์	4.34	0.637	มาก
2.3 ท่านคิดว่าการแต่งกายของชาวบ้านและชนเผ่าในท้องถิ่นนั้นได้รับการอนุรักษ์เป็นอย่างดี	4.33	0.645	มาก
2.4 ท่านคิดว่าสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างที่มีความเก่าแก่และทรงคุณค่าทางวัฒนธรรมได้รับการดูแลรักษาอย่างดี	4.31	0.642	มาก
2.5 ท่านคิดว่าผู้คนในท้องถิ่นเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวและมีน้ำใจ	4.32	0.636	มาก
รวม	4.34	0.622	มาก

จากตาราง 40 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.622) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่านคิดว่า วัฒนธรรมและสังคมในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.631) ท่านคิดว่าวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีเสน่ห์ ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.637) ท่านคิดว่าการแต่งกายของชาวบ้านและชนเผ่าในท้องถิ่นนั้นได้รับการอนุรักษ์เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.645) ท่านคิดว่าผู้คนในท้องถิ่นเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวและมีน้ำใจ ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.636) และท่านคิดว่าสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างที่มีความเก่าแก่และทรงคุณค่าทางวัฒนธรรมได้รับการดูแลรักษาอย่างดี ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.642)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต มากที่สุด คือ ท่านคิดว่าวัฒนธรรมและสังคมในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ และท่านคิดว่าวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีเสน่ห์ ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.631) และ ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.637)

ตาราง 41 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านสถานที่โดยรวม

การรับรู้ของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3. ด้านสถานที่โดยรวม			
3.1 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์	4.48	0.592	มาก
3.2 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม	4.44	0.611	มาก
3.3 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีศิลปะที่หลากหลาย	4.43	0.609	มาก
3.4 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีวัดที่สวยงามน่าเยี่ยมชม	4.42	0.608	มาก
3.5 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศ	4.46	0.608	มาก
รวม	4.45	0.584	มาก

จากตาราง 41 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านสถานที่โดยรวม พบว่าในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านสถานที่โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.584) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.592) ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศ ($\bar{X} = 4.46$,

S.D. = 0.608) ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.611) ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีศิลปะที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.609) และท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีวัดที่สวยงามน่าเยี่ยมชม ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.608)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านสถานที่โดยรวม มากที่สุด คือ ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศ ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.592) และ ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.608)

ตาราง 42 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว

การรับรู้ของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
4. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว			
4.1 ท่านรู้สึกได้พักผ่อนระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี	4.51	0.649	มากที่สุด
4.2 ท่านรู้สึกได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี	4.49	0.657	มาก
4.3 ท่านรู้สึกได้รับความรู้มากขึ้น จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี	4.47	0.660	มาก
4.4 ท่านรู้สึกได้รับความสุข ความเป็นสิริมงคล จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี	4.48	0.652	มาก
4.5 ท่านรู้สึกว่าคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี มีความเป็นมิตร ไม่ตรีกับนักท่องเที่ยว	4.46	0.682	มาก
รวม	4.48	0.644	มาก

จากตาราง 42 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.644) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่านรู้สึกได้พักผ่อนระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.649) ท่านรู้สึกได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.657) ท่านรู้สึกได้รับความสุข ความเป็นสิริมงคลจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.652) ท่านรู้สึกได้รับความรู้มากขึ้น จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.660) และท่านรู้สึกว่าคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี มีความเป็นมิตรไมตรีกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.682)

สรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ท่านรู้สึกได้พักผ่อนระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี และท่านรู้สึกได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.649) และ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.657)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ในการทดสอบสมมติฐาน ทางผู้วิจัยจะทดสอบเฉพาะสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น

ตาราง 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ (n = 400)		รวม	χ^2	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
1. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง						
1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	89 (46.6%)	114 (54.6%)	203 (50.7%)	10.528	3	0.007*
1.2 10,001 – 15,000 บาท	75 (39.3%)	82 (39.2%)	157 (39.3%)			
1.3 15,001 – 20,000 บาท	21 (11.0%)	9 (4.3%)	30 (7.5%)			
1.4 มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	6 (3.1%)	4 (1.9%)	10 (2.5%)			
รวม	191 (100.00)	209 (100.00)	400 (100.0%)			

ตาราง 43 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ (n = 400)		รวม	χ^2	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
2. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ						
2.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	82 (42.9%)	92 (44.0%)	174 (43.5%)	15.496	6	0.017*
2.2 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	27 (14.1%)	27 (12.9%)	54 (13.5%)			
2.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	11 (5.8%)	30 (14.4%)	41 (10.3%)			
2.4 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	30 (15.7%)	30 (14.4%)	60 (15.0%)			
2.5 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	14 (7.3%)	5 (2.4%)	19 (4.7%)			
2.6 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	16 (8.4%)	8 (3.8%)	24 (6.0%)			
2.7 การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ และกีฬา	11 (5.8%)	17 (8.1%)	28 (7.0%)			
รวม	191 (100.00)	209 (100.00)	400 (100.0%)			

ตาราง 43 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ (n = 400)		รวม	χ^2	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
3. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ						
3.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล ถ้ำ สวนตาล	80 (41.9%)	75 (35.88)	155 (38.8%)	14.288	6	0.027*
3.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น วัด วัง ศาลเจ้า	35 (18.3%)	53 (25.36)	88 (22.0%)			
3.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชนเผ่า สมบัติแม่น้ำเพชร พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัดพลับพลายชัย ศาลา คามวาสี	7 (3.7%)	21 (10.05)	28 (7.0%)			
3.4 แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร เช่น แหล่งผลิตขนม แหล่งผลิตอาหารพื้นเมือง	30 (15.7%)	32 (15.31)	62 (15.5%)			
3.5 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา อาหารเพื่อสุขภาพ	13 (6.8%)	7 (3.35)	20 (5.0%)			
3.6 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น Street Art, บ้านดินให้ตั้ง, ฐานสวนดอกไม้คลองกระแซง	10 (5.2%)	7 (3.35)	17 (4.3%)			
3.7 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต ชุมชน เช่น ชุมชนบ้านบางครก ชุมชนพระนครคีรี ชุมชนคลองกระแซง ชุมชนพระปรางค์	16 (8.4%)	14 (6.70)	30 (7.5%)			
รวม	191 (100.00)	209 (100.00)	400 (100.0%)			

จากตาราง 43 แสดงผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

ตาราง 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	30 – 49 ปี	50 – 60 ปีขึ้นไป				
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี							
1.1 1 ครั้ง	35 (23.6%)	45 (26.9%)	25 (29.4%)	105 (26.3%)	13.110	4	0.011*
1.2 2 ครั้ง	34 (23.0%)	62 (37.1%)	30 (35.3%)	126 (31.5%)			
1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	79 (53.4%)	60 (35.9%)	30 (35.3%)	169 (42.3%)			
รวม	148 (100.00)	167 (100.00)	85 (100.00)	400 (100.0%)			

ตาราง 44 (ต่อ)

อายุ (n = 400)							
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี – 29 ปี	30 – 49 ปี	50 – 60 ปี ขึ้นไป	รวม	χ^2	df	Sig.
2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง							
2.1 คนเดียว	13 (8.8%)	22 (13.2%)	9 (10.6%)	44 (11.0%)	49.063	8	0.001*
2.2 ครอบครัว	56 (37.8%)	98 (58.7%)	47 (55.3%)	201 (50.2%)			
2.3 กลุ่มเพื่อน	73 (49.3%)	26 (15.6%)	21 (24.7%)	120 (30.0%)			
2.4 บริษัทเจ็ดนำเที่ยว	1 (0.7%)	1 (0.6%)	2 (2.4%)	4 (1.0%)			
2.5 กลุ่มหน่วยองค์กร	5 (3.4%)	20 (12.0%)	6 (7.1%)	31 (7.8%)			
รวม	148 (100.00)	167 (100.00)	85 (100.00)	400 (100.0%)			
3. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง							
3.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	106 (71.6%)	74 (44.3%)	23 (27.1%)	203 (50.7%)	52.842	6	0.001*
3.2 15,001 – 20,000 บาท	31 (20.9%)	76 (45.5%)	50 (58.8%)	157 (39.3%)			
3.3 20,001 – 25,000 บาท	6 (4.1%)	13 (7.8%)	11 (12.9%)	30 (7.5%)			
3.4 25,001 – 30,000 บาท	5 (3.4%)	4 (2.4%)	1 (1.2%)	10 (2.5%)			
รวม	148 (100.00)	167 (100.00)	85 (100.00)	400 (100.0%)			

ตาราง 44 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี – 29 ปี	30 – 49 ปี	50 – 60 ปี ขึ้นไป				
4. สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว							
4.1 ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล	79 (53.4%)	61 (36.5%)	27 (31.8%)	167 (41.8%)	21.045	10	0.021*
4.2 ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน ฯลฯ	26 (17.6%)	38 (22.8%)	18 (21.2%)	82 (20.5%)			
4.3 สถานที่พักผ่อน เช่น โรงแรม รีสอร์ท	14 (9.5%)	10 (6.0%)	6 (7.1%)	30 (7.5%)			
4.4 อาหารคาว – หวาน	15 (10.1%)	27 (16.2%)	19 (22.4%)	61 (15.3%)			
4.5 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน	9 (6.1%)	16 (9.6%)	8 (9.4%)	33 (8.3%)			
4.6 ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ	5 (3.4%)	15 (9.0%)	7 (8.2%)	27 (6.8%)			
รวม	148 (100.00)	167 (100.00)	85 (100.00)	400 (100.0%)			

ตาราง 44 (ต่อ)

		อายุ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		ต่ำกว่า 20 ปี – 29 ปี	30 – 49 ปี	50 – 60 ปี ขึ้นไป				
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ								
5.1 ไหว้พระ ทำบุญ		33 (22.3%)	59 (35.3%)	26 (30.6%)	118 (29.5%)	29.867	14	0.008*
5.2 เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริมชายหาด		58 (39.2%)	35 (21.0%)	20 (23.5%)	113 (28.2%)			
5.3 ชิมอาหาร ทำขนม		20 (13.5%)	27 (16.2%)	17 (20.0%)	64 (16.0%)			
5.4 การเดินป่า Walk rally การปีนเขา		9 (6.1%)	6 (3.6%)	0 (0.0%)	15 (3.8%)			
5.5 กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ปั้นดินให้ตั้ง		2 (1.4%)	8 (4.8%)	2 (2.4%)	12 (3.0%)			
5.6 ถ่ายรูปทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน		8 (5.4%)	17 (10.2%)	10 (11.8%)	35 (8.8%)			
5.7 ท่องเที่ยวตามรอย		9 (6.1%)	9 (5.4%)	7 (8.2%)	25 (6.3%)			
5.8 เที่ยววัด ชมวัง นั่งรถเล็งชมเมือง		9 (6.1%)	6 (3.6%)	3 (3.5%)	18 (4.5%)			
รวม		148 (100.00)	167 (100.00)	85 (100.00)	400 (100.0%)			

ตาราง 44 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี - 29 ปี	30 - 49 ปี	50 - 60 ปี ขึ้นไป				
6. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ							
6.1 แหล่งท่องเที่ยวทาง	77	52	26		28.961		0.004*
ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก	(52.03)	(31.14)	(30.59)				
ทะเล ถ้ำ สวนตาล							
6.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา	25	44	19				
เช่น	(16.89)	(26.35)	(22.35)				
วัด วัง ศาลเจ้า							
6.3 แหล่งท่องเที่ยวทาง	13	10	5				
วัฒนธรรม เช่น กลุ่มชนเผ่า	(8.78)	(5.99)	(5.88)				
สมบัติแม่น้ำเพชร							
พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัด							
พลับพลาชัย ศาลาคามวาสี							
6.4 แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร	15	32	15				
เช่น แหล่งผลิตขนม แหล่ง	(10.14)	(19.16)	(17.65)				
ผลิตอาหารพื้นเมือง							
6.5 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	6	7	6				
เช่น น้ำพุร้อน สปา อาหาร	(4.05)	(4.19)	(7.05)				
เพื่อสุขภาพ							
6.6 แหล่งท่องเที่ยวเชิง	1	10	7				
สร้างสรรค์ เช่น Street Art,	(0.68)	(5.99)	(8.24)				
บ้านดินให้ตั้ง, วนสวนดอกไม้							
คลองกระแซง							
6.7 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต	11	12	7				
ชุมชน เช่น ชุมชนบ้านบาง	(7.43)	(7.18)	(8.24)				
ครก ชุมชนพระนครคีรี							
ชุมชนคลองกระแซง ชุมชน							
พระปรางค์							
รวม	148	167	85				
	(100.00)	(100.00)	(100.00)				

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 44 แสดงผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี บุคคลที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ

ตาราง 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	การศึกษา (n = 400)				χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	รวม			
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี							
1.1 1 ครั้ง	57 (33.73)	48 (22.78)	105 (26.3%)	14.317	2	0.001*	
1.2 2 ครั้ง	58 (34.32)	68 (29.44)	126 (31.5%)				
1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	54 (31.95)	115 (49.78)	169 (42.3%)				
รวม	169 (100.00)	231 (100.00)	400 (100.0%)				

ตาราง 45 (ต่อ)

การศึกษา (n = 400)							
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	รวม	χ^2	df	Sig.	
2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง							
2.1 คนเดียว	28 (16.6%)	16 (6.9%)	44 (11.0%)	22.233	4	0.001*	
2.2 ครอบครัว	92 (54.4%)	109 (47.2%)	201 (50.2%)				
2.3 กลุ่มเพื่อน	44 (26.0%)	76 (32.9%)	120 (30.0%)				
2.4 บริษัทเจ้านายเที่ยว	1 (0.6%)	3 (1.3%)	4 (1.0%)				
2.5 กลุ่มหน่วยองค์กร	4 (2.4%)	27 (11.7%)	31 (7.8%)				
รวม	169 (100.00)	231 (100.00)	400 (100.0%)				
3. จำนวนวันในการเข้าพัก							
3.1 1 วัน	75 (44.4%)	78 (33.8%)	153 (38.3%)	6.037	2	0.049*	
3.2 2 – 4 วัน	75 (44.4%)	131 (56.7%)	206 (51.5%)				
3.3 มากกว่า 4 วันขึ้นไป	19 (11.2%)	22 (9.5%)	41 (10.3%)				
รวม	169 (100.00)	231 (100.00)	400 (100.0%)				

ตาราง 45 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	การศึกษา (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า				
4. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ							
4.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	74 (43.8%)	100 (43.3%)	174 (43.5%)	14.714	6	0.023*	
4.2 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	24 (14.2%)	30 (13.0%)	54 (13.5%)				
4.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	15 (8.9%)	26 (11.3%)	41 (10.3%)				
4.4 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	22 (13.0%)	38 (16.5%)	60 (15.0%)				
4.5 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3 (1.8%)	15 (6.5%)	18 (4.5%)				
4.6 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	17 (10.1%)	7 (3.0%)	24 (6.0%)				
4.7 การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและกีฬา	14 (8.3%)	15 (6.5%)	29 (7.2%)				
รวม	169 (100.00)	231 (100.00)	400 (100.0%)				

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 45 แสดงผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง				
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี							
1.1 1 ครั้ง	32 (8.00)	59 (14.75)	14 (3.50)	105	25.107	4	0.001*
1.2 2 ครั้ง	31 (7.75)	91 (22.75)	4 (1.00)	126			
1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	75 (18.75)	86 (21.50)	8 (2.00)	169			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			
2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง							
2.1 คนเดียว	15 (10.9%)	26 (11.0%)	3 (11.5%)	44 (11.0%)	63.112	8	0.000*
2.2 ครอบครัว	40 (29.0%)	144 (61.0%)	17 (65.4%)	201 (50.2%)			
2.3 กลุ่มเพื่อน	73 (52.9%)	46 (19.5%)	1 (3.8%)	120 (30.0%)			
2.4 บริษัท/จัดนำเที่ยว	10 (7.2%)	20 (8.5%)	5 (19.2%)	35 (8.8%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			
3. จำนวนวันในการเข้าพัก							
3.1 น้อยกว่า 2 วัน	53 (38.4%)	96 (40.7%)	4 (15.4%)	153 (38.3%)	13.093	4	0.011*
3.2 2 – 4 วัน	78 (56.5%)	111 (47.0%)	17 (65.4%)	206 (51.5%)			
3.3 มากกว่า 4 วันขึ้นไป	7 (5.1%)	29 (12.3%)	5 (19.2%)	41 (10.3%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			

ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง				
4. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี							
4.1 รถยนต์ส่วนตัว	106 (76.8%)	183 (77.5%)	16 (61.5%)	305 (76.3%)	36.802	10	0.000*
4.2 รถโดยสารประจำทาง	11 (8.0%)	6 (2.5%)	2 (7.7%)	19 (4.7%)			
4.3 รถเช่า / รถตู้	14 (10.2%)	36 (15.3%)	3 (11.6%)	53 (13.2%)			
4.4 รถบริษัทนำเที่ยว	7 (5.0%)	11 (4.7%)	5 (19.2%)	23 (5.8%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว							
5.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท	114 (82.6%)	79 (33.5%)	10 (38.5%)	203 (50.7%)	88.803	6	0.000*
5.2 15,001 – 20,000 บาท	17 (12.3%)	126 (53.4%)	14 (53.8%)	157 (39.3%)			
5.3 20,001 – 25,000 บาท	4 (2.9%)	25 (10.6%)	1 (3.8%)	30 (7.5%)			
5.4 25,00	3 (2.2%)	6 (2.5%)	1 (3.8%)	10 (2.5%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			

ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง				
6. สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว							
6.1 ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล	83 (60.1%)	72 (30.5%)	12 (46.2%)	167 (41.8%)	40.231	10	0.000*
6.2 ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัดวัง โบราณสถาน ฯลฯ	20 (14.5%)	53 (22.5%)	9 (34.6%)	82 (20.5%)			
6.3 สถานที่พักผ่อน เช่น โรงแรม รีสอร์ท	10 (7.2%)	19 (8.1%)	1 (3.8%)	30 (7.5%)			
6.4 อาหารคาว – หวาน	13 (9.4%)	47 (19.9%)	1 (3.8%)	61 (15.3%)			
6.5 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน	6 (4.3%)	26 (11.0%)	1 (3.8%)	33 (8.3%)			
6.6 ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ	6 (4.3%)	19 (8.1%)	2 (7.7%)	27 (6.8%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			
7. รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ							
7.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	88 (63.8%)	74 (31.4%)	12 (46.2%)	174 (43.5%)	52.146	12	0.001*
7.2 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	10 (7.2%)	39 (16.5%)	5 (19.2%)	54 (13.5%)			
7.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	14 (10.1%)	22 (9.3%)	5 (19.2%)	41 (10.3%)			
7.4 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	10 (7.2%)	48 (20.3%)	2 (7.7%)	60 (15.0%)			
7.5 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	7 (5.1%)	10 (4.2%)	1 (3.8%)	18 (4.5%)			
7.6 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3 (2.2%)	20 (8.5%)	1 (3.8%)	24 (6.0%)			
7.7 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและเพื่อนันทนาการ	6 (4.3%)	23 (9.7%)	0 (0.0%)	29 (7.2%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			

ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง				
8. รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ							
8.1 ไหว้พระ ทำบุญ	41 (29.7%)	57 (24.2%)	20 (76.9%)	118 (29.5%)	62.788	14	0.001*
8.2 เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริม ชายหาด	49 (35.5%)	63 (26.7%)	1 (3.8%)	113 (28.2%)			
8.3 ชิมอาหาร ทำขนม	16 (11.6%)	47 (19.9%)	1 (3.8%)	64 (16.0%)			
8.4 การเดินป่า Walk rally การปีนเขา	11 (8.0%)	4 (1.7%)	0 (0.0%)	15 (3.8%)			
8.5 กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ปั้นดินให้ตั้ง ถ่ายรูป ทำ กิจกรรมร่วมกับคนใน ชุมชน	8 (5.8%)	38 (16.1%)	1 (3.8%)	47 (11.7%)			
8.6 เที่ยววัด ชมวัง นั่งรถเล็ง ชมเมือง ท่องเที่ยวตาม รอย	13 (9.4%)	27 (11.4%)	3 (11.5%)	43 (10.8%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			
9. แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ							
9.1 แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล ถ้ำ สวน ศาล	76 (55.1%)	69 (29.2%)	10 (38.5%)	155 (38.8%)	37.821	12	0.001*
9.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิง ศาสนา เช่น วัด วัง ศาล เจ้า	29 (21.0%)	54 (22.9%)	5 (19.2%)	88 (22.0%)			
9.3 แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม เช่น กลุ่มชน เผ่า สมบัติแม่น้ำเพชร พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัด พลับพลายชัย ศาลา คามวาสี	6 (4.3%)	18 (7.6%)	4 (15.4%)	28 (7.0%)			

ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง				
9.4 แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร เช่น แหล่งผลิตขนม แหล่ง ผลิตอาหารพื้นเมือง	11 (8.0%)	47 (19.9%)	4 (15.4%)	62 (15.5%)			
9.5 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา อาหาร เพื่อสุขภาพ	7 (5.1%)	12 (5.1%)	1 (3.8%)	20 (5.0%)			
9.6 แหล่งท่องเที่ยวทางเชิง สร้างสรรค์ เช่น Street Art, ปั่นดินให้ตัง, ฐานสวน ดอกไม้คลองกระแซง	0 (0.0%)	16 (6.8%)	1 (3.8%)	17 (4.3%)			
9.7 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต ชุมชน เช่น ชุมชนบ้านบาง ครก ชุมชนพระนครศรีวี ชุมชนคลองกระแซง ชุมชน พระปรางค์	9 (6.5%)	20 (8.5%)	1 (3.8%)	30 (7.5%)			
รวม	138 (100.0%)	236 (100.0%)	26 (100.0%)	400 (100.0%)			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 46 แสดงผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า สถานภาพ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

อาชีพ (n = 400)								χ^2	df	Sig.
พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ	รวม			
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี										
1.1 1 ครั้ง	14 (29.8%)	6 (15.0%)	12 (29.3%)	23 (22.8%)	47 (31.5%)	3 (13.6%)	105 (26.3%)	19.938	10	0.030*
1.2 2 ครั้ง	8 (17.0%)	10 (25.0%)	11 (26.8%)	36 (35.6%)	54 (36.2%)	7 (31.8%)	126 (31.5%)			
1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	25 (53.2%)	24 (60.0%)	18 (43.9%)	42 (41.6%)	48 (32.2%)	12 (54.5%)	169 (42.3%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			
2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง										
2.1 คนเดียว	4 (8.5%)	0 (0.0%)	5 (12.2%)	14 (13.9%)	21 (14.1%)	0 (0.0%)	44 (11.0%)	70.637	20	0.001*
2.2 ครอบครัว	16 (34.0%)	21 (52.5%)	18 (43.9%)	52 (51.5%)	78 (52.3%)	16 (72.7%)	201 (50.2%)			
2.3 กลุ่มเพื่อน	26 (55.3%)	10 (25.0%)	7 (17.1%)	30 (29.7%)	43 (28.9%)	4 (18.2%)	120 (30.0%)			
2.4 บริษัทจัด นำเที่ยว	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.0%)	2 (1.3%)	1 (4.5%)	4 (1.0%)			
2.5 กลุ่มหน่วย องค์กร	1 (2.1%)	9 (22.5%)	11 (26.8%)	4 (4.0%)	5 (3.4%)	1 (4.5%)	31 (7.8%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			
3. จำนวนวันในการเข้าพัก										
3.1 น้อยกว่า 2 วัน	13 (27.7%)	13 (32.5%)	15 (36.6%)	32 (31.7%)	72 (48.3%)	8 (36.4%)	153 (38.3%)	24.627	10	0.006*
3.2 2 – 4 วัน	32 (68.1%)	27 (67.5%)	23 (56.1%)	54 (53.5%)	59 (39.6%)	11 (50.0%)	206 (51.5%)			
3.3 มากกว่า 4 วัน ขึ้นไป	2 (4.3%)	0 (0.0%)	3 (7.3%)	15 (14.9%)	18 (12.1%)	3 (13.6%)	41 (10.3%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			

ตาราง 47 (ต่อ)

อาชีพ (n = 400)								χ^2	df	Sig.
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ	รวม			
4. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง										
4.1 รถยนต์ส่วนตัว	32 (68.1%)	34 (85.0%)	27 (65.9%)	80 (79.2%)	114 (76.5%)	18 (81.8%)	305 (76.3%)	54.030	25	0.001*
4.2 เครื่องบิน	0 (0.0%)	1 (2.5%)	1 (2.4%)	2 (2.0%)	4 (2.7%)	0 (0.0%)	8 (2.0%)			
4.3 รถโดยสารประจำทาง	7 (14.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.0%)	3 (2.0%)	0 (0.0%)	11 (2.8%)			
4.4 รถเช่า / รถตุ๊ก	5 (10.6%)	3 (7.5%)	8 (19.5%)	15 (14.9%)	21 (14.1%)	1 (4.5%)	53 (13.3%)			
4.5 รถบริษัทนำเที่ยว	3 (6.7%)	2 (5.0%)	5 (12.2%)	3 (3.0%)	7 (4.7%)	3 (13.6%)	23 (5.8%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว										
5.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท	41 (87.2%)	29 (72.5%)	32 (78.0%)	32 (31.7%)	56 (37.6%)	13 (59.1%)	203 (50.7%)	73.975	15	0.001*
5.2 15,001 – 20,000 บาท	5 (10.6%)	11 (27.5%)	7 (17.1%)	55 (54.5%)	73 (49.0%)	6 (27.3%)	157 (39.3%)			
5.3 20,001 – 25,000 บาท	1 (2.1%)	0 (0.0%)	2 (4.9%)	11 (10.9%)	14 (9.4%)	2 (9.1%)	30 (7.5%)			
5.4 25,001 – 30,000 บาท	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (3.0%)	6 (4.0%)	1 (4.5%)	10 (2.5%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			
6. สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว										
6.1 ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล	32 (68.1%)	18 (45.0%)	21 (51.2%)	32 (31.7%)	51 (34.2%)	13 (59.1%)	167 (41.8%)	61.005	25	0.001*
6.2 ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน ฯลฯ	7 (14.9%)	10 (25.0%)	11 (26.8%)	17 (16.8%)	31 (20.8%)	6 (27.3%)	82 (20.5%)			
6.3 สถานที่พักแรม เช่น โรงแรม รีสอร์ท	1 (2.1%)	4 (10.0%)	1 (2.4%)	9 (8.9%)	15 (10.1%)	0 (0.0%)	30 (7.5%)			
6.4 อาหารคาว – หวาน	4 (8.5%)	0 (0.0%)	2 (4.9%)	21 (20.8%)	32 (21.5%)	2 (9.1%)	61 (15.3%)			

ตาราง 47 (ต่อ)

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	อาชีพ (n = 400)						รวม	χ^2	df	Sig.
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ				
6.5 วิถีชีวิต เป็นอยู่ของคนใน ชุมชน	1 (2.1%)	7 (17.5%)	1 (2.4%)	15 (14.9%)	9 (6.0%)	0 (0.0%)	33 (8.3%)			
6.6 ประเพณี งานเทศกาล ต่าง ๆ	2 (4.3%)	1 (2.5%)	5 (12.2%)	7 (6.9%)	11 (7.4%)	1 (4.5%)	27 (6.8%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			
7. รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ										
7.1 การท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติ	33 (70.2%)	17 (42.5%)	21 (51.2%)	37 (36.6%)	52 (34.9%)	14 (63.6%)	174 (43.5%)	81.596	30	0.001*
7.2 การท่องเที่ยว เชิงศาสนา	3 (6.4%)	8 (20.0%)	5 (12.2%)	13 (12.9%)	23 (15.4%)	2 (9.1%)	54 (13.5%)			
7.3 การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	3 (6.4%)	5 (12.5%)	11 (26.8%)	6 (5.9%)	14 (9.4%)	2 (9.1%)	41 (10.3%)			
7.4 การท่องเที่ยว เชิงอาหาร	5 (10.6%)	1 (2.5%)	1 (2.4%)	18 (17.8%)	31 (20.8%)	4 (18.2%)	60 (15.0%)			
7.5 การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพและ สร้างสรรค์	1 (2.1%)	8 (20.0%)	2 (4.9%)	16 (12.8%)	15 (10.1%)	0 (0.0%)	42 (10.5%)			
7.6 การท่องเที่ยว เชิงกีฬาและ นันทนาการ	2 (4.3%)	1 (2.5%)	1 (2.4%)	11 (10.9%)	14 (9.4%)	0 (0.0%)	29 (7.2%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			
8. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ										
8.1 ไหว้พระ ทำบุญ	12 (25.5%)	19 (47.5%)	21 (51.2%)	18 (17.8%)	36 (24.2%)	12 (54.5%)	118 (29.5%)	88.994	35	0.000*
8.2 เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริม ชายหาด	21 (44.7%)	9 (22.5%)	10 (24.4%)	27 (26.7%)	43 (28.9%)	3 (13.6%)	113 (28.2%)			
8.3 ชิมอาหาร ทำขนม	6 (12.8%)	1 (2.5%)	1 (2.4%)	21 (20.8%)	33 (22.1%)	2 (9.1%)	64 (16.0%)			
8.4 การเดินป่า Walk rally การปีนเขา	4 (8.5%)	2 (5.0%)	1 (2.4%)	3 (3.0%)	2 (1.3%)	3 (13.6%)	15 (3.8%)			

ตาราง 47 (ต่อ)

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	อาชีพ (n = 400)						รวม	χ^2	df	Sig.
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ				
8.5 กิจกรรม สร้างสรรค์ เช่น ปั้นดินให้ตั้ง ถาวรรูป ทำกิจกรรม ร่วมกับคนใน ชุมชน	1 (2.1%)	7 (17.5%)	0 (0.0%)	18 (17.9%)	20 (13.4%)	1 (4.5%)	47 (11.8%)			
8.6 ท่องเที่ยว ตามรอย เทียววัด ชมวัง นั่งรถเล็ง ชมเมือง	3 (6.4%)	2 (5.0%)	8 (19.5%)	14 (13.9%)	15 (10.0%)	1 (4.5%)	43 (10.8%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			
9. แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ										
9.1 แหล่ง ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล ถ้ำ สวนตาล	30 (63.8%)	18 (45.0%)	13 (31.7%)	30 (29.7%)	55 (36.9%)	9 (40.9%)	155 (38.8%)	69.022	30	0.000*
9.2 แหล่ง ท่องเที่ยวเชิง ศาสนา เช่น วัด วัง ศาลเจ้า	7 (14.9%)	11 (27.5%)	15 (36.6%)	19 (18.8%)	31 (20.8%)	5 (22.7%)	88 (22.0%)			
9.3 แหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม เช่น กลุ่มชนเผ่า สมบัติแม่น้ำเพชร พิพิธภัณฑ์หนัง ใหญ่ วัดพลับพลา ชัย ศาลาตามวาสี	0 (0.0%)	4 (10.0%)	7 (17.1%)	6 (5.9%)	7 (4.7%)	4 (18.2%)	28 (7.0%)			
9.4 แหล่ง ท่องเที่ยวทาง อาหาร เช่น แหล่ง ผลิตขนม แหล่ง ผลิตอาหาร พื้นเมือง	5 (10.6%)	0 (0.0%)	2 (4.9%)	20 (19.8%)	33 (22.1%)	2 (9.1%)	62 (15.5%)			

ตาราง 47 (ต่อ)

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	อาชีพ (n = 400)						รวม	χ^2	df	Sig.
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ				
9.5 แหล่ง ท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ เช่น น้ำพุ ร้อน สปา อาหาร เพื่อสุขภาพ	2 (4.3%)	1 (2.5%)	2 (4.9%)	8 (7.9%)	7 (4.7%)	0 (0.0%)	20 (5.0%)			
9.6 แหล่ง ท่องเที่ยวทางเชิง สร้างสรรค์ เช่น Street Art, ปั้นดินเหนียว, วน สวนดอกไม้ตลอด กระแจะ	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (5.9%)	9 (6.0%)	2 (9.1%)	17 (4.3%)			
9.7 แหล่ง ท่องเที่ยววิถีชีวิต ชุมชน เช่น ชุมชน บ้านบางครก ชุมชนพระนครศรี ชุมชนคลอง กระแจะ ชุมชน พระปรางค์	3 (6.4%)	6 (15.0%)	2 (4.9%)	12 (11.9%)	7 (4.7%)	0 (0.0%)	30 (7.5%)			
รวม	47 (100.0%)	40 (100.0%)	41 (100.0%)	101 (100.0%)	149 (100.0%)	22 (100.0%)	400 (100.0%)			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 47 แสดงผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท				
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว							
1.1 1 ครั้ง	22 (37.3%)	69 (25.8%)	14 (18.9%)	105 (26.3%)	9.576	4	0.048*
1.2 2 ครั้ง	10 (16.9%)	90 (33.7%)	26 (35.1%)	126 (31.5%)			
1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	27 (45.8%)	108 (40.4%)	34 (45.9%)	169 (42.3%)			
รวม	59 (100.0%)	267 (100.0%)	74 (100.0%)	400 (100.0%)			
2. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว							
2.1 รยยนต์ส่วนตัว	41 (69.5%)	207 (77.5%)	57 (77.0%)	305 (76.3%)	34.415	10	0.001*
2.2 เครื่องบิน	1 (1.7%)	6 (2.2%)	1 (1.4%)	8 (2.0%)			
2.3 รถโดยสารประจำทาง	7 (11.9%)	3 (1.1%)	1 (1.4%)	11 (2.8%)			
2.4 รถเช่า / รถตุ๊ก	5 (8.5%)	37 (13.9%)	11 (14.9%)	53 (13.3%)			
2.5 รถบริการนำเที่ยว	5 (8.5%)	14 (5.2%)	4 (5.4%)	23 (5.8%)			
รวม	59 (100.0%)	267 (100.0%)	74 (100.0%)	400 (100.0%)			

ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท				
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว							
3.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท	53 (89.8%)	130 (48.7%)	20 (27.0%)	203 (50.7%)	56.726	6	0.001*
3.2 15,001 – 20,000 บาท	5 (8.5%)	113 (42.3%)	39 (52.7%)	157 (39.3%)			
3.3 20,001 – 25,000 บาท	1 (1.7%)	18 (6.7%)	11 (14.9%)	30 (7.5%)			
3.4 25,001 – 30,000 บาท	0 (0.0%)	6 (2.2%)	4 (5.4%)	10 (2.5%)			
รวม	59 (100.0%)	267 (100.0%)	74 (100.0%)	400 (100.0%)			
4. สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว							
4.1 ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล	36 (61.0%)	110 (41.2%)	21 (28.4%)	167 (41.8%)	22.950	10	0.011*
4.2 ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน ฯลฯ	6 (10.2%)	61 (22.8%)	15 (20.3%)	82 (20.5%)			
4.3 สถานที่พักผ่อน เช่น โรงแรม รีสอร์ท	3 (5.1%)	18 (6.7%)	9 (12.2%)	30 (7.5%)			
4.4 อาหารการกิน – หวาน	7 (11.9%)	40 (15.0%)	14 (18.9%)	61 (15.3%)			
4.5 วิถีชีวิตเป็นอยู่ของคนในชุมชน	1 (1.7%)	22 (8.2%)	10 (13.5%)	33 (8.3%)			
4.6 ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ	6 (10.2%)	16 (6.0%)	5 (6.8%)	27 (6.8%)			
รวม	59 (100.0%)	267 (100.0%)	74 (100.0%)	400 (100.0%)			

ตาราง 46 (ต่อ)

รายได้ต่อเดือน (n = 400)							
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	รวม	χ^2	df	Sig.
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ							
5.1 ไหว้พระ ทำบุญ	16 (27.1%)	81 (30.3%)	21 (28.4%)	118 (29.5%)	30.654	14	0.006*
5.2 เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริมชายหาด	22 (37.3%)	76 (28.5%)	15 (20.3%)	113 (28.2%)			
5.3 ชิมอาหาร ทำขนม	9 (15.3%)	41 (15.4%)	14 (18.9%)	64 (16.0%)			
5.4 การเดินป่า Walk rally การปีนเขา	5 (8.5%)	5 (1.9%)	5 (6.8%)	15 (3.8%)			
5.5 กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ปั่นดินให้ตัง	1 (1.7%)	6 (2.2%)	5 (6.8%)	12 (3.0%)			
5.6 ถ่ายรูป ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน	1 (1.7%)	27 (10.1%)	7 (9.5%)	35 (8.8%)			
5.7 ท่องเที่ยวตามรอย	0 (0.0%)	18 (6.7%)	7 (9.5%)	25 (6.3%)			
5.8 เที่ยววัด ชมวัง นั่งรถเล้งชมเมือง	5 (8.5%)	13 (4.9%)	0 (0.0%)	18 (4.5%)			
รวม	59 (100.0%)	267 (100.0%)	74 (100.0%)	400 (100.0%)			
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ							
6.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล ถ้ำ สวนตาล	35 (59.3%)	99 (37.1%)	21 (28.4%)	155 (38.8%)	21.508	12	0.043*
6.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น วัด วัง ศาลเจ้า	9 (15.3%)	60 (22.5%)	19 (25.7%)	88 (22.0%)			
6.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชนเผ่า สมบัติแม่น้ำเพชร พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัดพลับพลายชัย ศาลาคามวาสี	3 (5.1%)	23 (8.6%)	2 (2.7%)	28 (7.0%)			

ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน (n = 400)			รวม	χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท				
6.4 แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร เช่น แหล่งผลิตขนม แหล่ง ผลิตอาหารพื้นเมือง	6 (10.2%)	43 (16.1%)	13 (17.6%)	62 (15.5%)			
6.5 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา อาหาร เพื่อสุขภาพ	2 (3.4%)	11 (4.1%)	7 (9.5%)	20 (5.0%)			
6.6 แหล่งท่องเที่ยวทางเชิง สร้างสรรค์ เช่น Street Art, ปั่นดินไถ่ดั่ง, วนสวน ดอกไม้คลองกระแซง	1 (1.7%)	11 (4.1%)	5 (6.8%)	17 (4.3%)			
6.7 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต ชุมชน เช่น ชุมชนบ้านบาง ครก ชุมชนพระนครศรีวี ชุมชนคลองกระแซง ชุมชน พระปรางค์	3 (5.1%)	20 (7.5%)	7 (9.5%)	30 (7.5%)			
รวม	59 (100.0%)	267 (100.0%)	74 (100.0%)	400 (100.0%)			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 48 แสดงผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

ตาราง 49 แสดงผลสรุปภาพรวมความสัมพันธ์ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
เพชรบูรณ์ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว						
1.1 1 ครั้ง	×	✓	✓	✓	✓	✓
1.2 2 ครั้ง	×	✓	✓	✓	✓	✓
1.3 มากกว่า 2 ครั้ง	×	✓	✓	✓	✓	✓
2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง						
2.1 คนเดียว	×	✓	✓	✓	✓	✓
2.2 ครอบครัว	×	✓	✓	✓	✓	✓
2.3 กลุ่มเพื่อน	×	✓	✓	✓	✓	✓
2.4 บริษัทเจ้านายเที่ยว	×	✓	✓	✓	✓	✓
2.5 กลุ่มหน่วยองค์กร	×	✓	✓	✓	✓	✓
3. จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว						
3.1 น้อยกว่า 2 วัน	×	×	✓	✓	✓	×
3.2 2 – 4 วัน	×	×	✓	✓	✓	×
3.3 มากกว่า 4 วันขึ้นไป	×	×	✓	✓	✓	×
4. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						
4.1 รถยนต์ส่วนตัว	×	×	×	✓	✓	✓
4.2 เครื่องบิน	×	×	×	✓	✓	✓
4.3 รถโดยสารประจำทาง	×	×	×	✓	✓	✓
4.4 รถเช่า / รถตู้	×	×	×	✓	✓	✓
4.5 รถบริษัทนำเที่ยว	×	×	×	✓	✓	✓
4.6 อื่น ๆ	×	×	×	✓	✓	✓
5. ทุนมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง						
5.1 20,000 บาทหรือน้อยกว่า	✓	✓	×	✓	✓	✓
5.3 20,001 – 30,000 บาท	✓	✓	×	✓	✓	✓
6. สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว						
6.2 ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน ฯลฯ	×	✓	×	✓	✓	✓
6.3 สถานที่พักผ่อน เช่น โรงแรม รีสอร์ท	×	✓	×	✓	✓	✓
6.4 อาหารคาว – หวาน	×	✓	×	✓	✓	✓
6.5 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ	×	✓	×	✓	✓	✓

ตาราง 49 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
7. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ						
7.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7.2 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7.4 การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7.5 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7.6 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7.7 การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	✓	✗	✓	✓	✓	✓
7.8 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	✓	✗	✓	✓	✓	✓
8. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ						
8.1 ไหว้พระ ทำบุญ	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8.2 เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริมชายหาด	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8.3 ชิมอาหาร ทำขนม	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8.4 การเดินป่า Walk rally การปีนเขา	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8.5 กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ปั่นดินให้ตั้ง	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8.6 ถ่ายรูป ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8.7 ท่องเที่ยวตามรอย	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8.8 เที่ยววัด ชมวัง นั่งรถเล็งชมเมือง	✓	✓	✗	✓	✓	✓
9. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ						
9.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล ถ้ำสวนตาล	✓	✓	✗	✓	✓	✓
9.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น วัด วัง ศาลเจ้า	✓	✓	✗	✓	✓	✓
9.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชนเผ่า สมบัติแม่น้ำเพชร พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัดพลับพลาชัย ศาลาคามวาสี	✓	✓	✗	✓	✓	✓
9.4 แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร เช่น แหล่งผลิตขนม แหล่งผลิตอาหารพื้นเมือง	✓	✓	✗	✓	✓	✓
9.5 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา อาหารเพื่อสุขภาพ	✓	✓	✗	✓	✓	✓

ตาราง 49 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เดือน
9.6 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น Street Art บ้านดินให้ตั้งวงสวนดอกไม้คลองกระแซง	✓	✓	✗	✓	✓	✓
9.7 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน เช่น ชุมชนบ้านบางครก ชุมชนพระนครคีรี ชุมชนคลองกระแซง ชุมชนพระปรางค์	✓	✓	✗	✓	✓	✓
	ไม่มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ มีความสัมพันธ์

กำหนดให้เครื่องหมาย ✗ ไม่มีความสัมพันธ์

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จากตาราง 47 แสดงผลการสรุปภาพรวมการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านของจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่่านสนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่ท่่านสนใจ มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง และจำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test)

ในการทดสอบสมมติฐาน ทางผู้วิจัยจะทดสอบเฉพาะสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น



ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ชาย	4.33	0.414	6.111	398	0.014*
	หญิง	4.31	0.512			
ด้านราคา (Price)	ชาย	4.28	0.508	3.961	398	0.047*
	หญิง	4.32	0.584			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ชาย	4.28	0.516	4.013	398	0.046*
	หญิง	4.25	0.590			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชาย	4.25	0.516	2.762	398	0.097
	หญิง	4.19	0.612			
ด้านบุคคล (People)	ชาย	4.16	0.644	0.965	398	0.327
	หญิง	4.04	0.717			
ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	ชาย	4.30	0.514	5.572	398	0.019*
	หญิง	4.23	0.594			
ด้านกระบวนการ (Process)	ชาย	4.23	0.552	4.574	398	0.033*
	หญิง	4.14	0.633			
ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	ชาย	4.27	0.724	0.967	398	0.326
	หญิง	4.16	0.779			
ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	ชาย	4.17	0.574	3.839	398	0.051
	หญิง	4.07	0.739			
ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	ชาย	4.18	0.605	2.442	398	0.119
	หญิง	4.10	0.746			
ภาพรวม	ชาย	4.24	0.466	3.548	398	0.060
	หญิง	4.18	0.548			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	3.866	5	0.773	3.694	0.003*
	ภายในกลุ่ม	82.465	394	0.209		
	รวม	86.331	399			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	2.994	5	0.599	2.029	0.074
	ภายในกลุ่ม	116.256	394	0.295		
	รวม	119.250	399			
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (Place)	ระหว่างกลุ่ม	5.491	5	1.098	3.699	0.003*
	ภายในกลุ่ม	116.988	394	0.297		
	รวม	122.480	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	8.746	5	1.749	5.783	0.001*
	ภายในกลุ่ม	119.173	394	0.302		
	รวม	127.919	399			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	15.949	5	3.190	7.386	0.001*
	ภายในกลุ่ม	170.164	394	0.432		
	รวม	186.112	399			
ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	6.231	5	1.246	4.197	0.001*
	ภายในกลุ่ม	116.999	394	0.297		
	รวม	123.230	399			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	8.527	5	1.705	5.072	0.001*
	ภายในกลุ่ม	132.467	394	0.336		
	รวม	140.994	399			
ด้านการบริการลูกค้าอย่าง มีคุณภาพ (Providing Quality Services)	ระหว่างกลุ่ม	20.627	5	4.125	7.898	0.001*
	ภายในกลุ่ม	205.803	394	0.522		
	รวม	226.430	399			
ด้านการใช้พนักงานขาย เฉพาะทาง (Personnel Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	9.397	5	1.879	4.458	0.001*
	ภายในกลุ่ม	166.088	394	0.422		
	รวม	175.484	399			

ตาราง 51 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	14.388	5	2.878	6.679	0.001*
	ภายในกลุ่ม	169.748	394	0.431		
	รวม	184.136	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.521	5	1.704	7.089	0.001*
	ภายในกลุ่ม	94.713	394	0.240		
	รวม	103.234	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) แตกต่างกัน 9 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) กับอายุที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 52 - 60

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอายุ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.23	4.21	4.30	4.43	4.45	4.30
ต่ำกว่า 20 ปี	4.23	–	1.000	0.993	0.600	0.477	0.999
20 – 29 ปี	4.21	–	–	0.817	0.065	0.026*	0.995
30 – 39 ปี	4.30	–	–	–	0.675	0.497	1.000
40 – 49 ปี	4.43	–	–	–	–	1.000	0.989
50 – 59 ปี	4.45	–	–	–	–	–	0.979
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.30	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 52 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอายุ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.32	4.14	4.19	4.37	4.44	4.14
ต่ำกว่า 20 ปี	4.32	-	0.789	0.948	1.000	0.968	0.979
20 – 29 ปี	4.14	-	-	0.993	0.181	0.020*	1.000
30 – 39 ปี	4.19	-	-	-	0.530	0.139	1.000
40 – 49 ปี	4.37	-	-	-	-	0.988	0.922
50 – 59 ปี	4.44	-	-	-	-	-	0.789
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.14	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 53 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอายุ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.08	4.02	4.26	4.34	4.40	4.19
ต่ำกว่า 20 ปี	4.08	-	0.999	0.803	0.497	0.226	0.998
20 – 29 ปี	4.02	-	-	0.086	0.014*	0.001*	0.977
30 – 39 ปี	4.26	-	-	-	0.978	0.736	1.000
40 – 49 ปี	4.34	-	-	-	-	0.992	0.991
50 – 59 ปี	4.40	-	-	-	-	-	0.950
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.19	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 54 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านบุคคล (People)

ด้านบุคคล (People)		อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.07	3.84	4.06	4.32	4.34	4.11
ต่ำกว่า 20 ปี	4.07	-	0.750	1.000	0.720	0.615	1.000
20 – 29 ปี	3.84	-	-	0.328	0.001*	0.001*	0.928
30 – 39 ปี	4.06	-	-	-	0.287	0.171	1.000
40 – 49 ปี	4.32	-	-	-	-	1.000	0.977
50 – 59 ปี	4.34	-	-	-	-	-	0.961
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	4.11	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 55 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านบุคคล (People) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.20	4.10	4.26	4.41	4.40	4.25
ต่ำกว่า 20 ปี	4.20	-	0.985	0.997	0.671	0.716	1.000
20 – 29 ปี	4.10	-	-	0.459	0.014*	0.018*	0.988
30 – 39 ปี	4.26	-	-	-	0.700	0.759	1.000
40 – 49 ปี	4.41	-	-	-	-	1.000	0.982
50 – 59 ปี	4.40	-	-	-	-	-	0.987
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.25	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 56 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกายภาพ (Physical Evidence) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ (Process)	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.08	4.02	4.14	4.32	4.40	4.17
ต่ำกว่า 20 ปี	4.08	-	0.999	0.999	0.620	0.283	1.000
20 – 29 ปี	4.02	-	-	0.853	0.038*	0.002*	0.992
30 – 39 ปี	4.14	-	-	-	0.519	0.121	1.000
40 – 49 ปี	4.32	-	-	-	-	0.984	0.989
50 – 59 ปี	4.40	-	-	-	-	-	0.933
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.17	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 57 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอายุ ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing
Quality Services)

ด้านการบริการลูกค้า อย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.20	3.96	4.11	4.40	4.57	4.11
ต่ำกว่า 20 ปี	4.20	-	0.773	0.997	0.912	0.396	1.000
20 – 29 ปี	3.96	-	-	0.803	0.006*	0.001*	0.997
30 – 39 ปี	4.11	-	-	-	0.267	0.006*	1.000
40 – 49 ปี	4.40	-	-	-	-	0.855	0.934
50 – 59 ปี	4.57	-	-	-	-	-	0.665
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.11	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 58 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 30 – 39 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)

ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.10	3.95	4.04	4.29	4.33	4.00
ต่ำกว่า 20 ปี	4.10	-	0.955	0.999	0.885	0.752	1.000
20 – 29 ปี	3.95	-	-	0.968	0.040*	0.009*	1.000
30 – 39 ปี	4.04	-	-	-	0.320	0.137	1.000
40 – 49 ปี	4.29	-	-	-	-	0.999	0.904
50 – 59 ปี	4.33	-	-	-	-	-	0.834
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 59 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอายุ ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)

ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป
$\bar{x}$						
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.884	1.000	0.727	0.512	1.000
20 – 29 ปี	-	-	0.598	0.002*	0.001*	0.996
30 – 39 ปี	-	-	-	0.294	0.099	1.000
40 – 49 ปี	-	-	-	-	0.998	0.908
50 – 59 ปี	-	-	-	-	-	0.822
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 60 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่อายุระหว่าง 40 – 49 ปี และกลุ่มที่อายุระหว่าง 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	0.199	2	0.099	0.458	0.633
	ภายในกลุ่ม	86.132	397	0.217		
	รวม	86.331	399			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	1.323	2	0.661	2.227	0.109
	ภายในกลุ่ม	117.927	397	0.297		
	รวม	119.250	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระหว่างกลุ่ม	1.257	2	0.628	20.58	0.129
	ภายในกลุ่ม	121.223	397	0.305		
	รวม	122.480	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	1.172	2	0.586	1.836	0.161
	ภายในกลุ่ม	126.747	397	0.319		
	รวม	127.919	399			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	1.325	2	0.663	1.423	0.242
	ภายในกลุ่ม	184.787	397	0.465		
	รวม	186.112	399			
ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	0.020	2	0.010	0.032	0.968
	ภายในกลุ่ม	123.210	397	0.310		
	รวม	123.230	399			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	0.966	2	0.483	1.369	0.256
	ภายในกลุ่ม	140.029	397	0.353		
	รวม	140.994	399			
ด้านการบริการลูกค้าอย่างมี คุณภาพ (Providing Quality Services)	ระหว่างกลุ่ม	4.724	2	2.362	4.229	0.015*
	ภายในกลุ่ม	221.706	397	0.558		
	รวม	226.430	399			
ด้านการใช้พนักงานขาย เฉพาะทาง (Personnel Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	2.098	2	1.049	2.402	0.092
	ภายในกลุ่ม	173.387	397	0.437		
	รวม	175.484	399			
ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	0.673	2	0.337	0.729	0.483
	ภายในกลุ่ม	183.463	397	0.462		
	รวม	184.136	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.009	2	0.505	1.960	0.142
	ภายในกลุ่ม	102.224	397	0.257		
	รวม	103.234	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) แตกต่างกัน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) กับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 62

ตาราง 62 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามการศึกษา ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)

ด้านการบริการลูกค้า อย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	$\bar{X}$	การศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
		4.34	4.11	4.18
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.34	—	0.016*	0.570
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.11	—	—	0.924
สูงกว่าปริญญาตรี	4.18	—	—	—

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 62 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 63 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	6.035	2	3.017	14.918	0.001*
	ภายในกลุ่ม	80.296	397	0.202		
	รวม	86.331	399			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5.569	2	2.785	9.724	0.000*
	ภายในกลุ่ม	113.681	397	0.286		
	รวม	119.250	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระหว่างกลุ่ม	7.802	2	3.901	13.505	0.001*
	ภายในกลุ่ม	114.678	397	0.289		
	รวม	122.480	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	12.409	2	6.204	21.324	0.001*
	ภายในกลุ่ม	115.510	397	0.291		
	รวม	127.919	399			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	21.147	2	10.574	25.446	0.000*
	ภายในกลุ่ม	164.965	397	0.416		
	รวม	186.112	399			
ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	5.683	2	2.841	9.596	0.001*
	ภายในกลุ่ม	117.547	397	0.296		
	รวม	123.230	399			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	13.116	2	6.558	20.359	0.000*
	ภายในกลุ่ม	127.879	397	0.322		
	รวม	140.994	399			
ด้านการบริการลูกค้าอย่างมี คุณภาพ (Providing Quality Services)	ระหว่างกลุ่ม	19.373	2	9.687	18.573	0.000*
	ภายในกลุ่ม	207.057	397	0.522		
	รวม	226.430	399			
ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	15.171	2	7.586	18.785	0.000*
	ภายในกลุ่ม	160.313	397	0.404		
	รวม	175.484	399			
ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	12.555	2	6.278	14.525	0.000*
	ภายในกลุ่ม	171.581	397	0.432		
	รวม	184.136	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	11.177	2	5.588	24.100	0.000*
	ภายในกลุ่ม	92.057	397	0.232		
	รวม	103.234	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 63 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) กับสถานภาพที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 64 – 73

ตาราง 64 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)		สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
	$\bar{X}$	4.15	4.41	4.35
โสด	4.15	–	0.001*	0.127
สมรส	4.41	–	–	0.771
หม้าย/หย่าร้าง	4.35	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 64 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 65 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
	$\bar{X}$	4.15	4.40	4.17
โสด	4.15	–	0.001*	0.989
สมรส	4.40	–	–	0.127
หม้าย/หย่าร้าง	4.17	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 65 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านราคา (Price) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 66 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
	$\bar{X}$	4.09	4.38	4.14
โสด	4.09	–	0.001*	0.890
สมรส	4.38	–	–	0.106
หม้าย/หย่าร้าง	4.14	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 66 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 67 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
		3.98	4.36	4.13
โสด	3.98	–	0.001*	0.434
สมรส	4.36	–	–	0.130
หม้าย/หย่าร้าง	4.13	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 67 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 68 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านบุคคล (People)

ด้านบุคคล (People)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
		3.79	4.28	4.06
โสด	3.79	–	0.000*	0.157
สมรส	4.28	–	–	0.238
หม้าย/หย่าร้าง	4.06	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 68 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านบุคคล (People) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 69 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
		4.10	4.36	4.24
โสด	4.10	–	0.001*	0.157
สมรส	4.36	–	–	0.238
หม้าย/หย่าร้าง	4.24	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 69 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกายภาพ (Physical Evidence) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 70 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ (Process)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
		3.94	4.33	4.12
โสด	3.94	–	0.000*	0.329
สมรส	4.33	–	–	0.217
หม้าย/หย่าร้าง	4.12	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 70 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 71 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ
(Providing Quality Services)

ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
		3.92	4.39	4.11
โสด	3.92	–	0.000*	0.471
สมรส	4.39	–	–	0.176
หม้าย/หย่าร้าง	4.11	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 71 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 72 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง
(Personnel Strategy)

ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
		3.85	4.27	4.07
โสด	3.85	–	0.000*	0.276
สมรส	4.27	–	–	0.320
หม้าย/หย่าร้าง	4.07	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 72 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 73 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามสถานภาพ ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)

ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
		3.90	4.28	4.17
โสด	3.90	–	0.001*	0.154
สมรส	4.28	–	–	0.735
หม้าย/หย่าร้าง	4.17	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 73 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	7.871	5	1.57	7.905	0.001*
	ภายในกลุ่ม	78.460	394	0.199		
	รวม	86.331	399			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	9.710	5	1.942	6.985	0.001*
	ภายในกลุ่ม	109.540	394	0.278		
	รวม	119.250	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระหว่างกลุ่ม	16.177	5	3.235	11.991	0.001*
	ภายในกลุ่ม	106.303	394	0.270		
	รวม	122.480	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	16.367	5	3.273	11.562	0.001*
	ภายในกลุ่ม	111.552	394	0.283		
	รวม	127.919	399			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	23.899	5	4.780	11.610	0.000*
	ภายในกลุ่ม	162.214	394	0.412		
	รวม	186.112	399			
ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	15.893	5	3.179	11.667	0.001*
	ภายในกลุ่ม	107.337	394	0.272		
	รวม	123.230	399			

ตาราง 74 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	14.836	5	2.967	9.267	0.001*
	ภายในกลุ่ม	126.159	394	0.320		
	รวม	140.994	399			
ด้านการบริการลูกค้าอย่าง มีคุณภาพ (Providing Quality Services)	ระหว่างกลุ่ม	28.634	5	5.727	11.408	0.001*
	ภายในกลุ่ม	197.796	394	0.502		
	รวม	226.430	399			
ด้านการใช้พนักงานขาย เฉพาะทาง (Personnel Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	22.372	5	4.474	11.514	0.001*
	ภายในกลุ่ม	153.112	394	0.389		
	รวม	175.484	399			
ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	15.115	5	3.023	7.047	0.001*
	ภายในกลุ่ม	169.021	394	0.429		
	รวม	184.136	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	15.634	5	3.127	14.063	0.001*
	ภายในกลุ่ม	87.600	394	0.222		
	รวม	103.234	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) กับอาชีพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 75 – 84

ตาราง 75 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	$\bar{x}$	อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	4.19	4.40	3.95	4.40	4.37	3.36
นักเรียน / นักศึกษา	4.19	-	0.422	0.302	0.172	0.287	0.796
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.40	-	-	0.001*	1.000	1.000	1.000
พนักงานบริษัทเอกชน	3.95	-	-	-	0.001*	0.001*	0.034*
ธุรกิจส่วนตัว	4.40	-	-	-	-	0.997	0.999
อาชีพอิสระ	4.37	-	-	-	-	-	1.000
อื่น ๆ	3.36	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 75 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 76 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)		อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	4.21	4.39	3.91	4.40	4.37	4.10
นักเรียน / นักศึกษา	4.21	-	0.746	0.221	0.505	0.624	0.988
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.39	-	-	0.005*	1.000	1.000	0.503
พนักงานบริษัทเอกชน	3.91	-	-	-	0.001*	0.001*	0.858
ธุรกิจส่วนตัว	4.40	-	-	-	-	0.999	0.328
อาชีพอิสระ	4.37	-	-	-	-	-	0.413
อื่น ๆ	4.10	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 76 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านราคา (Price) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 77 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)		อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	4.17	4.26	3.72	4.40	4.36	4.18
นักเรียน / นักศึกษา	4.17	–	0.988	0.006*	0.266	0.420	1.000
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.26	–	–	0.001*	0.806	0.928	0.998
พนักงานบริษัทเอกชน	3.72	–	–	–	0.001*	0.001*	0.047*
ธุรกิจส่วนตัว	4.40	–	–	–	–	0.997	0.656
อาชีพอิสระ	4.36	–	–	–	–	–	0.797
อื่น ๆ	4.18	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 77 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 78 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	3.97	4.07	3.78	4.38	4.34	4.22
นักเรียน / นักศึกษา	3.97	-	0.978	0.719	0.002*	0.006*	0.683
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.07	-	-	0.289	0.089	0.179	0.963
พนักงานบริษัทเอกชน	3.78	-	-	-	0.001*	0.001*	0.090
ธุรกิจส่วนตัว	4.38	-	-	-	-	0.994	0.876
อาชีพอิสระ	4.34	-	-	-	-	-	0.963
อื่น ๆ	4.22	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 78 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 79 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านบุคคล (People)

ด้านบุคคล (People)	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	3.71	3.97	3.63	4.25	4.28	4.08
นักเรียน / นักศึกษา	3.71	–	0.629	0.994	0.001*	0.001*	0.448
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.97	–	–	0.316	0.376	0.208	0.996
พนักงานบริษัทเอกชน	3.63	–	–	–	0.001*	0.001*	0.217
ธุรกิจส่วนตัว	4.25	–	–	–	–	1.000	0.933
อาชีพอิสระ	4.28	–	–	–	–	–	0.862
อื่น ๆ	4.08	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 79 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านบุคคล (People) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 80 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	$\bar{x}$	อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	3.98	4.31	3.80	4.39	4.37	4.30
นักเรียน / นักศึกษา	3.98	–	0.131	0.764	0.002*	0.001*	0.335
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.31	–	–	0.002*	0.987	0.993	1.000
พนักงานบริษัทเอกชน	3.80	–	–	–	0.001*	0.001*	0.023*
ธุรกิจส่วนตัว	4.39	–	–	–	–	1.000	0.994
อาชีพอิสระ	4.37	–	–	–	–	–	0.997
อื่น ๆ	4.30	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 80 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกายภาพ (Physical Evidence) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 81 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ (Process)	$\bar{x}$	อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	3.98	4.09	3.75	4.30	4.33	4.08
นักเรียน / นักศึกษา	3.98	-	0.131	0.764	0.002*	0.001*	0.335
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.09	-	-	0.002*	0.987	0.993	1.000
พนักงานบริษัทเอกชน	3.75	-	-	-	0.001*	0.001*	0.023*
ธุรกิจส่วนตัว	4.30	-	-	-	-	1.000	0.994
อาชีพอิสระ	4.33	-	-	-	-	-	0.997
อื่น ๆ	4.08	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 81 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 82 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)

ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	$\bar{X}$	อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.86	4.02	3.68	4.39	4.42	4.14
นักเรียน / นักศึกษา	3.86	-	0.942	0.923	0.003*	0.001*	0.771
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.02	-	-	0.431	0.186	0.087	0.995
พนักงานบริษัทเอกชน	3.68	-	-	-	0.001*	0.001*	0.278
ธุรกิจส่วนตัว	4.39	-	-	-	-	1.000	0.836
อาชีพอิสระ	4.42	-	-	-	-	-	0.733
อื่น ๆ	4.14	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 82 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 83 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)

ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.83	3.94	3.62	4.31	4.27	4.06
นักเรียน / นักศึกษา	3.83	-	0.985	0.767	0.003*	0.004*	0.863
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.94	-	-	0.371	0.082	0.123	0.993
พนักงานบริษัทเอกชน	3.62	-	-	-	0.001*	0.001*	0.226
ธุรกิจส่วนตัว	4.31	-	-	-	-	0.999	0.705
อาชีพอิสระ	4.27	-	-	-	-	-	0.809
อื่น ๆ	4.06	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 83 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 84 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามอาชีพ ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)

ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	อาชีพ						
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	3.89	4.07	3.71	4.27	4.27	4.14
นักเรียน / นักศึกษา	3.89	-	0.881	0.892	0.059	0.032*	0.798
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.07	-	-	0.273	0.781	0.716	0.999
พนักงานบริษัทเอกชน	3.71	-	-	-	0.001*	0.001*	0.265
ธุรกิจส่วนตัว	4.27	-	-	-	-	1.000	0.998
อาชีพอิสระ	4.27	-	-	-	-	-	0.982
อื่น ๆ	4.14	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 84 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 85 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5.940	6	0.990	4.839	0.001*
	ภายในกลุ่ม	80.391	393	0.205		
	รวม	86.331	399			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5.481	6	0.913	3.155	0.005*
	ภายในกลุ่ม	113.769	393	0.289		
	รวม	119.250	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระหว่างกลุ่ม	10.068	6	1.678	5.866	0.001*
	ภายในกลุ่ม	112.412	393	0.286		
	รวม	122.480	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	13.633	6	2.272	7.813	0.001*
	ภายในกลุ่ม	114.287	393	0.291		
	รวม	127.919	399			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	19.913	6	3.319	7.848	0.001*
	ภายในกลุ่ม	166.199	393	0.423		
	รวม	186.112	399			
ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	11.429	6	1.905	6.696	0.001*
	ภายในกลุ่ม	111.800	393	0.284		
	รวม	123.230	399			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	15.690	6	2.615	8.201	0.001*
	ภายในกลุ่ม	125.305	393	0.319		
	รวม	140.994	399			
ด้านการบริการลูกค้าอย่างมี คุณภาพ (Providing Quality Services)	ระหว่างกลุ่ม	19.802	6	3.300	6.277	0.001*
	ภายในกลุ่ม	206.628	393	0.526		
	รวม	226.430	399			
ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะ ทาง (Personnel Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	17.502	6	2.917	7.256	0.001*
	ภายในกลุ่ม	157.983	393	0.402		
	รวม	175.484	399			
ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)	ระหว่างกลุ่ม	15.591	6	2.599	6.059	0.001*
	ภายในกลุ่ม	168.545	393	0.429		
	รวม	184.136	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	12.408	6	2.068	8.948	0.001*
	ภายในกลุ่ม	90.826	393	0.231		
	รวม	103.234	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 85 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) กับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 86 – 95



ตาราง 86 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		4.06	4.29	4.38	4.43	4.42	4.50	4.31
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.06	–	0.133	0.006*	0.004*	0.019*	0.188	0.578
15,001 – 20,000 บาท	4.29	–	–	0.905	0.704	0.873	0.901	1.000
20,001 – 25,000 บาท	4.38	–	–	–	0.998	1.000	0.995	0.999
25,001 – 30,000 บาท	4.43	–	–	–	–	1.000	1.000	0.981
30,001 – 35,000 บาท	4.42	–	–	–	–	–	1.000	0.992
35,001 – 40,000 บาท	4.50	–	–	–	–	–	–	0.972
มากกว่า 40,001 บาท	4.31	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 86 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 87 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
	$\bar{X}$	4.11	4.23	4.32	4.50	4.39	4.34	4.34
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.11	–	0.901	0.451	0.017*	0.325	0.939	0.800
15,001 – 20,000 บาท	4.23	–	–	0.972	0.161	0.851	0.999	0.99
20,001 – 25,000 บาท	4.32	–	–	–	0.659	0.997	1.000	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.50	–	–	–	–	0.987	0.992	0.973
30,001 – 35,000 บาท	4.39	–	–	–	–	–	1.000	1.000
35,001 – 40,000 บาท	4.34	–	–	–	–	–	–	1.000
มากกว่า 40,001 บาท	4.34	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 87 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านราคา (Price) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 88 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		3.97	4.17	4.33	4.46	4.40	4.45	4.38
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.97	–	0.491	0.012*	0.001*	0.017*	0.272	0.170
15,001 – 20,000 บาท	4.17	–	–	0.605	0.095	0.480	0.832	0.843
20,001 – 25,000 บาท	4.33	–	–	–	0.912	0.998	0.997	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.46	–	–	–	–	1.000	1.000	0.999
30,001 – 35,000 บาท	4.40	–	–	–	–	–	1.000	1.000
35,001 – 40,000 บาท	4.45	–	–	–	–	–	–	1.000
มากกว่า 40,001 บาท	4.38	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 88 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 89 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
	$\bar{X}$	3.84	4.15	4.30	4.41	4.39	4.45	4.17
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.84	–	0.047*	0.001*	0.001*	0.001*	0.067	0.474
15,001 – 20,000 บาท	4.15	–	–	0.722	0.175	0.435	0.798	1.000
20,001 – 25,000 บาท	4.30	–	–	–	0.937	0.989	0.991	0.984
25,001 – 30,000 บาท	4.41	–	–	–	–	1.000	1.000	0.763
30,001 – 35,000 บาท	4.39	–	–	–	–	–	1.000	0.872
35,001 – 40,000 บาท	4.4	–	–	–	–	–	–	0.914
มากกว่า 40,001 บาท	4.17	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 89 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 90 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านบุคคล (People)

ด้านบุคคล (People)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		3.65	4.05	4.15	4.29	4.41	4.43	4.06
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.65	–	0.023*	0.002*	0.001*	0.001*	0.039*	0.404
15,001 – 20,000 บาท	4.05	–	–	0.977	0.537	0.162	0.755	1.000
20,001 – 25,000 บาท	4.15	–	–	–	0.949	0.582	0.932	0.999
25,001 – 30,000 บาท	4.29	–	–	–	–	0.990	0.998	0.927
30,001 – 35,000 บาท	4.41	–	–	–	–	–	1.000	0.666
35,001 – 40,000 บาท	4.43	–	–	–	–	–	–	0.883
มากกว่า 40,001 บาท	4.06	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 90 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านบุคคล (People) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 91 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านกายภาพ (Physical Evidence)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		3.91	4.27	4.24	4.42	4.48	4.45	4.39
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.97	–	0.009*	0.032*	0.001*	0.001*	0.144	0.052
15,001 – 20,000 บาท	4.27	–	–	1.000	0.818	0.604	0.977	0.988
20,001 – 25,000 บาท	4.24	–	–	–	0.667	0.450	0.952	0.964
25,001 – 30,000 บาท	4.42	–	–	–	–	1.000	1.000	1.000
30,001 – 35,000 บาท	4.48	–	–	–	–	–	1.000	0.999
35,001 – 40,000 บาท	4.45	–	–	–	–	–	–	1.000
มากกว่า 40,001 บาท	4.39	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 91 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกายภาพ (Physical Evidence) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 92 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ (Process)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
	$\bar{X}$	3.83	4.05	4.25	4.42	4.40	4.43	4.31
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.83	–	0.446	0.003*	0.001*	0.001*	0.113	0.093
15,001 – 20,000 บาท	4.05	–	–	0.362	0.016*	0.081	0.61	0.728
20,001 – 25,000 บาท	4.25	–	–	–	0.804	0.928	0.987	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.42	–	–	–	–	1.000	1.000	0.997
30,001 – 35,000 บาท	4.40	–	–	–	–	–	1.000	0.999
35,001 – 40,000 บาท	4.43	–	–	–	–	–	–	0.999
มากกว่า 40,001 บาท	4.31	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 92 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 93 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ
(Providing Quality Services)

ด้านการบริการลูกค้า อย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		3.80	4.11	4.26	4.41	4.56	4.50	4.28
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.80	-	0.339	0.025*	0.003*	0.001*	0.206	0.342
15,001 – 20,000 บาท	4.11	-	-	0.890	0.355	0.065	0.822	0.984
20,001 – 25,000 บาท	4.26	-	-	-	0.954	0.529	0.983	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.41	-	-	-	-	0.983	1.000	0.998
30,001 – 35,000 บาท	4.56	-	-	-	-	-	1.000	0.911
35,001 – 40,000 บาท	4.50	-	-	-	-	-	-	0.996
มากกว่า 40,001 บาท	4.28	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 93 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 94 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง
(Personnel Strategy)

ด้านการใช้พนักงานขาย เฉพาะทาง (Personnel Strategy)	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		3.69	4.06	4.17	4.34	4.36	4.43	4.12
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.69	-	0.046*	0.003*	0.001*	0.001*	0.054	0.330
15,001 – 20,000 บาท	4.06	-	-	0.963	0.297	0.366	0.759	1.000
20,001 – 25,000 บาท	4.17	-	-	-	0.847	0.856	0.944	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.34	-	-	-	-	1.000	1.000	0.930
30,001 – 35,000 บาท	4.36	-	-	-	-	-	1.000	0.922
35,001 – 40,000 บาท	4.43	-	-	-	-	-	-	0.940
มากกว่า 40,001 บาท	4.12	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 94 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 95 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
(10P) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)

ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)		รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
	$\bar{X}$	3.72	4.10	4.21	4.31	4.39	4.27	4.19
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.72	–	0.045*	0.002*	0.001*	0.001*	0.362	0.242
15,001 – 20,000 บาท	4.10	–	–	0.961	0.714	0.421	0.995	0.999
20,001 – 25,000 บาท	4.21	–	–	–	0.993	0.895	1.000	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.31	–	–	–	–	0.999	1.000	0.998
30,001 – 35,000 บาท	4.39	–	–	–	–	–	1.000	0.969
35,001 – 40,000 บาท	4.27	–	–	–	–	–	–	1.000
มากกว่า 40,001 บาท	4.19	–	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 95 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (10P) ในด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่าง ๆ กัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 96 แสดงผลสรุปภาพรวมลักษณะส่วนบุคคลมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสม
ทางการตลาด (10P) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เดือน
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว	✓	✓	✗	✓	✓	✓
1.2 สินค้าของฝากที่ระลึก และสินค้าเบ็ดเตล็ดมีเอกลักษณ์	✓	✓	✗	✓	✓	✓
1.3 อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีเอกลักษณ์	✓	✓	✗	✓	✓	✓
1.4 มีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานพระนครคีรี ห่มบ้านไทยทรงดำ	✓	✓	✗	✓	✓	✓
2. ด้านราคา (Price)						
2.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า	✓	✗	✗	✓	✓	✓
2.2 ราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม	✓	✗	✗	✓	✓	✓
2.3 มีป้ายกำกับราคาสินค้า ราคาอาหาร และการบริการอย่างชัดเจน	✓	✗	✗	✓	✓	✓
2.4 ภาพรวมด้านราคาในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด	✓	✗	✗	✓	✓	✓
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
3.1 ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ	✓	✓	✗	✓	✓	✓
3.2 มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย	✓	✓	✗	✓	✓	✓
3.3 สินค้าในพื้นที่สาธารณะสามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์	✓	✓	✗	✓	✓	✓
3.3 นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก	✓	✓	✗	✓	✓	✓

ตาราง 96 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด (10P)	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เดือน
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
4.1 มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	×	✓	×	✓	✓	✓
4.2 การนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว	×	✓	×	✓	✓	✓
4.3 สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ	×	✓	×	✓	✓	✓
4.4 นักท่องเที่ยวรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัดนิทรรศการจากประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี	×	✓	×	✓	✓	✓
5. ด้านบุคคล (People)						
5.1 เจ้าหน้าที่มีความเพียงพอในการปฏิบัติงาน	✓	✓	×	✓	✓	✓
5.2 แหล่งท่องเที่ยวมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็วถูกต้อง	✓	✓	×	✓	✓	✓
5.3 เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	✓	✓	×	✓	✓	✓
5.4 เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็วและมีความปลอดภัย	✓	✓	×	✓	✓	✓
6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence)						
6.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	✓	✓	×	✓	✓	✓
6.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยว	✓	✓	×	✓	✓	✓
6.3 บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	✓	✓	×	✓	✓	✓
6.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา	✓	✓	×	✓	✓	✓

ตาราง 96 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เดือน
7. ด้านกระบวนการ (Process)						
7.1 ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน	✓	✓	✗	✓	✓	✓
7.2 การบริหารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการด้านการจราจร การแบ่งพื้นที่ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นสัดส่วนชัดเจน เป็นต้น	✓	✓	✗	✓	✓	✓
7.3 ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและข้อความในแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✗	✓	✓	✓
7.4 แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8. ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)						
8.1 เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการเป็นอย่างดี	✗	✓	✓	✓	✓	✓
8.2 เจ้าหน้าที่มีความมั่นใจในการให้บริการเป็นอย่างดี	✗	✓	✓	✓	✓	✓
8.3 เจ้าหน้าที่มีความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	✗	✓	✓	✓	✓	✓
8.4 เจ้าหน้าที่มีการตอบสนองต่อการให้บริการเป็นอย่างดี	✗	✓	✓	✓	✓	✓
9. ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)						
9.1 เจ้าหน้าที่มีทักษะ ความรู้ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	✗	✓	✗	✓	✓	✓
9.2 เจ้าหน้าที่มีความสามารถทางภาษาอย่างน้อย 2 ภาษา	✗	✓	✗	✓	✓	✓
9.3 เจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	✗	✓	✗	✓	✓	✓
9.4 เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี บุคลิกภาพที่ดีในการบริการ	✗	✓	✗	✓	✓	✓

ตาราง 96 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
10. ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)						
10.1 เจ้าหน้าที่เข้าใจกระบวนการในการปรับปรุงการบริการในการท่องเที่ยว	×	✓	×	✓	✓	✓
10.2 เจ้าหน้าที่มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์	×	✓	×	✓	✓	✓
10.3 เจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแบบกระชับ ได้ใจความ	×	✓	×	✓	✓	✓
10.4 เจ้าหน้าที่เข้าใจสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างดี	×	✓	×	✓	✓	✓
	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ สอดคล้องกับสมมติฐาน

กำหนดให้เครื่องหมาย × ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จากตาราง 94 แสดงผลการสรุปภาพรวมการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยโดยใช้การทดสอบความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์

นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Service) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความสามารถ (Competency Strategy) ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

อายุของนักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Service) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความสามารถ (Competency Strategy) มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านราคา (Price) ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Service) มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ใน

ด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความสามารถ (Competency Strategy) ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

สถานภาพของนักท่องเที่ยว ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมี

คุณภาพ (Providing Quality Service) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความสามารถ (Competency Strategy) มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

อาชีพของนักท่องเที่ยว ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Service) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความสามารถ (Competency Strategy) มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด (10P) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Service) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy) และด้านความสามารถ (Competency Strategy) มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน ทางผู้วิจัยจะทดสอบเฉพาะสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น

ตาราง 97 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามเพศ

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ชาย	4.44	0.624	0.023	398	0.880
	หญิง	4.41	0.664			
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	ชาย	4.33	0.585	1.083	398	0.299
	หญิง	4.34	0.659			
3. ด้านสถานที่โดยรวม	ชาย	4.46	0.578	0.020	398	0.887
	หญิง	4.43	0.592			
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	4.52	0.657	0.822	398	0.365
	หญิง	4.44	0.630			
ภาพรวม	ชาย	4.44	0.494	1.612	398	0.205
	หญิง	4.41	0.537			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 97 แสดงผลการเปรียบเทียบการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามเพศ
พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 98 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอายุ

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.356	5	0.471	1.138	0.340
	ภายในกลุ่ม	163.134	394	0.414		
	รวม	165.490	399			
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	5.764	5	1.153	3.054	0.010*
	ภายในกลุ่ม	148.706	394	0.377		
	รวม	154.470	399			
3. ด้านสถานที่โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.174	5	0.835	2.489	0.031*
	ภายในกลุ่ม	132.121	394	0.335		
	รวม	136.295	399			
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	13.186	5	2.637	6.827	0.001*
	ภายในกลุ่ม	152.204	394	0.386		
	รวม	165.390	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.854	5	0.971	3.780	0.002*
	ภายในกลุ่ม	101.198	394	0.257		
	รวม	106.052	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 98 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่กับอายุที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 99 – 101

ตาราง 99 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอายุ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต

ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต		อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.26	4.20	4.43	4.27	4.51	4.27
ต่ำกว่า 20 ปี	4.26	-	0.999	0.910	1.000	0.634	1.000
20 – 29 ปี	4.20	-	-	0.227	0.989	0.038*	1.000
30 – 39 ปี	4.43	-	-	-	0.773	0.972	0.990
40 – 49 ปี	4.27	-	-	-	-	0.341	1.000
50 – 59 ปี	4.51	-	-	-	-	-	0.932
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.27	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 99 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่อายุ 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 100 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอายุ ด้านสถานที่โดยรวม

ด้านสถานที่โดยรวม		อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.28	4.33	4.49	4.59	4.49	4.51
ต่ำกว่า 20 ปี	4.28	-	0.999	0.716	0.340	0.723	0.954
20 – 29 ปี	4.33	-	-	0.552	0.125	0.595	0.977
30 – 39 ปี	4.49	-	-	-	0.952	1.000	1.000
40 – 49 ปี	4.59	-	-	-	-	0.969	1.000
50 – 59 ปี	4.49	-	-	-	-	-	1.000
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.51	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 100 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านสถานที่โดยรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 101 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอายุ ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 29 ปี	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	50 – 59 ปี	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.25	–	1.000	0.381	0.348	0.040*	0.826
20 – 29 ปี	4.26	–	–	0.032*	0.038*	0.001*	0.772
30 – 39 ปี	4.56	–	–	–	1.000	0.714	1.000
40 – 49 ปี	4.56	–	–	–	–	0.854	1.000
50 – 59 ปี	4.72	–	–	–	–	–	0.998
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	4.60	–	–	–	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 101 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่อายุ 50 – 59 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่อายุ 30 – 39 ปี อายุ 40 – 49 ปี และอายุ 50 – 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 102 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามการศึกษา

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.644	2	0.822	1.992	0.138
	ภายในกลุ่ม	163.845	397	0.413		
	รวม	165.490	399			
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	0.096	2	0.048	0.124	0.884
	ภายในกลุ่ม	154.374	397	0.389		
	รวม	154.470	399			
3. ด้านสถานที่โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.119	2	0.060	0.174	0.841
	ภายในกลุ่ม	136.176	397	0.343		
	รวม	136.295	399			
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.336	2	0.668	1.616	0.200
	ภายในกลุ่ม	164.055	397	0.413		
	รวม	165.390	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.389	2	0.194	0.730	0.482
	ภายในกลุ่ม	105.664	397	0.266		
	รวม	106.052	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 102 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 103 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามสถานภาพ

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	10.947	2	5.473	14.060	0.001*
	ภายในกลุ่ม	154.543	397	0.389		
	รวม	165.490	399			
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	4.571	2	2.285	6.053	0.003*
	ภายในกลุ่ม	149.899	397	0.378		
	รวม	154.470	399			
3. ด้านสถานที่โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.159	2	1.580	4.710	0.010*
	ภายในกลุ่ม	133.136	397	0.335		
	รวม	136.295	399			
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	10.276	2	5.138	13.150	0.001*
	ภายในกลุ่ม	155.114	397	0.391		
	รวม	165.390	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.779	2	3.390	13.556	0.001*
	ภายในกลุ่ม	99.273	397	0.250		
	รวม	106.052	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 103 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แตกต่างทุกด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่กับสถานภาพที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 104 – 107

ตาราง 104 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามสถานภาพ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
	$\bar{X}$	4.20	4.55	4.44
โสด	4.20	–	0.001*	0.208
สมรส	4.55	–	–	0.661
หม้าย/หย่าร้าง	4.44	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 104 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสด มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 105 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามสถานภาพ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต

ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิต	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
	$\bar{X}$	4.19	4.42	4.29
โสด	4.19	–	0.003*	0.757
สมรส	4.42	–	–	0.594
หม้าย/หย่าร้าง	4.29	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 105 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสด มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 106 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามสถานภาพ ด้านสถานที่โดยรวม

ด้านสถานที่โดยรวม	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หมาย/หย่าร้าง
	$\bar{X}$	4.33	4.52	4.41
โสด	4.33	–	0.010*	0.784
สมรส	4.52	–	–	0.689
หมาย/หย่าร้าง	4.41	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 106 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านสถานที่โดยรวมจำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสด มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 107 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามสถานภาพ ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
	$\bar{X}$	4.27	4.61	4.43
โสด	4.27	–	0.001*	0.484
สมรส	4.61	–	–	0.375
หม้าย/หย่าร้าง	4.43	–	–	–

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 107 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสด มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 108 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอาชีพ

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7.519	5	1.504	3.750	0.002*
	ภายในกลุ่ม	157.971	394	0.401		
	รวม	165.490	399			
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	4.967	5	0.993	2.618	0.024*
	ภายในกลุ่ม	149.503	394	0.379		
	รวม	154.470	399			
3. ด้านสถานที่โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.602	5	1.120	3.378	0.005*
	ภายในกลุ่ม	130.693	394	0.332		
	รวม	136.295	399			
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	14.208	5	2.842	7.406	0.001*
	ภายในกลุ่ม	151.182	394	0.384		
	รวม	165.390	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.183	5	1.437	5.725	0.001*
	ภายในกลุ่ม	98.869	394	0.251		
	รวม	106.052	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 108 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แตกต่างทุกด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่กับสถานภาพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 109 – 112

ตาราง 109 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอาชีพ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
		4.22	4.21	4.25	4.54	4.50	4.52
นักเรียน / นักศึกษา	4.22	-	1.000	1.000	0.130	0.206	0.640
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.21	-	-	1.000	0.173	0.265	0.661
พนักงานบริษัทเอกชน	4.25	-	-	-	0.294	0.424	0.776
ธุรกิจส่วนตัว	4.54	-	-	-	-	0.998	1.000
อาชีพอิสระ	4.50	-	-	-	-	-	1.000
อื่น ๆ	4.52	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 109 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 110 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอาชีพ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต

ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต		อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	4.22	4.21	4.25	4.54	4.50	4.52
นักเรียน / นักศึกษา	4.22	-	1.000	1.000	0.130	0.206	0.640
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.21	-	-	1.000	0.173	0.265	0.661
พนักงานบริษัทเอกชน	4.25	-	-	-	0.294	0.424	0.776
ธุรกิจส่วนตัว	4.54	-	-	-	-	0.998	1.000
อาชีพอิสระ	4.50	-	-	-	-	-	1.000
อื่น ๆ	4.52	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 110 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 111 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอาชีพ ด้านสถานที่โดยรวม

ด้านสถานที่โดยรวม	$\bar{X}$	อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
นักเรียน / นักศึกษา	4.22	-	1.000	1.000	0.130	0.206	0.640
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.21	-	-	1.000	0.173	0.265	0.661
พนักงานบริษัทเอกชน	4.25	-	-	-	0.294	0.424	0.776
ธุรกิจส่วนตัว	4.54	-	-	-	-	0.998	1.000
อาชีพอิสระ	4.50	-	-	-	-	-	1.000
อื่น ๆ	4.52	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 111 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านสถานที่โดยรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 112 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามอาชีพ ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
นักเรียน / นักศึกษา	4.22	-	1.000	1.000	0.130	0.206	0.640
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.21	-	-	1.000	0.173	0.265	0.661
พนักงานบริษัทเอกชน	4.25	-	-	-	0.294	0.424	0.776
ธุรกิจส่วนตัว	4.54	-	-	-	-	0.998	1.000
อาชีพอิสระ	4.50	-	-	-	-	-	1.000
อื่น ๆ	4.52	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 112 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ กลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แตกต่างกับกลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 113 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	10.244	6	1.707	4.322	0.001*
	ภายในกลุ่ม	155.246	393	0.395		
	รวม	165.490	399			
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	5.029	6	0.838	2.204	0.042*
	ภายในกลุ่ม	149.441	393	0.380		
	รวม	154.470	399			
3. ด้านสถานที่โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.917	6	0.986	2.973	0.008*
	ภายในกลุ่ม	130.378	393	0.332		
	รวม	136.295	399			
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	13.566	6	2.261	5.853	0.001*
	ภายในกลุ่ม	151.825	393	0.386		
	รวม	165.390	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.586	6	1.264	5.046	0.001*
	ภายในกลุ่ม	98.466	393	0.251		
	รวม	106.052	399			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 113 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ แตกต่างทุกด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่กับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบย่อยโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ได้ผลดังตาราง 114 – 117

ตาราง 114 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านภาพลักษณ์ ของสถานที่ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.11	-	0.176	0.030*	0.003*	0.173	0.368	0.993
15,001 – 20,000 บาท	4.41	-	-	0.987	0.869	0.998	0.973	0.976
20,001 – 25,000 บาท	4.50	-	-	-	0.950	1.000	0.998	0.840
25,001 – 30,000 บาท	4.63	-	-	-	-	0.976	1.000	0.455
30,001 – 35,000 บาท	4.49	-	-	-	-	-	0.998	0.911
35,001 – 40,000 บาท	4.64	-	-	-	-	-	-	0.838
มากกว่า 40,001 บาท	4.25	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 114 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 115 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต

ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิต	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		4.09	4.31	4.37	4.46	4.41	4.36	4.43
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.09	-	0.535	0.264	0.113	0.350	0.936	0.593
15,001 – 20,000 บาท	4.31	-	-	0.998	0.9914	0.992	1.000	0.996
20,001 – 25,000 บาท	4.37	-	-	-	0.995	1.000	1.000	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.46	-	-	-	-	1.000	1.000	1.000
30,001 – 35,000 บาท	4.41	-	-	-	-	-	1.000	1.000
35,001 – 40,000 บาท	4.36	-	-	-	-	-	-	1.000
มากกว่า 40,001 บาท	4.43	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 115 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 116 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านสถานที่โดยรวม

ด้านภาพลักษณ์ ของสถานที่ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		4.18	4.44	4.51	4.51	4.52	4.36	4.62
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.18	-	0.214	0.051	0.135	0.195	0.986	0.168
15,001 – 20,000 บาท	4.44	-	-	0.993	0.998	0.998	1.000	0.951
20,001 – 25,000 บาท	4.51	-	-	-	1.000	1.000	0.995	0.997
25,001 – 30,000 บาท	4.51	-	-	-	-	1.000	0.996	0.997
30,001 – 35,000 บาท	4.52	-	-	-	-	-	0.996	0.999
35,001 – 40,000 บาท	4.36	-	-	-	-	-	-	0.964
มากกว่า 40,001 บาท	4.62	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 116 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านสถานที่โดยรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 117 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	35,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
		4.09	4.45	4.55	4.62	4.73	4.54	4.52
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.09	-	0.046*	0.003*	0.002*	0.001*	0.542	0.271
15,001 – 20,000 บาท	4.45	-	-	0.961	0.833	0.383	1.000	1.000
20,001 – 25,000 บาท	4.55	-	-	-	0.999	0.871	1.000	1.000
25,001 – 30,000 บาท	4.62	-	-	-	-	0.991	1.000	0.999
30,001 – 35,000 บาท	4.73	-	-	-	-	-	0.992	0.953
35,001 – 40,000 บาท	4.54	-	-	-	-	-	-	1.000
มากกว่า 40,001 บาท	4.52	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 117 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 118 แสดงผลสรุปภาพรวมลักษณะส่วนบุคคลมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ
กวีเอกสุนทรภู่

การรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว						
1.1 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด เพชรบุรีจากสื่อที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดียออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น	×	×	×	✓	✓	✓
1.2 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด เพชรบุรี จากกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่	×	×	×	✓	✓	✓
1.3 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด เพชรบุรีจากบทเรียนที่ท่านเคยเรียนในอดีต	×	×	×	✓	✓	✓
1.4 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด เพชรบุรี จากการบอกเล่าของบรรพบุรุษ และ บุคคลในชุมชน	×	×	×	✓	✓	✓
1.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมี ความปลอดภัย	×	×	×	✓	✓	✓
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต						
2.1 ท่านคิดว่าวัฒนธรรมและสังคมในท้องถิ่นมีความ น่าสนใจ	×	✓	×	✓	✓	✓
2.2 ท่านคิดว่าวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีเสน่ห์	×	✓	×	✓	✓	✓
2.3 ท่านคิดว่าการแต่งกายของชาวบ้านและชนเผ่าใน ท้องถิ่นนั้นได้รับการอนุรักษ์อย่างดี	×	✓	×	✓	✓	✓
2.4 ท่านคิดว่าสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างที่มีความ เก่าแก่และทรงคุณค่าทางวัฒนธรรมได้รับการดูแล รักษาอย่างดี	×	✓	×	✓	✓	✓
2.5 ท่านคิดว่าผู้คนในท้องถิ่นเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และมีน้ำใจ	×	✓	×	✓	✓	✓

ตาราง 118 (ต่อ)

การรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่	ลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยเดือน
3. ด้านสถานที่โดยรวม						
3.1 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด เพชรบุรีมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์	×	✓	×	✓	✓	✓
3.2 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม	×	✓	×	✓	✓	✓
3.3 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด เพชรบุรีมีศิลปะที่หลากหลาย	×	✓	×	✓	✓	✓
3.4 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดเพชรบุรีมีวัดที่สวยงามน่าเยี่ยมชม	×	✓	×	✓	✓	✓
3.5 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศ	×	✓	×	✓	✓	✓
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว						
4.1 ท่านรู้สึกได้พักผ่อนระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี	×	✓	×	✓	✓	✓
4.2 ท่านรู้สึกได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี	×	✓	×	✓	✓	✓
4.3 ท่านรู้สึกได้รับความรู้มากขึ้น จากการเดินทาง ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดเพชรบุรี	×	✓	×	✓	✓	✓
4.4 ท่านรู้สึกมีความสุข ความเป็นสิริมงคลจาก การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี	×	✓	×	✓	✓	✓
4.5 ท่านรู้สึกว่าคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี มีความเป็นมิตร ไมตรีกับนักท่องเที่ยว	×	✓	×	✓	✓	✓
	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ สอดคล้องกับสมมติฐาน

กำหนดให้เครื่องหมาย × ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะส่วนบุคคลมีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จากตาราง 116 แสดงผลการสรุปภาพรวมการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วย โดยใช้การทดสอบความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

อายุของนักท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน สถานภาพของนักท่องเที่ยว ระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับสมมติฐาน

อาชีพของนักท่องเที่ยว ระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับสมมติฐาน

รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ระดับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
- 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
- 4) เพื่อแสวงหาแนวทางในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

1. สรุปผลการวิจัย
2. การอภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะของการวิจัย
4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำนวนทั้งสิ้น 30 ท่าน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จากผลการศึกษาพบว่าในภาพรวมของทั้ง 4 ภาคได้แก่ ภาครัฐบาล ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ พบว่า โดยภาพรวมศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยมากโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ควรจะมีการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ รับทราบ ในรูปแบบออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้น ในทุกช่องทาง

ด้านการขาย ศักยภาพด้านการขายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการผนึกรวมไปกับการขายประเภทอื่น ๆ เช่น การไหว้พระ 9 วัดในวันสำคัญทางศาสนาของจังหวัดเพชรบุรี เทศกาล งานพระนครคีรี เป็นต้น

ด้านการตลาดทางตรง ศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ยังน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย เพราะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เจาะจงเฉพาะการตามรอยนิราศ หรือตามรอยบทกวีนิพนธ์ต่าง ๆ ของท่านสุนทรภู่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกวัย เพราะไม่ได้มีการทำการตลาดโดยตรง อีกทั้งยังไม่มี การประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง

ด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ ที่ผ่านมายังไม่มีการต่อยอดทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะด้านเดียวนั้นใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ โฆษณาพอสมควร และต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาดพอสมควรที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ติดตลาดเป็นที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว

ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้น

ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำนวนทั้งสิ้น 30 ท่าน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จากผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของทั้ง 4 ภาคได้แก่ ภาครัฐบาล ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ พบว่า โดยภาพรวมองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเชื่อมต่อกันอย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทางต่าง ๆ เช่น รถตู้สาธารณะ รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่อาจจะต้องยกเว้นเส้นทางจราจรทางน้ำ เพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง และมีการขุดลอกคูคลองมากขึ้นทำให้การจราจรทางน้ำไม่สะดวกเหมือนกับการจราจรทางบก

ด้านสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว พบว่า สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีมีทุนเดิมทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางสายบุญ ที่ถูกกล่าวถึงในนิราศเมืองเพชร จำนวน 16 แห่ง เส้นทางสายธรรมชาติ

ด้านกิจกรรม พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมมีหลากหลายกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการไหว้พระ ทำบุญ การเที่ยวชมธรรมชาติ แต่ควรจะมีการส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยโดยเน้นกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร เช่น การสอนแต่งนิราศ การจัดนิทรรศการอย่างถาวรเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชม

และหรือนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยสามารถทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในชุมชนได้

ด้านที่พัก พบว่า ที่พักภายในจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะจังหวัดเพชรบุรีมีที่พักแบบหลากหลายทั้งแบบโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ และได้มาตรฐาน SHA PLUS ถูกสุขลักษณะ มีความปลอดภัย และมีบริการเป็นอย่างดีเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาส มีประสบการณ์ได้สัมผัสชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เป็นต้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีบริการต่าง ๆ ที่ทำให้การพำนักและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ แต่เมื่อถึงเทศกาลงานสำคัญอาจจะมีไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและให้บริการได้ไม่ทั่วถึง

ด้านการรับรู้ พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้จากการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การได้พูดคุยพบปะกับคนในพื้นที่ รวมถึงการได้ชิมอาหารหลากหลายเมนูของจังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจาก UNESCO ประจำปี 2564 ดังนั้นอาหารของจังหวัดเพชรบุรีจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพื่อสัมผัส และลิ้มรสอาหารคาว-หวานที่หลากหลายของจังหวัดเพชรบุรี

ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในปัจจุบันมีครบทุกอย่าง สมบูรณ์ ทันสมัย และพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นตู้ ATM ตามแหล่งท่องเที่ยว จุดให้บริการช่วยเหลือผู้ช่วยกรณีเป็นลม จุดให้บริการนักท่องเที่ยว

ด้านลักษณะที่ปรากฏ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ปรากฏในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อาจจะต้องได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง เช่น การเพิ่มอาสาสมัครในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม บางแห่งอาจจะต้องปรับปรุงห้องสุขาให้ได้มาตรฐาน และคอยมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุก ๆ ชั่วโมงเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโรค

ด้านความเชื่อมั่น พบว่า ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรี มีระดับความปลอดภัยที่มีความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น จำนวนคดีที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมีน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย นอกจากนั้น ยังมีการให้บริการสายด่วนไม่ว่าจะเป็น สายด่วน 191, 1374 หรือ 1669 ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพและมีเป้าหมายที่ชัดเจนที่จะคอยดูแลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างดี คอยอำนวยความสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง

ด้านการเห็นคุณค่า พบว่า ความรู้สึกจากการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่ผ่านมา นั้น นักท่องเที่ยวทุกท่านที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้น ให้ความสำคัญ และเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพราะแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า ร้อยปี พันปี ทุกแห่งย่อมแสดงและสะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ พร้อมหลักฐานและเรื่องเล่าปรัมปราภูมิมาอย่างยาวนาน

ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการศึกษาเกี่ยวกับศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำนวนทั้งสิ้น 400 ท่าน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จากผลการสำรวจพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20 – 29 ปี มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สถานภาพสมรส มีอาชีพอิสระ รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท

ส่วนใหญ่มิ่จำนวนการเดินทางที่มาท่องเที่ยวมากกว่า 2 ครั้งต่อปี ลักษณะการเดินทางแบบครอบครัว จำนวนวันที่เข้าพัก 2 – 4 วัน ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 15,000 บาทหรือต่ำกว่า สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

คือ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การไหว้พระ ทำบุญ แหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่สนใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยข้อมูลของการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อันดับแรก คือ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านสถานที่โดยรวม ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิต

ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการทดสอบสมมติฐานข้อ 1 และข้อ 3 สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ความแตกต่างของเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ในด้านของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ ไม่แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน สมมติฐานข้อ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ความแตกต่างของเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต ด้านสถานที่โดยรวม และด้านแหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อวิเคราะห์แนวทางในการจัดการ ส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการศึกษาเกี่ยวกับระดับความสำคัญของข้อมูลส่วน ประสมทางการตลาด (10P Marketing Mix) ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ จำนวนทั้งสิ้น 400 ท่าน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

ความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความ คิดเห็นต่อระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อมูลส่วนประสม ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) รองลงมา คือ ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านการบริการลูกค้า อย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านความสามารถ (Proficiency) ด้านการใช้พนักงานเฉพาะทาง (Personnel Specifically) และด้านบุคคล (People) ตามลำดับ

ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 จะเป็นการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดบริการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบว่า ความแตกต่างของเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทาง การตลาดบริการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์ นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (10P) ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้าน บุคคล (People) 6) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) 7) ด้านกระบวนการ (Process) 8) ด้าน การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) 9) ด้านการใช้พนักงานขาย เฉพาะทาง (Personnel Specifically) และ 10) ด้านความสามารถ (Proficiency) ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับส่วนประสม

ทางการตลาดบริการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (10P) ไม่แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 119 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Strengths)	จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Weaknesses)
S1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่าร้อยปี บางแห่งมีอายุเป็นพันปี และยังคงความสวยงามของธรรมชาติไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น (*,**)	W1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรยังขาดอาสาสมัครหรือผู้นำเที่ยวที่มีองค์ความรู้ในเรื่องของบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (*)
S2 แหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว (*,**)	W2 ขาดการบูรณาการในเรื่องของความร่วมมือระหว่างภาคภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการในการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (*,**)
S3 จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นเส้นทางในเขตไทยแลนด์รีเียวรา และยังเป็นเส้นทางสู่ภาคใต้ (*)	W3 คนในชุมชนขาดทักษะองค์ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะการเป็นผู้ให้บริการ ทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และทักษะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่เพียงพอต่อการรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นในอนาคต (*,**)
S4 มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (*,**)	W4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ขาดการพัฒนาในรูปแบบของการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวลงมือปฏิบัติและเรียนรู้ ได้รับประสบการณ์จริงที่จะนำไปปฏิบัติใช้ในชีวิตประจำวันได้ (*,**)
S5 จังหวัดเพชรบุรีเองก็ได้รับรางวัลจาก UNESCO ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเยอะขึ้น (*)	
S6 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอและมีความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ (*,**)	
S7 คนในชุมชนร่วมกันจัดการดูแลสภาพแวดล้อม การใช้ประโยชน์ของพื้นที่ การจัดการด้านความปลอดภัยเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว (*,**)	
S8 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างครบถ้วน บริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบสาธารณสุข สถานบริการน้ำมัน ธนาคาร ตู้กดเงินสด ไปรษณีย์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อ อย่างเพียงพอและทั่วถึง (*,**)	

ตาราง 119 (ต่อ)

โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย วิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Opportunities)	อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย วิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ (Threats)
O1 นโยบายของรัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ การสัมผัส การได้เห็น (*,**)	T1 เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ภาครัฐมีมาตรการในการเดินทางระหว่างจังหวัดและระหว่างประเทศ ลดการขนส่งสาธารณะ และใช้มาตรการ Social Distancing ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจในสายธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภท (*,**)
O2 กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนที่เน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (*,**)	T2 ความไม่มั่นคงทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยววันน้อยลง (*)
O3 รัฐบาลมีนโยบายให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมมากขึ้น เนื่องจากส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้เดินทางท่องเที่ยว เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมในประเทศไทย (*)	T3 ระบบเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ประชาชนมีรายได้ไม่คงที่ ทำให้ต้องจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้ในการชีวิตประจำวัน (*,**)
O4 เป้าหมายของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม มีลักษณะโดดเด่น และกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่จะเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว (*)	T4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่มีแนวโน้มที่ลดลงเนื่องจากความกังวลในเรื่องของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้นักท่องเที่ยวมีความวิตกกังวลในเรื่องของปัญหาด้านสุขภาพ (*,**)
	T5 ศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีขีดจำกัดในเรื่องของภาษาต่างประเทศและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (*,**)

หมายเหตุ: * หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

** หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ TOWS Matrix

เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ตาราง 120 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)		กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)	
SO1	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น	WO1	พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่กระจายอย่างทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว
SO2	พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิดการพักค้างแรมระยะยาว	WO2	พัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
SO3	ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย	WO3	ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการตลาดแบบออนไลน์
SO4	พัฒนาที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย และจัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันระหว่างเครือข่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์	WO4	พัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกันภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก เข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางเรือ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศ และได้รับประสบการณ์โดยตรง
SO5	พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ	WO5	พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
SO6	พัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรม	WO6	ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ตาราง 120 (ต่อ)

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)		กลยุทธ์เชิงรับ (WT)	
ST1	ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่	WT1	ส่งเสริมให้คนในชุมชน อาสาสมัคร พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ การใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
ST2	ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	WT2	สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ
ST3	ยกระดับสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พร้อมกับยกระดับมาตรฐานด้านสาธารณสุขโรคและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	WT3	ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำตลาดในรูปแบบใหม่ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม
ST4	ส่งเสริมการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัล		

จากการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix สามารถสรุปเป็นแนวทางในการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ภายใต้อารมณ์ POETRY



ภาพ 43 แนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

จากรูปแบบ POETRY สามารถนำมาอธิบายความหมายและรายละเอียด ดังตาราง 121

**ตาราง 121 สรุปแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่**

ตัวย่อ	คำศัพท์	ความหมาย	รายละเอียด
P	Policy	นโยบาย แนวทาง หลักการ และวิธีการ อันแนบแน่น	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ได้แก่ SO1 – SO6
O	Organization	ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของพัฒนาจัดการ ร่วมกันอย่างมีมาตรฐาน	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ได้แก่ WO1 – WO6
E	Education	การให้ความรู้กับคนในพื้นที่พร้อมเป็น ทูตประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ได้แก่ ST1 – ST4
T	Tradition	ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิต ของคนในท้องถิ่น	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ได้แก่ WT1 – WT3
R	Resource	ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องเพื่อการบริหาร จัดการที่ดี	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ได้แก่ SO1, SO4 และ SO6 และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ได้แก่ ST1, ST2, ST3 และ ST4
Y	Yield	ผลตอบแทน การสร้างรายได้ และความ เข้มแข็งให้กับชุมชน	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ได้แก่ WO6 และ กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ได้แก่ WT1, WT2 และ WT3

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พบประเด็นที่สำคัญที่
สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้ศึกษา ดังนี้

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่**

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ศักยภาพการตลาดแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการ
โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ด้านการขาย ด้านการตลาดทางตรง และด้านการตลาด
โดยการจูงใจกิจกรรมพิเศษ พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี
ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ยังได้รับการประชาสัมพันธ์ได้ไม่ดี

เท่าที่ควร ควรจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ ในทุกช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2564) ที่ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: นวัตกรรมการเคลื่อนย้ายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังเติบโตขึ้น ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่มีแต่เพียงนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง และปานกลางอย่างแต่ก่อนเท่านั้นที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวรายได้น้อย ในตลาดล่างก็มีความสนใจเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ได้สนใจแต่เพียงไปดูและไปเรียนรู้ที่ไม่มีการทำ กิจกรรมใด ๆ พวกเขาต้องการที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการสร้างสรรค์เพื่อทดสอบ ศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง พวกเขาต้องการมีส่วนร่วมกับการใช้ชีวิตของคนในชุมชน เป็นโอกาสให้ท้องถิ่นที่ไม่มีทุนทางโครงสร้าง แต่มีทุนทางวัฒนธรรม สามารถใช้ทรัพยากร ทางวัฒนธรรม ทั้งด้านวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี งานศิลปหัตถกรรม การแสดง การทำอาหาร การละเล่น กีฬา และกิจกรรมอื่น ๆ มาดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ โดยการ พัฒนาพื้นที่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายสำหรับการร่วมกิจกรรมการสร้างสรรค์ ภาคชุมชน ที่จะเป็นผู้สอน ผู้นำกิจกรรมการสร้างสรรค์ โดยมองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการ ท่องเที่ยวเชิงสืบสานที่จะดำรงวัฒนธรรมที่แท้จริงของท้องถิ่นให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังสอดคล้องกับ สุภัทรา บุญปัญญาโรจน (2563) ได้ศึกษาเรื่อง วรรณกรรมกับการท่องเที่ยว: เศรษฐกิจ (การท่องเที่ยว) สร้างสรรค์จากฐานรากวัฒนธรรม การสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ผ่านทาง วรรณกรรมแล้วดัดแปลงเป็นการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคัดเลือกวรรณกรรมที่มีความโดดเด่น และการดัดแปลงใช้เพื่อการท่องเที่ยวควรผ่านการวิเคราะห์จากแนวคิดสัมพันธบท ชุมชน มีความเกี่ยวข้องกับวรรณกรรมนั้น ๆ ผู้สื่อความหมายเข้าใจสาร จากวรรณกรรมที่ต้องการ สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยการดัดแปลงการท่องเที่ยว จากวรรณกรรมแต่ละกิจกรรม จำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยว ให้ชัดเจนว่าเป็นผู้สนใจอ่านวรรณกรรมนั้น ๆ อยู่แล้วหรือเพื่อสื่อความหมายให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่ว ไปเพื่อที่จะเลือกสารจากวรรณกรรม นำไปดัดแปลงให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ประเด็นหนึ่งที่พึงให้ ความสำคัญยิ่ง คือ พึงระมัดระวังอย่าให้นักท่องเที่ยวเหมารวมว่า แหล่งท่องเที่ยวจาก วรรณกรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวจากวรรณกรรม เรื่องเล่า ณ แหล่งท่องเที่ยว จาก วรรณกรรม ของที่ระลึกการท่องเที่ยวจากวรรณกรรมเรื่องนั้น พื้นที่นั้นก็เหมือนกับวรรณกรรม อื่น พื้นที่อื่น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างอัตลักษณ์ เป็นที่ประทับใจอันก่อให้เกิดจากจดจำ

และส่งต่อไปยังผู้คนกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป นอกจากนี้ การพัฒนาให้วรรณกรรมเป็นรากฐานไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สังคมควรปลูกฝังให้คนไทยรักการอ่านให้มากขึ้น อ่าน (Reading) ในที่นี้คือทำความเข้าใจและตีความทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวรรณกรรมที่มีเพื่อการใช้ประโยชน์ต่อการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว โดยผ่านความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเข้าใจวรรณกรรม แล้วนำมาออกแบบอารมณ์ และออกแบบประสบการณ์ร่วม ให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม วัฒนธรรม โดยยังสามารถดำรงเนื้อหาสำคัญ หรือสื่อความหมายถึงความโดดเด่นของวรรณกรรมนั้น ๆ ได้อย่างน่าสนใจ

ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ด้านการขาย ด้านการตลาดทางตรง และด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ ยังสอดคล้องกับ Joyeeta Chatterjee and Nigel Raylyn Dsilva (2021) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาบทบาท ของโซเชียลมีเดีย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรัฐอัสสัมและโอริสสา (A study on the role of social media in promoting sustainable tourism in the states of Assam and Odisha) พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย จะช่วยเพิ่มทัศนวิสัยและการเข้าถึงแก่ผู้เยี่ยมชมของปลายทาง และยังสอดคล้องกับ Mohammad Nayef Alsarayreh, Omar A A Jawabreh, Khalid Alkharabsheh and Mohammed Eldahamsheh (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์): (จอร์แดนเป็นกรณีศึกษา) (Tourism promotion through the Internet (Websites): (Jordan as a Case Study)) ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต ช่วยเพิ่มการแข่งขันด้านราคาการท่องเที่ยว ขณะที่การออกแบบเว็บไซต์ช่วยเผยแพร่ข้อมูล เกี่ยวกับข้อเสนอด้านการท่องเที่ยว และพิจารณาว่าการออกแบบเว็บไซต์ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มั่นใจว่าข้อมูลของข้อเสนอด้านการท่องเที่ยวมีความถูกต้อง รายงานวิจัยได้แนะนำ ให้ดำเนินการพัฒนามาตรฐานของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อไป ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุผลประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (10A's)เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (10A's) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ด้านที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับรู้ ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านลักษณะที่ปรากฏ ด้านความเชื่อมั่น

และด้านการเห็นคุณค่า พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเชื่อมต่อกันอย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีมีทุนเดิมทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ที่พักภายในจังหวัดเพชรบุรีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพราะจังหวัดเพชรบุรีมีที่พักแบบหลากหลาย สิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่ทำให้การพำนักรถและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดมีความสะดวกสบายที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า เขตพื้นที่ชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีศักยภาพของพื้นที่ ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากชุมชนท่ามะโอ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เช่น บ้านเสานัก บ้านหลุยส์ วัดประตูปอง อีกทั้งยังมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ เช่น การฟ้อนผีป๋วย่า ประเพณีตานข้าวหอมต๋อ ประเพณีตานข้าวใหม่ ประเพณีตานเปรตพลี เป็นต้น และการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมควรใช้มาตรฐานและตัวชี้วัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะชุมชนท่ามะโอเป็นชุมชนที่มีความเก่าแก่ตั้งแต่โบราณของจังหวัดลำปาง ซึ่งมีโบราณสถานหลายแห่ง และมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีความพร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยได้ศึกษา และได้หาข้อสรุปและข้อเสนอแนะ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับชุมชนและสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตได้และสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่จะต้องมีการจัดสรรบุคลากร และต้องหาหน่วยงาน ในการรับผิดชอบและส่งเสริม ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวก ในพื้นที่ชุมชนและการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ยังสอดคล้องกับ Mukhles M. Al-Ababneh (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ พบว่าเป็นรูปแบบใหม่ของความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม มรดก และการท่องเที่ยว (Creative cultural tourism as a new model of the relationship between cultural heritage and tourism) ผลการวิจัยพบว่า

ในปัจจุบันจากการศึกษาสำรวจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบใหม่ ของความสัมพันธ์ระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มรดกทางวัฒนธรรม ที่มีองค์ประกอบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ แสดงถึงส่วนสำคัญของวัฒนธรรม การท่องเที่ยว ที่มีการเปลี่ยนแปลงมากมายในการท่องเที่ยว เนื่องจากรูปแบบการบริโภครูปแบบใหม่ การท่องเที่ยว กิจกรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ จำเป็นต้อง เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมเป็นแนวคิดใหม่ของมรดกวัฒนธรรม เพราะนักท่องเที่ยว ประสบปัญหามากมาย ในวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว เชิงมวลชน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์จึงเข้ามาแก้ปัญหาเหล่านี้ นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก สุนทรภู่

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

พฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัด เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น แสดงถึง ความสนใจ ในประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งยังสนใจในเรื่องของวรรณคดีไทย และยังส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะการเดินทางตามรอย ต่าง ๆ ให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ให้เหมือนกับ การเดินทางตามรอยขอเจ้า ในละครเรื่อง บุปผะสน์นิवास ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การเดินทางตามรอยหมอลวง ในละครเรื่อง หมอลวง ที่เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2558) ได้วิจัยเรื่อง การใช้วรรณกรรม ขุนช้างขุนแผน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้ วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จะช่วยเพิ่มศักยภาพ และคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรีได้ เนื่องจาก จังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมขุนช้าง ขุนแผน เช่น มีสถานที่จริงที่กล่าวถึงในวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนที่ยังปรากฏอยู่ในปัจจุบันมี การสร้างคัมขุนแผน บ้านขุนช้าง รูปจำลอง ภาพจิตรกรรมในวรรณกรรม มีถนนสายสำคัญ ในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ตั้งชื่อตามตัวละครต่าง ๆ ในเรื่องขุนช้างขุนแผน ซึ่งมีความสอดคล้อง

ตามแนวทาง การใช้วรรณกรรม เพื่อการท่องเที่ยว และตามแนวทางตัวอย่างการดำเนินการที่ดี สามารถนำมาสร้างสรรค์ และจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนรวมถึงชุมชนในท้องถิ่น ควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ เพื่อเป็นการสร้างระบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์วรรณกรรมชุมชนช้างขุนแผน 2) นักท่องเที่ยวมีความสนใจในด้านการนำวรรณกรรมชุมชนช้างขุนแผน มาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสนใจให้มีการนำวรรณกรรมชุมชนช้างขุนแผน มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรีสนใจให้มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม และสนใจให้มีการส่งเสริม และอนุรักษ์วรรณกรรมชุมชนช้างขุนแผน ในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจ ในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับ มากที่สุด โดยต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและเน้นความเชื่อมโยง ในวรรณกรรมชุมชนช้างขุนแผน รวมทั้งมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ตามสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมชุมชนช้างขุนแผน

พฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ นั้น สอดคล้องกับอัจฉริยา วสุรัตน์ (2560) ได้วิจัยเรื่อง รามเกียรติ์กับการท่องเที่ยวไทย: การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมวรรณคดีไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้เรียนชาวต่างประเทศ โดยบทความวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมวรรณคดีไทยเรื่อง “รามเกียรติ์” สำหรับชาวต่างประเทศ ที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และเข้าใจในวรรณคดีไทยเรื่องรามเกียรติ์ที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า วรรณคดีไทยเรื่องรามเกียรติ์ ซึ่งสัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของไทย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1) รามเกียรติ์: จิตรกรรมฝาผนังในวัดพระแก้ว 2) รามเกียรติ์: ประติมากรรมรูปยักษ์ 3) รามเกียรติ์: การแสดงโขน และ 4) รามเกียรติ์: การท่องเที่ยว การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมวรรณคดีไทย เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นการสร้างหนังสือที่จะเสริมสร้างทักษะทางการอ่าน และเพิ่มพูนความรู้วรรณคดีไทยที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเรื่องรามเกียรติ์ ได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว ที่เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย และยังช่วยให้ชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของไทยที่มีชื่อเสียงอีกด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 วิเคราะห์แนวทางในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด (10P) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services) ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Specifically) และด้านความเข้าใจ (Perception Strategy) โดยภาพรวม พบว่า จังหวัดเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภท มีอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าของฝากที่ระลึก สินค้าเบ็ดเตล็ดที่มีเอกลักษณ์ และมีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีรู้สึกมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทย แบบปรกติใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัย และสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด สรุปในภาพรวม ของบทความ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ สิ่งใหม่ ที่ยังเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญคือ การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนไปสู่ New Normal ที่ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจการบริการใหม่ (New Business Norms) เช่นกัน ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เช่น การให้บริการทางด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยจากโควิด-19 ถึงแม้ว่าจะส่งผลกระทบต่อยรายได้ แต่ก็เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ขณะที่ผู้ประกอบการหลายราย เผชิญกับสภาพคล่องที่จำกัด ทำให้ยังต้องระมัดระวังควบคุมรายจ่าย โดยให้ผลต่อการบริการน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในสต็อกสินค้า การจ้างงาน หรือการจัดกิจกรรมการตลาด ที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น และยังสอดคล้องกับคิวิธิดา ภูมิวรมน (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม พบว่า ด้านลักษณะกายภาพ

และการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) ต้องมีการบริหารจัดการพื้นที่พัฒนาเส้นทางหลัก และเส้นทางรอง ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความหลากหลายและโดดเด่นด้านวัฒนธรรมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ด้านราคา (Price) ราคาค่าบริการทางการท่องเที่ยวก็ไม่แพงมาก ด้านกระบวนการ (Process) มีกระบวนการทำงานและการบริการที่ดีแต่ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ (Place) สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ด้านบุคลากร (People) ต้องมีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและการบริการให้เพียงพอ และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต้องส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงรุก (SO : Strength + Opportunity)

ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นสถานที่ที่มีอยู่จริง ตั้งแต่สมัยของกวีเอกสุนทรภู่ และยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1: การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการฟื้นฟู ทำนุ บำรุง เผยแพร่วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและพัฒนาสินค้าชุมชน

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. ฟื้นฟู ทำนุบำรุง เผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้มีลักษณะที่โดดเด่น
2. ฟื้นฟู ทำนุบำรุง เผยแพร่วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว



ภาพ 44 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 1

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 2: การพัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิดการพักค้างแรมระยะยาว

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่

กลยุทธ์ที่ 2: การพัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เกิด การพักค้างแรมระยะยาว

โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่

ภาพ 45 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 2

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

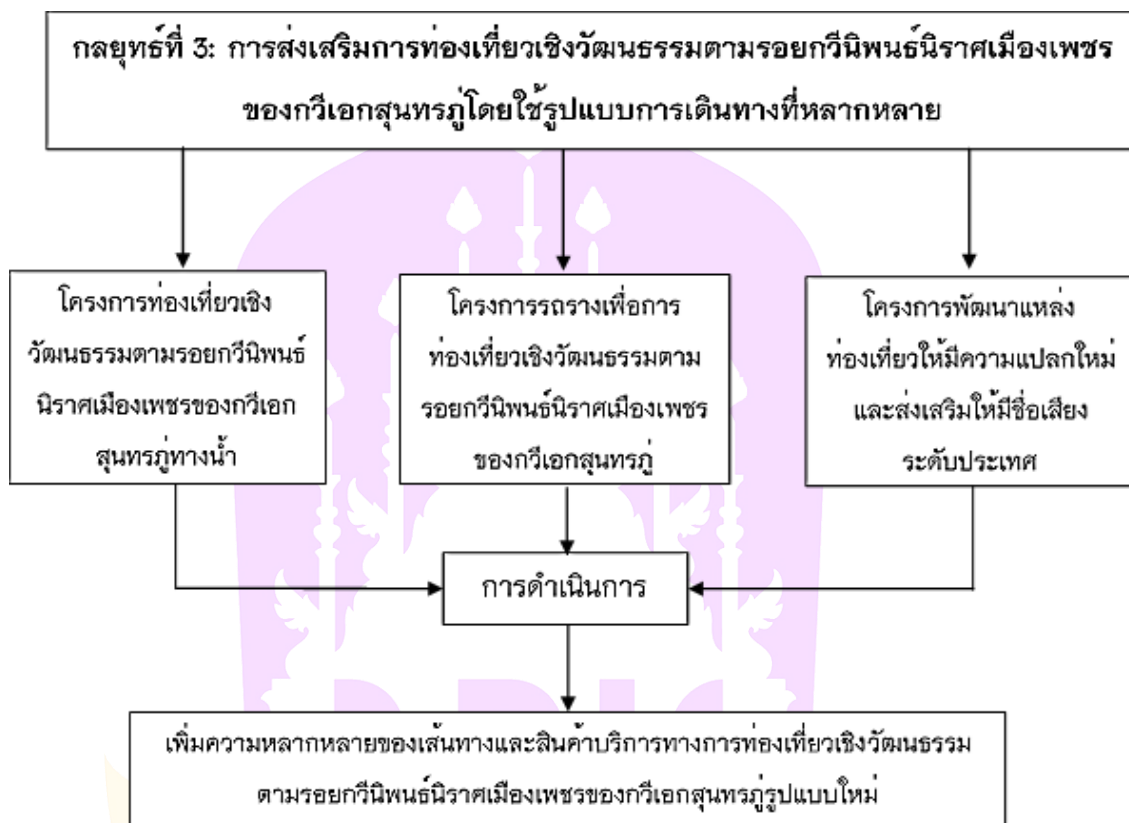
กลยุทธ์ที่ 3: การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่โดยใช้รูปแบบการเดินทางที่หลากหลาย

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางน้ำ
2. โครงการรถรางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแปลกใหม่และส่งเสริมให้มีชื่อเสียงระดับประเทศ

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่



ภาพ 46 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 3

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 4: การพัฒนาที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย และจัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันระหว่างเครือข่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์

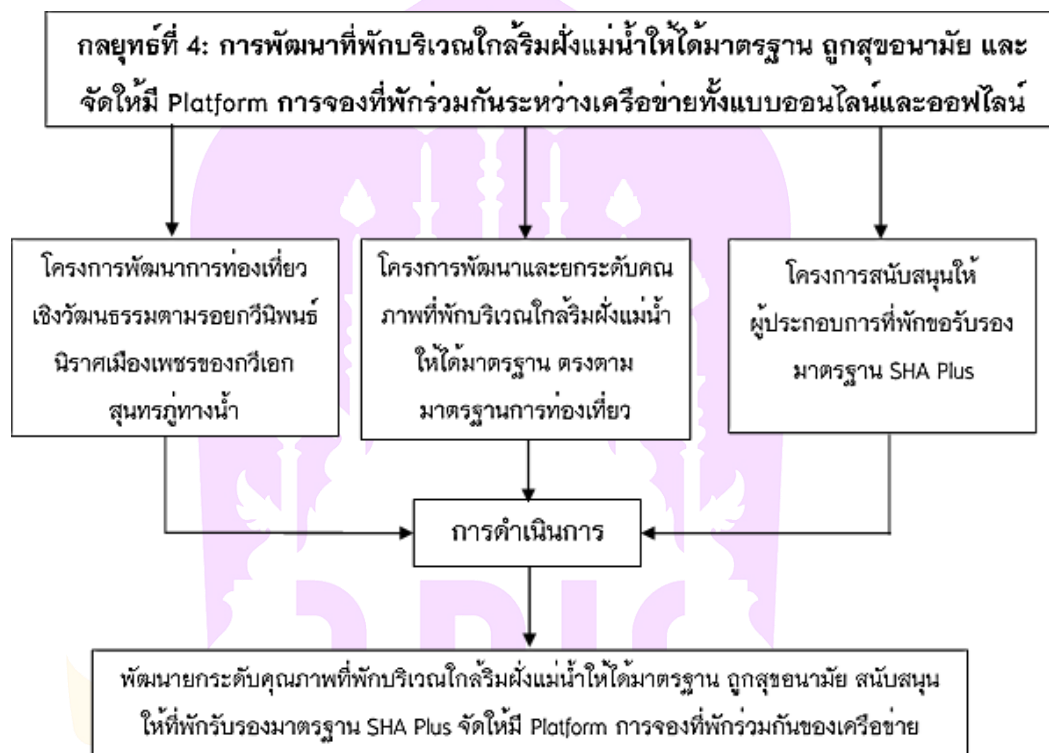
ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทางน้ำ
2. โครงการพัฒนาและยกระดับคุณภาพที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐานตรงตามมาตรฐานการท่องเที่ยว

3. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่พักรับรองมาตรฐาน SHA Plus

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนาระดับคุณภาพที่พักบริเวณใกล้ริมฝั่งแม่น้ำให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย สนับสนุนให้ที่พักรับรองมาตรฐาน SHA Plus จัดให้มี Platform การจองที่พักร่วมกันของเครือข่าย



ภาพ 47 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 4

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 5: การพัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการพัฒนาแพ็คเกจการขายแบบครบวงจรกับตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนาการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่



ภาพ 48 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 5

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 6: การพัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เพื่อสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์ของกวีเอกสุนทรภู่สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรม

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการส่งเสริมการสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้กับคนไทย

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า
2. พัฒนาแพ็คเกจการขายการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่แบบครบวงจรและส่งเสริมกิจกรรมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อสร้างค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว



ภาพ 49 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์ที่ 6

**ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strength +
Threats)**

ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอย ผ่าน
สถานที่จริง และออกแบบกิจกรรมที่ปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีการกำหนดกลยุทธ์
แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแนว
ทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอก
สุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวี
นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งระบบให้มีขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ
เทคโนโลยีดิจิทัล และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
2. โครงการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่สนับสนุนให้บุคลากรเพิ่มสมรรถนะขั้นพื้นฐาน

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศ
เมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ทั้งระบบให้มีขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยี
ดิจิทัล และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการ
ของตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ
กวีเอกสุนทรภู่
2. สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนให้บุคลากร
เพื่อสมรรถนะขั้นพื้นฐานและได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานตามลักษณะของตำแหน่งงาน
พัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและทักษะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
อย่างยั่งยืน



ภาพ 50 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 1

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

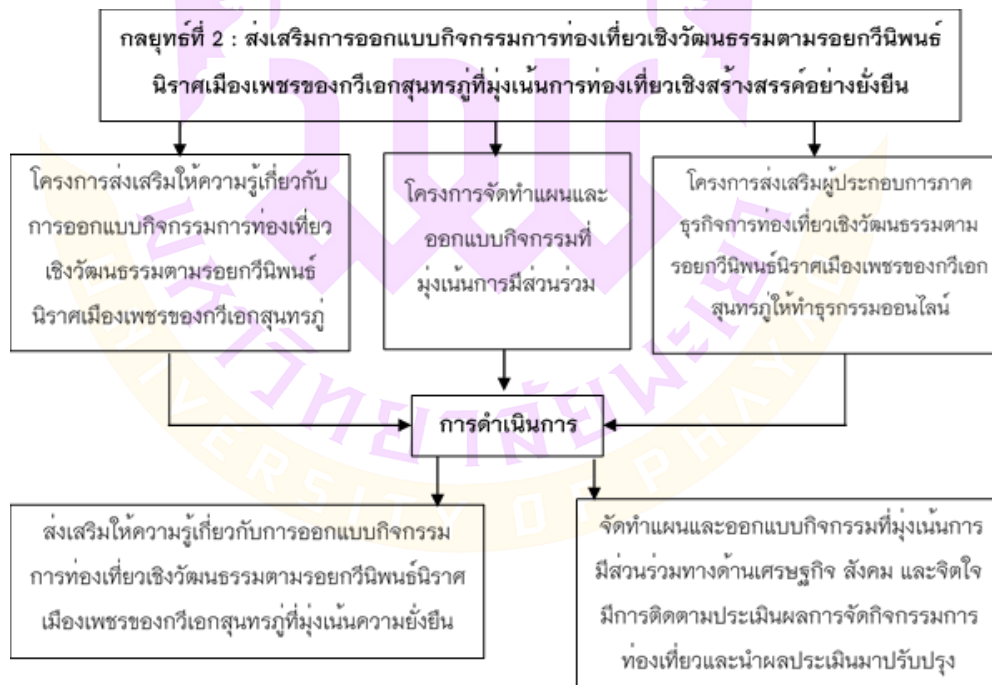
กลยุทธ์ที่ 2: ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการจัดทำแผนและออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม
3. โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้ทำธุรกรรมออนไลน์

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. ส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน
2. จัดทำแผนและออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตใจ มีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและนำผลประเมินมาปรับปรุง



ภาพ 51 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 2

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

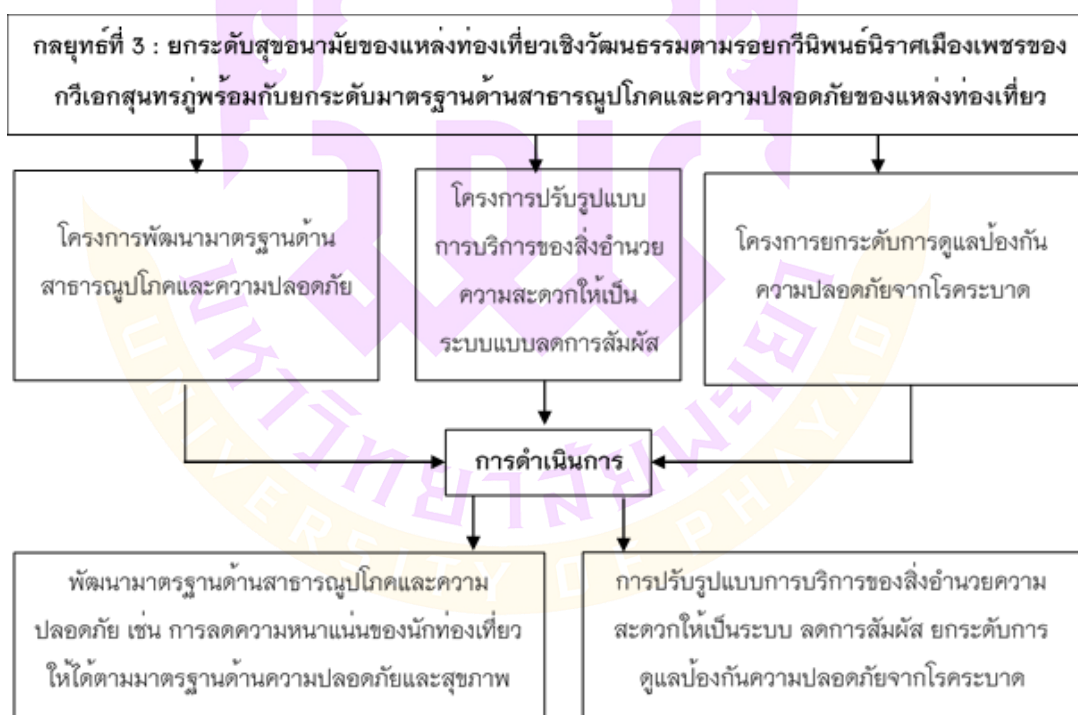
กลยุทธ์ที่ 3: ยกระดับสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่พร้อมกับยกระดับมาตรฐานด้านสาธารณสุขโปคและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนามาตรฐานด้านสาธารณสุขโปคและความปลอดภัย
2. โครงการปรับปรุงแบบการบริการของสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นระบบแบบลดการสัมผัส
3. โครงการยกระดับการดูแลป้องกันความปลอดภัยจากโรคระบาด

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนามาตรฐานด้านสาธารณสุขโปคและความปลอดภัย เช่น การลดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวให้ได้ตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขภาพ
2. การปรับปรุงแบบการบริการของสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นระบบ ลดการสัมผัส ยกระดับการดูแลป้องกันความปลอดภัยจากโรคระบาด



ภาพ 52 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 3

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 4: ส่งเสริมการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัล

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและทักษะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการการติดตามและประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. โครงการออกแบบหลักสูตรและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในรูปแบบดิจิทัลให้กับบุคคลและผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. ออกแบบหลักสูตรและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบดิจิทัลให้กับบุคคลและพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. พัฒนาศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวในรูปแบบออนไลน์บนดิจิทัลแพลตฟอร์มและเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบทันทีทันใด
3. ส่งเสริมผู้ประกอบการภาคธุรกิจให้ทำธุรกิจออนไลน์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสังคมไร้เงินสด



ภาพ 53 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) กลยุทธ์ที่ 4

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

**ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Weakness +
Opportunity)**

ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของ กวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นการสร้างเครือข่าย ยกกระดับขีดความสามารถ
ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้การเดินทาง
ของนักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกรสบาย โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการ
ตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนา
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1: พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่กระจายทั่วถึงทุกแหล่ง
ท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการสะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ
กวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการส่งเสริมการจัดนิทรรศการหมุนเวียน (Travelling Exhibition) นิทรรศการ
ภาพถ่าย (Photo Exhibition)
3. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านงานบท
กวีนิพนธ์และวัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทย

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสะท้อนอัตลักษณ์การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่และรวบรวม
เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของท่านสุนทรภู่
2. สร้างการรับรู้เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยผ่านชีวิตคนในท้องถิ่น ส่งเสริม
การจัดนิทรรศการหมุนเวียน (Travelling Exhibition) นิทรรศการภาพถ่าย (Photo Exhibition)
3. การส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านงานบทกวี
นิพนธ์และวัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทย



ภาพ 54 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 1

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 2: พัฒนาความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

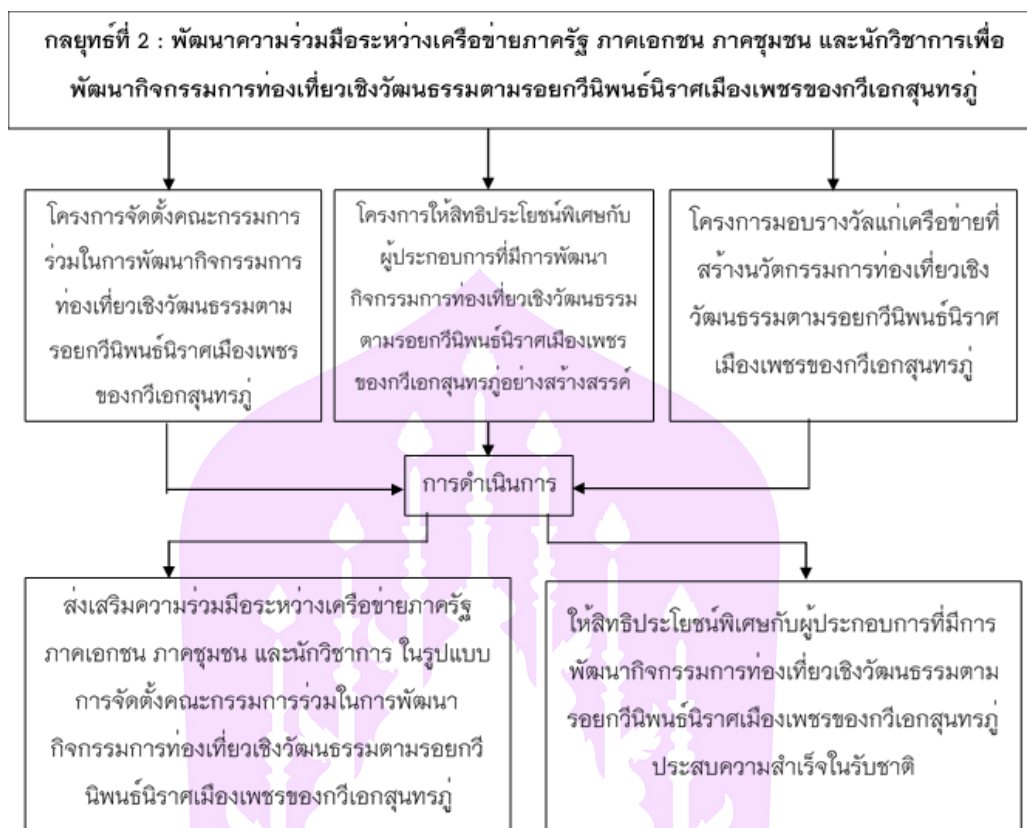
ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการให้สิทธิประโยชน์พิเศษกับผู้ประกอบการที่มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อย่างสร้างสรรค์
3. โครงการมอบรางวัลแก่เครือข่ายที่สร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ ในรูปแบบการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. ให้สิทธิประโยชน์พิเศษกับผู้ประกอบการที่มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ประสบความสำเร็จในระดับชาติ





ภาพ 55 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 2

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

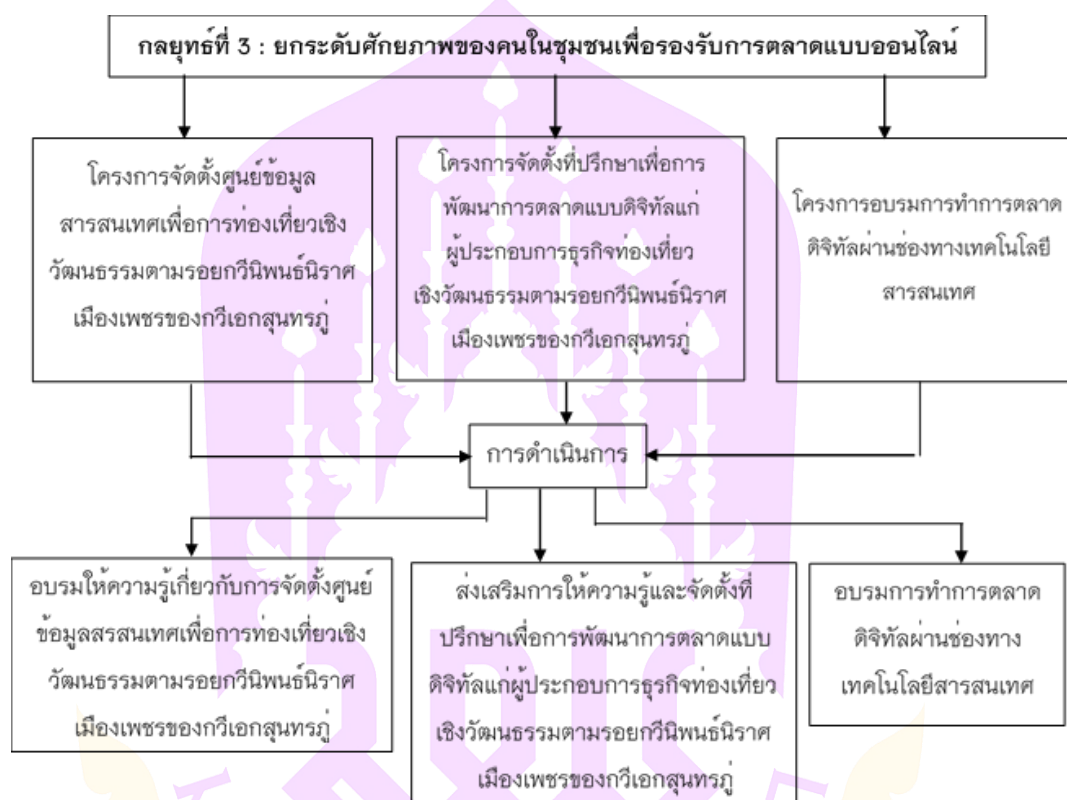
กลยุทธ์ที่ 3: ยกย่องศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อรองรับการตลาดแบบออนไลน์ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. โครงการจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อการพัฒนาการตลาดแบบดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. โครงการอบรมการทำตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

2. ส่งเสริมการให้ความรู้และจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อการพัฒนาการตลาดแบบดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. อบรมการทำการตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ



ภาพ 56 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 3

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 4: พัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกันภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวกเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางเรือ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศและได้รับประสบการณ์โดยตรง

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมภายในท้องถิ่น
2. โครงการยกระดับคุณภาพในระบบสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

3. โครงการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมพื้นฐานสำหรับคนทั้งมวล

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมภายในท้องถิ่น เช่น การพัฒนาระบบการขนส่งมวลชนภายในท้องถิ่น
2. ยกระดับคุณภาพในระบบสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. พัฒนาโครงสร้างการคมนาคมพื้นฐานสำหรับคนทั้งมวล เช่น ผู้สูงอายุ หญิงตั้งครรภ์ ผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย





ภาพ 57 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 4

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

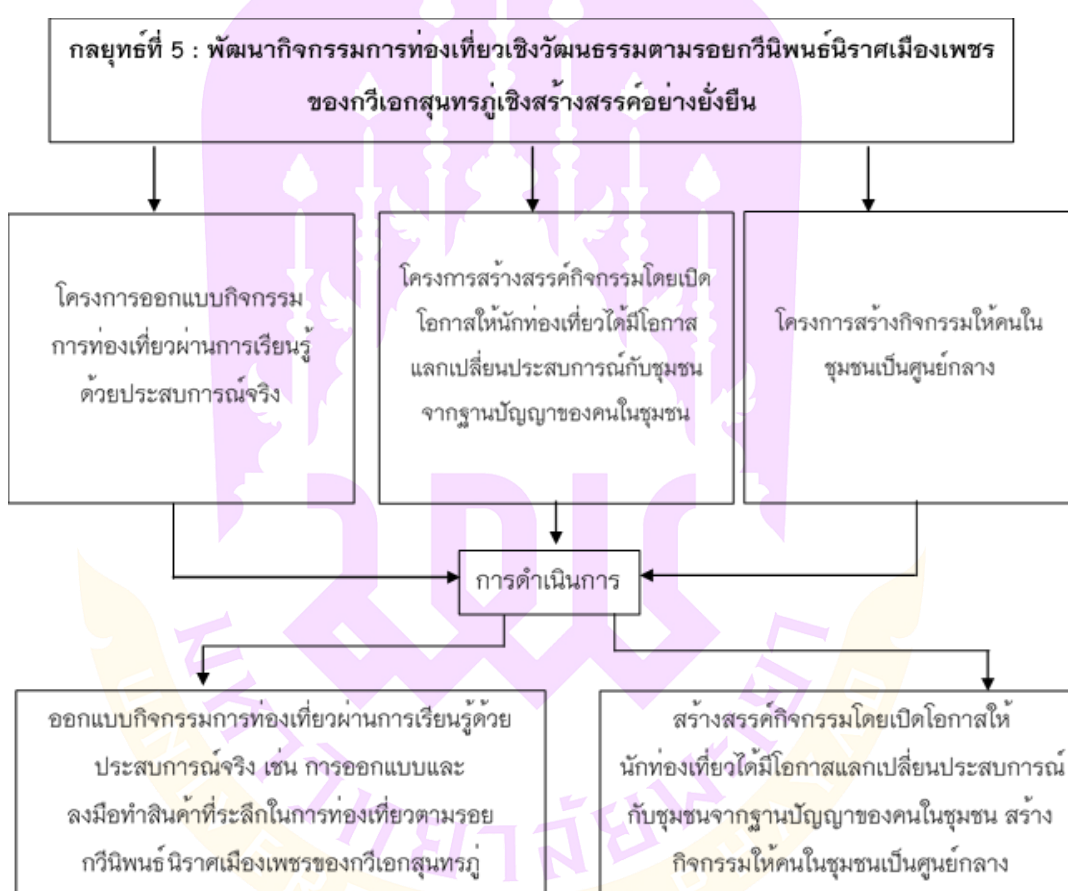
กลยุทธ์ที่ 5: พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง
2. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนจากฐานปัญญาของคนในชุมชน
3. โครงการสร้างกิจกรรมให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง เช่น การออกแบบและลงมือทำสินค้าที่ระลึกในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. สร้างสรรค์กิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนจากฐานปัญญาของคนในชุมชน สร้างกิจกรรมให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง



ภาพ 58 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 5

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 6: ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง
2. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนจากฐานปัญญาของคนในชุมชน
3. โครงการสร้างกิจกรรมให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. จัดตั้งกลุ่มและส่งเสริมการค้าหัตถ์ของกวีเอกสุนทรภู่ผ่านการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
2. สร้างการตระหนักรู้และตระหนักจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว
3. สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่รูปแบบใหม่และมีความหลากหลายของกิจกรรมเพื่อสร้างความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลการท่องเที่ยว





ภาพ 59 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์ที่ 6

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

**ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ตามกลยุทธ์เชิงรับ (WT: Weakness +
Threat)**

ผู้วิจัยได้แนวทางที่ 4 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ โดยเน้นส่งเสริมให้คนในชุมชนเรียนรู้ในด้านภาษากว้างขึ้น
มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาด โดยมีการกำหนด
กลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์ และโครงการที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไป
ตามแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของ
กวีเอกสุนทรภู่ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1: ส่งเสริมให้คนในชุมชน อาสาสมัคร พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ
การใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับการขยายตัว
ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายหลัง
สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์
การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
2. โครงการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการ
ใช้สื่อออนไลน์ การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
3. โครงการกำหนดมาตรฐานทักษะในการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ท้องถิ่น
ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์
การให้บริการ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมอบรม รวมถึงการจัดตั้ง
สถาบันเฉพาะ
2. เพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้มีทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้สื่อออนไลน์
การให้บริการ รวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี กำหนดมาตรฐานทักษะอาชีพบุคลากร
ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่
สอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
3. จัดให้มีการรับรองมาตรฐานทักษะในการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นใน
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่



ภาพ 60 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) กลยุทธ์ที่ 1

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

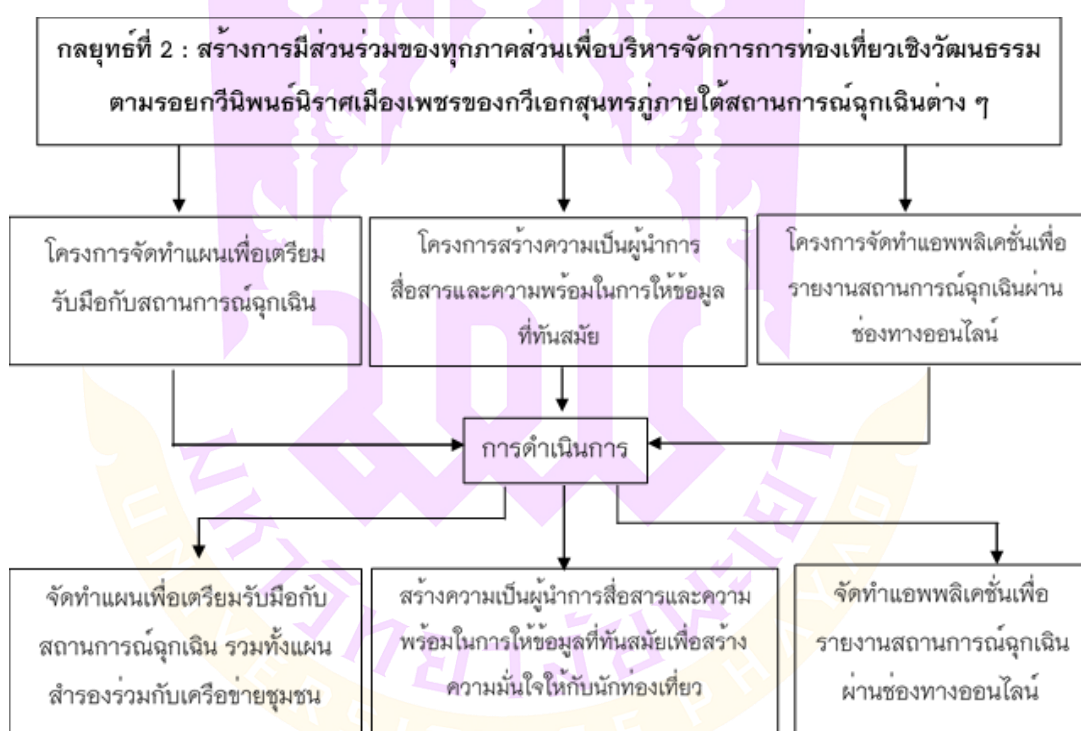
กลยุทธ์ที่ 2: สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ

ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดทำแผนเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน
2. โครงการสร้างความเป็นผู้นำการสื่อสารและความพร้อมในการให้ข้อมูลที่ทันสมัย
3. โครงการจัดทำแอปพลิเคชันเพื่อรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินผ่านช่องทางออนไลน์

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. จัดทำแผนเพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมทั้งแผนสำรองร่วมกับเครือข่ายชุมชน
2. สร้างความเป็นผู้นำการสื่อสารและความพร้อมในการให้ข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว
3. จัดทำแอปพลิเคชันเพื่อรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินผ่านช่องทางออนไลน์



ภาพ 61 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) กลยุทธ์ที่ 2

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

กลยุทธ์ที่ 3: ค้นหาแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม

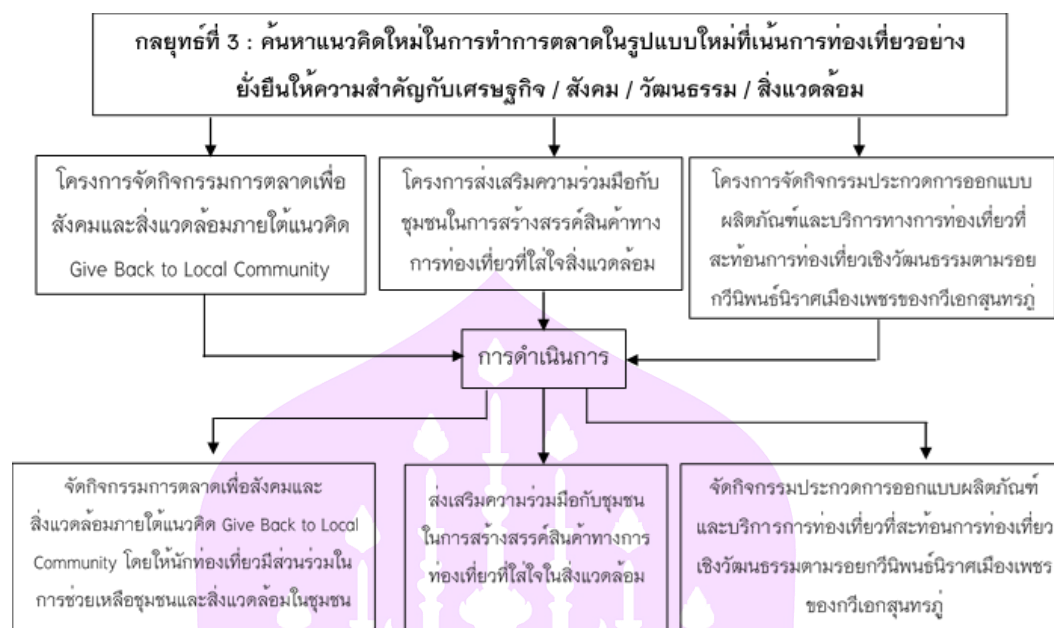
ประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด Give Back to Local Community
2. โครงการส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
3. โครงการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่สะท้อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. จัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิด Give Back to Local Community โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสิ่งแวดล้อมในชุมชน
2. ส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม
3. จัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่สะท้อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่





ภาพ 62 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) กลยุทธ์ที่ 3

ที่มา: ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษานี้พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจในการนำไปศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่

1. ควรทำการศึกษาต่อเนื่องทุกปี เพื่อความความเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. ควรศึกษาการท่องเที่ยวในแบบอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น
3. งานวิจัยในอนาคตมุ่งศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ เช่น ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยวิถีวัฒนธรรมเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจในการนำไปศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
2. ควรทำการศึกษาต่อเนื่องทุกปี เพื่อความความเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
3. ควรศึกษาการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น
4. ควรมีงานวิจัยในอนาคตมุ่งศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ เช่น ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรี
5. ควรมีการศึกษาการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดยุคดิจิทัลของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่



บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2558-2560

ออนไลน์. สืบค้นจาก www.tceb.or.th 15 สิงหาคม 2565.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **วธ.ต่อยอด CEOWORLD จัดอันดับไทยติดอันดับ 5 ประเทศ**

ยอดเยี่ยมในโลกที่มีอิทธิพลด้านมรดกวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2564, จาก

<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/39165>

กิตติภักดิ์ ฐิโนทัย. (2562). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่ก่อให้เกิด**

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัด

สมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพฯ.

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2661). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโอ อำเภอ**

เมือง จังหวัดลำปาง. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน

มกราคม – มิถุนายน 2561.

จักรพงษ์ สีสานาศิริ และธัญวรัตน์ สุวรรณะ. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรม**

ทางการเงินบนสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์น

เอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กันยายน – ธันวาคม 2561.

จักรวัชร ศิริวรรณ. (2554). **แนวคิด ความสำคัญ และกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์.** สืบค้นเมื่อ 3

ตุลาคม 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/437659>

จิตกวี กระจำนเม และสุดหล้า เหมือนเดช. (2562). **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัด**

นครปฐม ไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นลาว

ครั้งบ้านทุ่งผักกูดไทยทรงดำ บ้านไผ่หู่ช้างและไทยจีนตลาดบางหลวง. รายงานวิจัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. นครปฐม.

ชญัญ วงษ์วิภาค. (2545). **ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.เอกสารการสอนชุดวิชา**

ประสบการณ์ วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ชนิสรา กุลสันติวงศ. (2564). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.

ชัชณะ เดชटना. (2563). **การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 4.0.** คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ.

ชัชณะ เดชटना. (2565). **A Structural Equation Model for Developing and Promoting Creative**

Tourism in Thailand. Journal of positive School Psychology, Vol. 6 No. 4 (2022).

ณัฐฐิตา ทองอุปการ และณิชากรันต์ ตันตินิกุล. (2562). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง**

- วัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนบ้านบุ.** บทคัดย่อ รายวิชาโครงการปริญญาตรี
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- ครุณี อัครปรีชา. (2552). **การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร.** สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2564, จาก
www.ismed.or.th
- ทราเวลกระปุก. **ตามรอยบุพเพสันนิวาส ที่ยลพบุรี กับที่เที่ยวทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์.** สืบค้นเมื่อ
29 ตุลาคม 2564, จาก <https://travel.kapook.com/view189852.html>
- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). **แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสาน**
กรณีศึกษาวัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตต์วัฒนา.(2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพฯ: เพลส แอนด์ ดีไซน์.
- ปาริฉัตร อึ้งจะนิล. 2554. **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน รูปแบบ**
ตลาดเก่า กรณีศึกษา ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ. การศึกษา อิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ภูริต รัชตะภูวินทร์. (2560). **แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน**
จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและ
โรงแรม มหาวิทยาลัยพะเยา.จังหวัดพะเยา.
- มานะศิลป์ ศรทรงงค์. (2563). **แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองของจังหวัด**
เชียงราย. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัยพะเยา.จังหวัดพะเยา.
- เมเนเจอร์ออนไลน์. (2550). **ตามรอย ‘สามก๊ก’-ชมมรดกโลกแดนมังกร.**
<https://mgronline.com/china/detail/9500000038428>
- รวิวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2560). **แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีและการรับรู้ที่มีอิทธิพล**
ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร.
- วิไลวรรณ สว่างแก้ว. (2561). **อิทธิพลภาพลักษณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และ**
แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. การ
ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์. (2564). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน.** วารสาร
สมาคมนักวิจัย. ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2564. หน้า 244 – 256. สมาคมนักวิจัย.
กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **การจัดการและพฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์
- ศิริธิดา ภูมิวิรมน. (2562). **แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2562.
- ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช. (2563). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่**. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 4 เล่ม 1 มกราคม – เมษายน 2021. หน้า 12 – 24. สมาคมหลวงพ่อบัณฑิต.
- สมปรารถนา พรหมช่วย. (2552). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของคลินิกศัลยกรรมความงาม “เมโกะคลินิก”**. การศึกษาเฉพาะบุคคล นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมาน รังสิโยกฤษฎ์. (2544). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล**. สวัสดิการสำนักงาน ก.พ. กรุงเทพฯ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580**. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.nesdc.go.th>
- สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี. (2561). **แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.2561-2565**. สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2564, จาก <http://phetchaburi.go.th>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2551). **รายงานสรุปสถานการณ์โรงแรมและการท่องเที่ยวภายในประเทศ**. กรุงเทพฯ:สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). **แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (5) ประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561 – 2580)**. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564, จาก <http://hscr.nesdb.go.th>
- สุชาติ รักเกื้อ. (2560). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลนครชุม อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร**. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4 สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. วันที่ 22 ธันวาคม 2560
- สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์. (2563). **วรรณกรรมกับการท่องเที่ยว: เศรษฐกิจ (การท่องเที่ยว) สร้างสรรค์จากฐานรากวัฒนธรรม**. บทความวิชาการ วารสารมนุษยศาสตร์ ฉบับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2563. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. บริษัท ดวงกลมสสมี จำกัด. กรุงเทพมหานคร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัทชีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2565). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: นวัตกรรมและการเคลื่อนย้ายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มทร.พระนคร. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2564). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ.
- อภิญา รบไ. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) สาขาวิชาการ

- สารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ. อภิลักขณ์ เกษมผลกุล. (2559). **การสำรวจและศึกษาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “ตามรอยวรรณคดีนิราศเรื่องพระปฐมของสุนทรภู่” ในจังหวัดนครปฐม นนทบุรี และกรุงเทพมหานคร**. รายงานวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). กรุงเทพมหานคร.
- อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี และศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. (2558). **การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี**. วารสารวิชาการ ฉบับ มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2558). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.
- อมราวดี คำบุญ และดลฤทัย ไกวรรณกุล. (2556). **การประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็ก อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี**. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 8(2), 3–22
- อัจฉริยา วสุนันต์. (2560). **รามเกียรติ์กับการท่องเที่ยวไทย: การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมวรรณคดีไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้เรียนชาวต่างประเทศ**. วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์. ปีที่ 12 ฉบับที่ 23 มกราคม – มิถุนายน 2560 หน้า 37–49.
- อัจฉริยา วสุนันต์. (2560). **รามเกียรติ์กับการท่องเที่ยวไทย: การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมวรรณคดีไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้เรียนชาวต่างประเทศ**. วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 12 ฉบับที่ 23 มกราคม – มิถุนายน 2560. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. สมุทรปราการ.
- โอษฐ์ญา บัวธรรม. (2564). **เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมพื้นบ้านอีสาน: ร้อยเรื่องเมืองยโสธร**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2564. มหาวิทยาลัยร้อยเอ็ด. ร้อยเอ็ด.
- Anya Chapman. (2020). **Heritage Attractions, Competitive Pressures And Aqdaptation: The Case of The British Seaside Pier**.
- Atsuko Hashimoto. (2020). **Life Beyond Growth Rural Depopulation Becoming The Attraction in Nagoro, Japan’s Scarecrow Village**. Business Review, January–February, 79–87.
- Doganer, S. (2013). **Cultural Heritage Tourism Research: A Sustainable Community–Based Design Project for The San Antonio Mission Historic District**.
file:///C:/Users/centr/Downloads/encyclopedia–01–00007–v4.pdf
- Greg Richards. (2561). **Cultural Tourism: A Review of Recent Research And Trends**.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TRC–09–2020–0017/full/html>
<https://www.refaad.com/Files/IJHTS/IJHTS–1–1–4.pdf>
https://www.researchgate.net/publication/228414318_Tourism_Promotion_through_the_Internet_WbsitesJordan_as_a_Case_Study

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677018300755>
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2020.1798971>
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2020.1806288>
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2020.1807556>
<https://www.witpress.com/Secure/elibrary/papers/SDP13/SDP13018FU1.pdf>

Joyeeta Chatterjee and Nigel Raylyn Dsilva. 2021. **A Study on The Role of Social Media in Promoting Sustainable Tourism in The States of Assam And Odisha.**

Keith Kay Hin Tan & Camelia Kusumo. (2020). **Designing for Authenticity: The Rise of ‘Bathic’ Church Architecture And Its Impact on Balinese Identity And Tourism.**

Kotler, P. (2000). **Marketing Management (The millennium ed.).** New Jersey: Prentice Hall International.

Kotler, P. (2003). **Marketing Insights From A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know.** John Wiley & Sons.

Marios Sotiriadis. 2020. **Tourism Destination Marketing: Academic Knowledge.**

Mohammad Nayef Alsarayreh, Omar A Jawabreh, Khalid Alkharabsheh & Mohammed Eldahamsheh.

(2011). **Tourism Promotion Through The Internet (Websites): (Jordan as A Case Study).**

Mukhles M. Al-Ababneh. (2020). **Creative Cultural Tourism as A New Model of The Relationship Between Cultural Heritage And Tourism.**

Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2000). **Co-opting customer competencies,** Harvard

Zahra Shiran, Neda Torabi Farsani & Mohammad Ali Rajaie Rizi. (2019). **Isfahan as A Destination for Promoting Historical Nostalgia Tourism with An Emphasis on World War II Memories.**

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2020.1808663>



ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอย

กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ รูปแบบ ความต้องการ แนวโน้ม และปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์บทบาทของกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ต่อการสร้างกระแสส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้จังหวัดเพชรบุรี และเพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดกรุณาให้สัมภาษณ์โดยผู้วิจัยจักนำข้อมูลสำคัญที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ส่วนที่ 2 ด้านการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนที่ 3 ด้านการพัฒนารูปแบบประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนที่ 4 ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

แบบสัมภาษณ์

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี

ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

Strategies to Promote Cultural Tourism of Petchaburi Province

Through the Trails of Travel Poetry: Niras Meung Petch

by Sunthonphu, a Renowned Poet

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ชื่อ-สกุล).....
 ตำแหน่ง.....
 สถานที่ทำงาน.....
 เบอร์โทรศัพท์..... Email.....
 ไลน์.....
 ประสบการณ์ในการทำงาน.....
 วัน/เดือน/ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....
 สถานที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 2 ศักยภาพด้านการตลาดแบบบูรณาการ ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตาม รอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

2.1 ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์
 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่
 ดีพอหรือไม่ อย่างไร

☐ ดีพอ / ครบถ้วนสมบูรณ์

☐ ควรพัฒนา ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

☐ สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้ง

Facebook, Instagram, TikTok, Website ของจังหวัด ตำบล หรือชุมชน เป็นต้น

☐ สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ เช่น หนังสือพิมพ์, วารสาร,
 แผ่นพับ, โปสเตอร์, ใบปลิว เป็นต้น

2.2 ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการขาย ของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

☐ ดีพอ / ครบถ้วนสมบูรณ์

☐ ควรพัฒนา ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

☐ การขายแบบออนไลน์ (E-Commerce) ของบริษัททัวร์ หรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อจะเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่าย

☐ การขายแบบออฟไลน์ เช่น การขายโปรแกรมท่องเที่ยวจากบริษัทโดยตรง, ชุมชนขายโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเอง

2.3 ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดทางตรงของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

☐ ดีพอ / ครบถ้วนสมบูรณ์

☐ ควรพัฒนา ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

☐ การตลาดแบบออนไลน์ (E-Commerce)

☐ การตลาดแบบออฟไลน์

2.4 ท่านคิดว่าศักยภาพด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ดีพอหรือไม่ อย่างไร

☐ ดีพอ / ครบถ้วนสมบูรณ์

☐ ควรพัฒนา ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

☐ การจัดกิจกรรมเนื่องในวันพิเศษ หรือวันสำคัญต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

☐ การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.5 จังหวัดเพชรบุรีจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวได้หรือไม่ เพราะอะไร

☐ เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว

☐ ควรพัฒนา ในเรื่องของ (โปรดระบุ)

2.6 ท่านคิดว่าจังหวัดเพชรบุรีมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่อะไรที่น่าสนใจในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

☐ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ใน**ตำบลคลองกระแชง** อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

☐ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ใน**ตำบลบ้านแหลม** อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

☐ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ใน**ภาพรวม**ของจังหวัดเพชรบุรี

2.7 จังหวัดเพชรบุรีมีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง

☐ ดีพอแล้ว / ครบถ้วนสมบูรณ์

☐ ควรพัฒนา ในเรื่อง (โปรดระบุ)

2.8 คนในจังหวัดเพชรบุรีมีส่วนร่วมในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรมีการแก้ไขอะไรบ้าง

☐ ดีพอแล้ว / ครบถ้วนสมบูรณ์

☐ ควรพัฒนา ในเรื่อง (โปรดระบุ)

2.9 คนในจังหวัดเพชรบุรีมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่มากพอแล้วหรือยัง ควรดำเนินการอย่างไรเพื่อเพิ่มความรู้ให้ชุมชน

☐ มากพอ / ครบถ้วนสมบูรณ์

☐ ควรแก้ไข ในเรื่อง (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 ด้านการพัฒนาคำประกอบของการท่องเที่ยว (10A's) ของยุทธศาสตร์
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมือง
เล พ ช ร
ของกวีเอกสุนทรภู่

3.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยกวี
นิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีดีพอแล้วหรือยัง ต้องเพิ่มเติมอะไร
หรือไม่

- ☐ ดีแล้ว / ครบถ้วนสมบูรณ์
- ☐ ควรเพิ่มเติม ดังนี้

3.2 สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์
นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัดเพชรบุรีมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว
ให้มีประสบการณ์ที่ประทับใจได้หรือไม่ ต้องมีการพัฒนาอะไรเพิ่มเติม

- ☐ ประทับใจ
- ☐ ควรพัฒนาเพิ่มเติม ดังนี้

3.3 กิจกรรม (Activities) ขณะที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีการทำกิจกรรมหรือไม่
และควรมีการส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไข หรือเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง

- ☐ มีการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และควรส่งเสริมกิจกรรมต่อไป
- ☐ ควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

3.4 ที่พัก (Accommodation) จังหวัดเพชรบุรีมีที่พักทั้งด้านประเภทและด้านราคา
ที่หลากหลาย เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่พักต่างกันหรือไม่ ต้องการ
พัฒนาอะไรเพิ่มเติม

- ☐ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
- ☐ ไม่เพียงพอ และควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

3.5 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในจังหวัดเพชรบุรีมีการบริการต่าง ๆ ที่จะ
ทำให้การพำนักและท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ในจังหวัด
มีความสะดวกสบายหรือไม่ เพียงใด

- ☐ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
- ☐ ไม่เพียงพอ และควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

3.6 การรับรู้ (Awareness) จังหวัดเพชรบุรีมีสิ่งที่จะเสริมสร้างประสบการณ์แห่งความสุขจากการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ เช่น ร้านอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม และชีวิตกลางคืน ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจหรือไม่

☐ พึงพอใจเป็นอย่างมาก

☐ ไม่พึงพอใจ และควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

3.7 การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรี มีให้บริการธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงและมากเพียงพอหรือไม่ ควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

☐ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

☐ ไม่เพียงพอ และควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

3.8 ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีครั้งแรกและตลอดเวลาการเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางเหล่านั้นมีความสมบูรณ์พร้อมหรือไม่ ควรพัฒนาด้านใด

☐ มีความสมบูรณ์ พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

☐ ไม่มีความสมบูรณ์ และควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

3.9 ความเชื่อมั่น (Assurance) ในแหล่งท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ของจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

☐ ปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

☐ ไม่ปลอดภัย และควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

3.10 การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกจากการให้บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดเวลาในการท่องเที่ยวตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ดีเพียงพอหรือไม่ และควรพัฒนาเพิ่มเติมอย่างไร

☐ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

☐ ไม่เพียงพอ และควรมีการปรับปรุงหรือพัฒนา ดังนี้

ส่วนที่ 4 ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการ
พัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอย
กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

4.1 อะไรคือจุดแข็งของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

4.2 อะไรคือจุดอ่อนของยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
เพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

4.3 อะไรคือโอกาสที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่เติบโต

4.4 อะไรคืออุปสรรคที่จะทำให้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ไม่เติบโตเท่าที่ควร

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ตามรอย

กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาสถานการณ์ รูปแบบความต้องการ แนวโน้ม และปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ในปัจจุบัน รวมถึงเพื่อวิเคราะห์บทบาทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และเพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดกรุณาให้สัมภาษณ์ เพื่อผู้วิจัยจักนำข้อมูลสำคัญที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการส่งเสริมการตลาด (10P Marketing Mix)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. อายุ

☐

น้อยกว่า 20 ปี

☐

20 – 35 ปี

☐

36 – 50 ปี

☐

มากกว่า 50 ปี

3. การศึกษา

☐

ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐

สูงกว่าระดับปริญญาตรี

4. สถานภาพ

☐

โสด

☐

สมรส

☐

หม้าย/หย่าร้าง

5. อาชีพ

☐

นักเรียน/นักศึกษา

☐

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐

พนักงานบริษัทเอกชน

☐

ธุรกิจส่วนตัว

☐

อาชีพอิสระ

☐

อื่น ๆ.....

6. รายได้ต่อเดือน

☐

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

☐

15,001 – 30,000 บาท

☐

30,001 – 45,000 บาท

☐

มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีผ่านทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี

☐ 1 ครั้ง

☐ 2 ครั้ง

☐ มากกว่า 2 ครั้ง

2. บุคคลที่ร่วมเดินทาง

☐ คนเดียว

☐ ครอบครัว

☐ กลุ่มเพื่อน

☐ บริษัทเจ้านายเที่ยว

☐ กลุ่มหน่วยองค์กร

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวท่านมักจะพักอยู่ที่วัน

☐ น้อยกว่า 2 วัน

☐ 2 – 4 วัน

☐ มากกว่า 4 วันขึ้นไป

4. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

☐ รถยนต์ส่วนตัว

☐ เครื่องบิน

☐ รถโดยสารประจำทาง

☐ รถเช่า/รถตู้

☐ รถบริษัทนำเที่ยว

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐ 10,001 – 15,000 บาท

☐ 15,001 – 20,000 บาท

☐ มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป

6. สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (โดยเรียงลำดับ จาก 1 – 3)

☐ ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล

☐ ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน ฯลฯ

☐ สถานที่พักผ่อน เช่น โรงแรม รีสอร์ท

☐ อาหารคาว – หวาน

☐ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

☐ ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ

7. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ (โดยเรียงลำดับ จาก 1 – 3)

☐ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	☐ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
☐ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	☐ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
☐ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	☐ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
☐ การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	☐ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

8. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ (โดยเรียงลำดับ จาก 1 – 3)

☐ ไหว้พระ ทำบุญ	☐ เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริมชายหาด
☐ ชิมอาหาร ทำขนม	☐ การเดินป่า Walk rally การปีนเขา
☐ กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ปั้นดินให้ด้ง	☐ ถ่ายรูป ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน
☐ ท่องเที่ยวตามรอย	☐ เที่ยววัด ชมวัง นั่งรถเล็งชมเมือง

9. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ (โดยเรียงลำดับ จาก 1 – 3)

- ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล ถ้ำ สวนตาล
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด วัง ศาลเจ้า
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชนเผ่า สมบัติปแม่น้ำเพชร พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัดพลับพลาชัย ศาลาคามวาสี
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร เช่น แหล่งผลิตขนม แหล่งผลิตอาหารพื้นเมือง
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา อาหารเพื่อสุขภาพ
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางเชิงสร้างสรรค์ เช่น Street Art, ปั้นดินให้ด้ง, ฐานสวนดอกไม้คลองกระแซง
- ☐ แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน เช่น ชุมชนบ้านบางครก ชุมชนพระนครคีรี ชุมชนคลองกระแซง ชุมชนพระปรางค์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (10P Marketing Mix)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)					
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว					
2. สินค้าของฝากของที่ระลึก และสินค้าเบ็ดเตล็ดมีเอกลักษณ์					
3. อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีเอกลักษณ์					
4. มีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานพระนครคีรี ภูเขาบ้านไทยทรงดำ					
ด้านราคา (PRICE)					
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า					
2. ราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม					
3. มีป้ายกำกับราคาสินค้าราคาอาหาร และการบริการอย่างชัดเจน					
4. ภาพรวมด้านราคาในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ					
2. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย					
3. สินค้าในพื้นที่สาธารณะสามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์					
4. นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
2. การนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว					
3. สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. นักท่องเที่ยวรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัดนิทรรศการจากประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี					
ด้านบุคคล (People)					
1. เจ้าหน้าที่ที่มีความเพียงพอในการปฏิบัติงาน					
2. แหล่งท่องเที่ยวมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง					
3. เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว					
4. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็วและมีความปลอดภัย					
ด้านกายภาพ (Physical Evidence)					
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
2. แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยว					
3. บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม					
4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา					
ด้านกระบวนการ (Process)					
1. ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน					
2. การบริหารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการด้านการจราจร การแบ่งพื้นที่ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นสัดส่วนชัดเจน เป็นต้น					
3. ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและขอความร่วมมือปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว					
4. แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ					
ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)					
1. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการเป็นอย่างดี					
2. เจ้าหน้าที่มีความมั่นใจในการให้บริการเป็นอย่างดี					
3. เจ้าหน้าที่มีความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
4. เจ้าหน้าที่มีการตอบสนองต่อการให้บริการเป็นอย่างดี					
ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)					
1. เจ้าหน้าที่มีทักษะ ความรู้ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว					
2. เจ้าหน้าที่มีความสามารถทางภาษาอย่างน้อย 2 ภาษา					
3. เจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
4. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี บุคลิกภาพที่ดีในการบริการ					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)					
1. เจ้าหน้าที่เข้าใจกระบวนการในการปรับปรุงกรรมในการท่องเที่ยว					
2. เจ้าหน้าที่มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์					
3. เจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแบบกระชับ ได้ใจความ					
4. เจ้าหน้าที่เข้าใจสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว 1.1 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดียออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น 1.2 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี จากกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 1.3 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากบทเรียนที่ท่านเคยเรียนในอดีต 1.4 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี จากการบอกเล่าของบรรพบุรุษ และบุคคลในชุมชน 1.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัย					
2. ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต 2.1 ท่านคิดว่าวัฒนธรรมและสังคมในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ 2.2 ท่านคิดว่าวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีเสน่ห์ 2.3 ท่านคิดว่าการแต่งกายของชาวบ้านและชนเผ่าในท้องถิ่นนั้นได้รับการอนุรักษ์อย่างดี 2.4 ท่านคิดว่าสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างที่มีความเก่าแก่และทรงคุณค่าทางวัฒนธรรมได้รับการดูแลรักษาอย่างดี					

การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2.5 ท่านคิดว่าผู้คนในท้องถิ่นเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวและมีน้ำใจ					
3. ด้านสถานที่โดยรวม					
3.1 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์					
3.2 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม					
3.3 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีศิลปะที่หลากหลาย					
3.4 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีวัดที่สวยงามน่าเยี่ยมชม					
3.5 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศ					
4. ด้านแหล่งท่องเที่ยว					
4.1 ท่านรู้สึกได้พักผ่อนระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี					
4.2 ท่านรู้สึกได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี					
4.3 ท่านรู้สึกได้รับความรู้มากขึ้น จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี					
4.4 ท่านรู้สึกได้รับความสุข ความเป็นสิริมงคลจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี					
4.5 ท่านรู้สึกว่าคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีความเป็นมิตรไมตรีกับนักท่องเที่ยว					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการทำแบบสอบถาม

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

ภาคผนวก ค ผู้ให้ข้อมูลหลัก



ผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาครัฐ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการวางแผน การบริหารจัดการ การกำกับดูแล รับผิดชอบการส่งเสริม และการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ภาครัฐ จำนวน 4 ท่าน ได้แก่

1. นายณัฐชัย	นำพูลสุขสันต์	ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี
2. นายอัศวินชัย	เทพาลิต	ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
3. นางสาวจามจุรี	อนุรัตน์	ประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี
4. นางสาวคณิง	ไชยสีอนาม	วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคเอกชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดเพชรบุรี ที่มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลงทุน การค้า การบริการ การสนับสนุน และให้ความร่วมมือกับภาครัฐ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 8 ท่าน ได้แก่

1. นายสุวรรณ	พวงมาลัย	ผู้อำนวยการศาลาคามวาสี
2. นายณัฐ	สมบูรณ์กันต์วัฒน์	มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และเจ้าของบริษัทกันต์วัฒน์ กรุ๊ปทัวร์ แอนด์แทรเวล จำกัด
3. นายปรีดา	บุญประเสริฐ	เจ้าของร้านแม่กิมไล้
4. นายปัทมกร	จรรยงค์	เจ้าของสพายดีรีสอร์ท
5. นายกิตติพงษ์	ฟิ่งแดง	เจ้าของฟิฟิธภัณฑ์สมบัติแม่น้ำเพชร
6. นายเอนก	อยู่สนาน	เจ้าของศูนย์เรียนรู้บ้านเพื่อนศิลป์ ดินไธเดีย
7. นายพันธ์ธัช	หิรัญจิรวงศ์	ประธานหอการค้าจังหวัดเพชรบุรี

8. นางสาวพรกนก อยู่ทองคำ

เจ้าของร้านโคโค่การ์เด็น ตำบลบางครก
อำเภอบ้านแหลม

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคชุมชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี เป็นผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้านต่อการบริการและการพัฒนาส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มรดก ภูมิปัญญา และสิ่งล้ำค่าที่มีในชุมชนท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี อันประกอบด้วย

ประชาชนในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม จำนวน 3 คน ได้แก่

1. นายสมพงษ์	หนูศาสตร์	ผู้ใหญ่บ้าน และประธานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพเกลือทะเลกังหันทอง
2. นางสาวลักขี	กลั่นกระสังข์	สำนักงานคณะกรรมการบริหารส่วน ตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม
3. นายเอกชัย	เดชอุดม	ประชาชนในพื้นที่

ประชาชนในพื้นที่อำเภอเมือง จำนวน 6 คน ได้แก่

1. พระครูปลัดสุวัฒนพรหมวุฒิคุณ (ถวิล ฉนฺทโกโร)	เจ้าอาวาสวัดพลับพลาชัย	
2. นายกิตติพงษ์	เทพพานิช	นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเพชรบุรี
3. นายชัยยะ	อังกินันท์	นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบุรี
4. นายอภิรัตน์	สิบสกุล	ศิลปินอิสระเมืองเพชร ด้านจิตรกรรม และประติมากรรม
5. นายปฏิภาณ	ธีระวรชาติ	นักอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
6. นายสุเมธี	อินทรเนตร	นักเทคโนโลยีสารสนเทศอิสระ เพื่อการ เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคนักวิชาการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี เป็นนักวิชาการที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการ การพัฒนา และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจำนวน 9 คน ได้แก่

1. ศาสตราจารย์ภิกขาน ล้อม เพ็งแก้ว	ปราชญ์เมืองเพชร
2. นายทวีโรจน์ กล่ำกล่อมจิตต์	นักวิชาการอิสระ
3. อาจารย์พัทยศ เพชรวงษ์	อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยา บุรณกุล	อาจารย์ด้านการตลาด
5. รองศาสตราจารย์ ดร.อรรณพ วุฒิ	อาจารย์ด้านวัฒนธรรม
6. ดร.เอี่ยมพร ไตภาณุรักษ์กุล	อาจารย์ด้านประวัติศาสตร์
7. อาจารย์แสนประเสริฐ ปานเนียม	อาจารย์ด้านภาษาไทย
8. อาจารย์ฐานิสส์ พรรณารายณ์	NGO ด้านวัฒนธรรม
9. อาจารย์สันฐาน ภิรมนัส	NGO ด้านวัฒนธรรม



ภาคผนวก ง การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบทดสอบ (Content Validity Rest)



ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content Validity Rest) ซึ่งมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental Process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้แก่

- 1.1 ดร.เจษฎา ความคื่นเคย
รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
- 1.2 ดร.อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- 1.3 ดร.ดวงดาว โยชิตะ
ประธานหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการเชิงวัฒนธรรม คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น
- 1.4 ดร.นิตินันท์ ศรีสุวรรณ
หัวหน้างานวิจัยและพัฒนา ฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะศิลปศาสตร์
อดีตผู้อำนวยการกองวิชาการและพัฒนาคณาจารย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 1.5 ดร.ปณณวีร์ วิเศษสุนทรสกุล
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน

นักวิชาการ และองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO)

เรื่อง ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอย

กวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาสถานการณ์ รูปแบบความต้องการ แนวโน้ม และปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีในปัจจุบัน รวมถึงเพื่อวิเคราะห์บทบาทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีผ่านทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ และเพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดกรุณาให้สัมภาษณ์ เพื่อผู้วิจัยจักนำข้อมูลสำคัญที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีผ่านทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการส่งเสริมการตลาด (10P Marketing Mix)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตารางวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1	เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
2	อายุ ☐ น้อยกว่า 20 ปี ☐ 20 – 29 ปี ☐ 30 – 39 ปี ☐ 40 – 49 ปี ☐ 50 – 59 ปี ☐ ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3	การศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4	สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย/หย่าร้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
5	อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ อาชีพอิสระ ☐ อื่น ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
6	รายได้ต่อเดือน ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 15,001 – 20,000 บาท ☐ 20,001 – 25,000 บาท ☐ 25,001 – 30,000 บาท ☐ 30,001 – 35,000 บาท ☐ 35,001 – 40,000 บาท ☐ มากกว่า 40,001 บาท	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดเพชรบุรีผ่านทางกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1	จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี ☐ 1 ครั้ง ☐ 2 ครั้ง ☐ มากกว่า 2 ครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
2	บุคคลที่ร่วมเดินทาง ☐ คนเดียว ☐ ครอบครัว ☐ กลุ่มเพื่อน ☐ บริษัทเจ็ดนาเที่ยว ☐ กลุ่มหน่วยองค์กร ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
3	ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวท่านมักจะพัก อยู่กี่วัน ☐ น้อยกว่า 2 วัน ☐ 2 – 4 วัน ☐ มากกว่า 4 วันขึ้นไป	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
4	ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ☐ รถยนต์ส่วนตัว ☐ เครื่องบิน ☐ รถโดยสารประจำทาง ☐ รถเช่า/รถตู้ ☐ รถบริษัทนำเที่ยว ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
5	ท่านมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 15,001 – 20,000 บาท ☐ 20,001 – 25,000 บาท ☐ 25,001 – 30,000 บาท	0	+1	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
6	สิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ ความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล ☐ ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด วัง โบราณสถาน ฯลฯ ☐ สถานที่พักแรม เช่น โรงแรม รีสอร์ท ☐ อาหารคาว – หวาน ☐ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ☐ ประเพณี งานเทศกาลต่าง ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
7	รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ☐ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ☐ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ☐ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ☐ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ☐ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	+1	+1	+1	-1	+1	1.0	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
	☐ การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ☐ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา							
8	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ ไหว้พระ ทำบุญ ☐ เล่นน้ำทะเล เดินเล่นริมชายหาด ☐ ชิมอาหาร ทำขนม ☐ การเดินป่า Walk rally การปีนเขา ☐ กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ปั่นดินให้ดัง ☐ ถ่ายรูป ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน ☐ ท่องเที่ยวตามรอย ☐ เที่ยววัด ชมวัง นั่งรถเล็งชมเมือง	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
9	แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล ถ้ำ สวนตาล ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด วัง ศาลเจ้า ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชนเผ่า สมบัติปแม่น้ำเพชร พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ วัดพลับพลาชัย ศาลาคามวาสี ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร เช่น แหล่งผลิตขนม แหล่งผลิตอาหารพื้นเมือง ☐ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา อาหารเพื่อสุขภาพ ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางเชิงสร้างสรรค์ เช่น Street Art, ปั่นดินให้ดัง, ฐานสวนดอกไม้คลองกระแซง	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
	☐ แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน เช่น ชุมชนบ้านบางครก ชุมชนพระนคร คีรี ชุมชนคลองกระแซง ชุมชนพระ ปรารค์							

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (10P Marketing Mix)

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
	คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมาก ที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก) 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด							
1	ด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)							
	1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมใน การรองรับนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	2. สินค้าของฝากของที่ระลึก และ สินค้าเบ็ดเตล็ดมีเอกลักษณ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	3. อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมี เอกลักษณ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	4. มีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น งานพระนครคีรี หมู่บ้านไทยทรง ดำ	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
2	ด้านราคา (PRICE)							
	1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมี ความคุ้มค่า	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	2. ราคาสินค้าของฝากของที่ระลึกมี ความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
	3. มีป้ายกำกับราคาสินค้าราคาอาหารและการบริการอย่างชัดเจน	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	4. ภาพรวมด้านราคาในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)							
	1. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้
	2. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงได้ง่าย	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	3. สินค้าในพื้นที่สาธารณะสามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางปรรษณีย์	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	4. นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักร้านอาหาร กิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)							
	1. มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	0	+1	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	2. การนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว	0	+1	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
	3. สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ	+1	+1	+1	-1	+1	0.8	ใช้ได้
	4. นักท่องเที่ยวรับรู้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรม และจัดนิทรรศการจากประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
5	ด้านบุคคล (People)							
	1. เจ้าหน้าที่ที่มีความเพียงพอในการปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	2. แหล่งท่องเที่ยวมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ในการให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	3. เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	4. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็ว และมีความปลอดภัย	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
6	ด้านกายภาพ (Physical Evidence)							
	1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
	2. แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยว	0	+1	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
	3. บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูและดูแลรักษาตลอดเวลา	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
7	ด้านกระบวนการ (Process)							
	1. ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	2. การบริหารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดการด้านการจราจร การแบ่งพื้นที่ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำ เป็นสัดส่วนชัดเจน เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	3. ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อห้ามและข้อความปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
	4. แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
8	ด้านการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Providing Quality Services)							
	1. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	2. เจ้าหน้าที่มีความมั่นใจในการให้บริการเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	-1	+1	0.8	ใช้ได้
	3. เจ้าหน้าที่มีความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
	4. เจ้าหน้าที่มีการตอบสนองต่อการให้บริการเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
9	ด้านการใช้พนักงานขายเฉพาะทาง (Personnel Strategy)							
	1. เจ้าหน้าที่มีทักษะ ความรู้ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	2. เจ้าหน้าที่มีความสามารถทางภาษาอย่างน้อย 2 ภาษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	3. เจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	4. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี บุคลิกภาพที่ดีในการบริการ	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
10	ด้านความเข้าใจ (Perception Strategy)							
	1. เจ้าหน้าที่เข้าใจกระบวนการในการปรับกิจกรรมในการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	2. เจ้าหน้าที่มีข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	3. เจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแบบกระชับ ได้ใจความ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
	4. เจ้าหน้าที่เข้าใจสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
	คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก) 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด							
1	ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว 1.1 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรศัพท์ สื่อโซเชียลมีเดียออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น 1.2 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรี จากกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ 1.3 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากบทเรียนที่ท่านเคยเรียนในอดีต 1.4 ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีจากการบอกเล่าของบรรพบุรุษและบุคคลในชุมชน 1.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีความปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความสอดคล้อง					ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
2	ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิต 2.1 ท่านคิดว่าวัฒนธรรมและสังคมในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ 2.2 ท่านคิดว่าวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้นมีเสน่ห์ 2.3 ท่านคิดว่าการแต่งกายของชาวบ้านและชนเผ่าในท้องถิ่นนั้นได้รับการอนุรักษ์อย่างดี 2.4 ท่านคิดว่าสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างที่มีความเก่าแก่และทรงคุณค่าทางวัฒนธรรมได้รับการดูแลรักษาอย่างดี 2.5 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีวัดที่สวยงามน่าเยี่ยมชม 2.6 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3	ด้านสถานที่โดยรวม 3.1 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ 3.2 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม 3.3 ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบุรีมีศิลปะที่หลากหลาย	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ภาคผนวก จ ภาพการลงพื้นที่ตามนิราศเมืองเพชร



การเดินทางตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร ของกวีเอกสุนทรภู่
จากปากคลองบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม
ถึงปลายทางที่วัดมหาธาตุ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี



ไปครูหนึ่งถึงเขาตะศิลา
มีอาวาสวิมวาทา
มะพร้าวรอบขอบที่บริเวณ
พลจวนพลพิกัดก่อนสำราญ
ขึ้นลานวัดที่คณาจารย์
ศิลาตติยเนินเนินสิงขร
พฤษภออกดอกอรชร
หอมขจรสำราญ
ได้สร้างน้ำชำระพระสัมฤทธิ์
ถวายอุปถัมภ์ศึกษา
ขอเคอะพระสัมฤทธิ์พิสดาร
ท่านเขียวขจรเขียวช่วยด้วยสักครั้ง
ให้ได้แทนแทนทรงสักวงหนึ่ง
กับแพะซึ่งหอมทั้งให้ลมหวัง
แม้แต่ดั่งของสิ่งเห็นจริง
และดั่งดั่งขจรศรีมีละคร
ทั้งเขียนเงินเขียนทองของเสวย
เทมือนเขาเคยบูชาที่สิงขร
สาธุละพระสัมฤทธิ์ประสิทธิ์พร
ให้ได้แทนทุกหมู่เทมือนชุก



พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามวัดนี้ว่า วัดพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช

แล้ววันทาเสวยบงเหลิมเขา
พอบังเจาแต่ร่มทั้งลมตก
ออกนาวาทางบ้านบางครก
มะพร้าวตูดตูดต่างสองข้างคลอง



พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามวัดนี้ว่า วัดพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช

แต่พักทองร้องเรียกว่าน้ำเต้า
พักเขียวเล่าเรียกว่าขีพรวาแดง
ส่วนเลี้ยงวัววัวได้กินแรง
แต่เลี้ยงแปรงเปรี้ยวไม่รู้จักตัว



พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามวัดนี้ว่า วัดพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช

ถึงบ้านใหม่ไถ่ถามตามสงสัย
ว่ายังไกลอยู่หรือบ้านท่านขุนแขวง
ไม่บอกก่อนย้อนถามเป็นความแค้น
จะพายแรงหรือว่านายจะพายเบา
ถ้าพายหนักสักครู่นี้ก็ถึงดอก
สำนวนนอกน้ำเพชรแล้วเข็ดเขา
บ้างให้ผาวกราวเปรี้ยวเขียวข้าวเบา
บ้างดั่งเตาเดียวตาลพานอุทุม



พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามวัดนี้ว่า วัดพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช

ถึงบางกุ่มทุ่งแก่งลาวแซ่ซ้อง
มีบ้านสองฟากข้ามนามประทุม
ข้างซ้ายมือชื่อบ้านสะพานยายน่ม
น้ำไคร้ขมิ้นเจ็ดคุดคร่ำพิ้ง
อย่างไรหรือชื่อเขื่อนนั้นขึ้นหนักหนอ
หรือแก่งลัดจะให้นึกว่าลึกถึง
ถึงบ้านโพธิ์ไฉนนักไปลึกซึ่ง
เคยมาพึ่งพิกร้อนแต่ก่อนไร



สำนักงานวัฒนธรรม
โครงการนิทรรศการ

ถึงต้นตาลบ้านตุนหม่อมมุนนาท
เมื่อยามยากจนมาได้อาศัย
มารดาเจ้าครูพระวังหลังครุได
มาทำไร่ทำนาทำนการณ



สำนักงานวัฒนธรรม
โครงการนิทรรศการ

ถึงอารามนามที่กุฎีทอง
ดูเรือรอร่องไรจนไปสยวิหิต
ริมอารามข้ามน้ำสะพาน
นมัสการเดินมาในวารี



สำนักงานวัฒนธรรม
โครงการนิทรรศการ

ถึงคั้งเคี้ยวเลี้ยวลัดชื่อคุด้อย
ค่อยคล่องแคล่วแลวับึงพริบพริ
ได้เขียนเขียนเรือนบ้านทุ่งนพ
ด้วยศิกลาวครว้นแอบรรดิ
แล้วอ่าลาตาดิใจละชาต
สงเรือคุดทอดท่าหน้าสะพาน
แล้วไปบ้านทุ่งนพตั้งใหม่
ที่ถูกระไรได้ใจนิม

ตะวันตกด้อยคุด้าฟ้าในราศี
ประทับที่หน้าท่าพลับพลาชัย
มาปลูกปลูกปลูกปลูกปลูกปลูก
ไม่มีใครครอบครองสิ่งหม่อม
เจ้านิจาศระนวังทุ่งนพ
แสนสงสารคิยย้ายออกมา
ยังรักใคร่ครองลิตสนิทดน
เจ้ารับสมบวรณาสามักดี



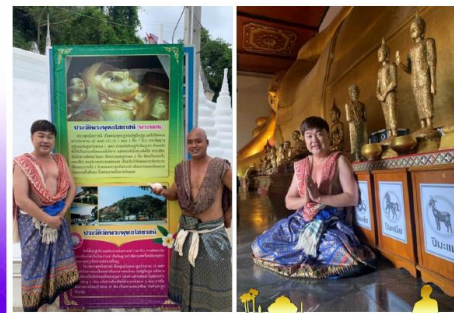
สำนักงานวัฒนธรรม
โครงการนิทรรศการ

แค่เห็นช่างกรรมอะไรที่ไหนด้อง
เฝ้าห้องๆ ทั่วๆ ปีไม่มีเหมือน
ช่างกระไรใจจิตไม่ปิดเป็นอน
จะไปเยือนเล่าก็รู้ว่าอยู่ไฟ



ภาพนี้ถ่ายมาจากแหล่งศิลปกรรม (ภาพโบราณคดี)
ภาพจากเว็บไซต์ สารานุกรมไทย
<https://th.wikipedia.org/wiki/การเขียน>

ลาธุสละพระนอนสิงขรเขา
พระพุทธรูปเจ้าทูลวงสร้างแต่ปางหลัง
ยี่สิบวาฬากันเป็นบัดดั่งก
ดูเปล่งปลั่งปัสสิมใจกระไรเลย



ภาพนี้ถ่ายจากแหล่งศิลปกรรม (ภาพโบราณคดี)
ภาพจากเว็บไซต์ สารานุกรมไทย
<https://th.wikipedia.org/wiki/การเขียน>

แล้วลตเลี้ยวเที่ยวไปบันไดอิฐ
ต่างเพลนพิศเพิงผารุกษาเขา
ลิกสันทนแสงเงาทวยทวยกันเกรว
โมกข์แมงเผ่าไม้งอกชอกศิดา



ภาพนี้ถ่ายจากแหล่งศิลปกรรม (ภาพโบราณคดี)
ภาพจากเว็บไซต์ สารานุกรมไทย
<https://th.wikipedia.org/wiki/การเขียน>

พอแต่คร่อมลายสลายลิต
เที่ยวชมทิศทุ่งทางกลางวิถี
ทั่วประเทศเขตแดนแดนพิริ
เหมือนจะเข้าไปไม่พ้นแต่ต้นตาล
ที่พวกท่านว่าโดนตบประโชชน์ทรัพย์
มิดสำหรับเห็นข้างอย่างทวาร
พะองยาวทั่ววันเป็นทะยาน
กระบะบอกศาลแฉวนกันคนละพวง
แต่ใจดีที่ว่าใครเขาไปขอ
ให้กินพออิ่มอยู่ทาบ่อนทอง
ได้ชื่นฉ่ำน้ำตาลหวานหวานทรวง
จีนเขาทูลวงเสียบเงินเงินบันได



ภาพนี้ถ่ายจากแหล่งศิลปกรรม (ภาพโบราณคดี)
ภาพจากเว็บไซต์ สารานุกรมไทย
<https://th.wikipedia.org/wiki/การเขียน>

ทั้งลือเกวียนเสียดาขลุกลาดเกลื่อน
ทุกถิ่นเถื่อนทุ่งแควนวังจันทน์
โสมนัสย์คนจนสายัณห์
แล้วพากันเข้าในป่าสาธุ
มีพระใหญ่โสมนัสย์พระบาทเพชเชศ
คนนั้นเป็นบุตรสุดตงสาร
พระพรพ้องพระเพลากร้าวราน
ได้ข่าวบ้านช่างไม้สร้างขึ้นบ้างเสย
ทั้งเนนังพ้องกับอยู่กัน
ไฉนกันมาศกเกลียดกลาย
ดูวังเวงเจิงพม่นามนช
ต่างเพ่งเนยชมชงอันเกอนคินา
เป็นเลศตมตั้งขึ้นชองมีห้องกับ
แต่สลับเลื่อนคล้ายดาดเขา
กลางคิวนิงห้อยช้อยระอ้า
คานาตุตดูตงฟุ้ง
ไฉนมาลากกรูบินมาปิ่นเถื่อน
ไม่มีเรือนแรมอยู่ในภูเขา
เลื่อนสวางต่างได้เฝ้าโสมนัส
แผ่นคินาต่างอยู่กระดุกเอน
มาเห็นน้ำน้ำดงพรวกพรวก
แต่เพือนอยากอันไฉนว่าปิ่นโสมนัส
ละปิ่นเรือนเอนเอนชองมีห้องกับ
ขอสัจไว้เกิดข้าพี่ข้าพ้อง
อันไฉนมีขี้นมขี้นมขี้นม
มิใช่ขี้นมขี้นมขี้นมขี้นม
เขาจะเล่าปิ่นดงพรวกพรวก
แต่เขาทรงเขาทั้งดงพรวก
สักสอยขมตามทุกถิ่นปิ่น
เสียงแล้วคำสอยเสียงเสียงเสียง
ไฉนพ้องพ้องพ้องพ้อง
ช่างไม้เกิดเสียงสรวลพรวก



ภาพจากเว็บไซต์
พระที่นั่งมณฑล

แล้วเสี้ยวตรงวัดหน้าพระธาตุ
ดูพระปรางค์กลางอารามก็งามดี
สาธุสัพพะมหาศฤงคาร
พอไปขึ้นวันทาลาครไธ
พอเตือนคนลาดด้อยจรัลรัศมี
แต่ไม่มีเงาบ้างเป็นอย่างไร
ยังปรากฏมิได้เลือนที่เลือนไส
ลงเรือใหญ่สองมาถิงธานี



ภาพจากเว็บไซต์
พระที่นั่งมณฑล

จึงสททนายราชความตามสั่งเกตุ
ถิ่นประเทศแถวทางกลางวิถี
ให้ถ่านเล่นเป็นเรือเมืองพริบพริ
ผู้ใดมีคุณก็ได้ไปแทนคุณ
ทั้งผ้าทอม้อมเหลืองได้เป็ล้องท่ม
พระบรมมหาราชวัง
กุศลนั้นบรรดาที่การณ
รับส่วนบุญเอาเถิดท่านที่อ่านเอย

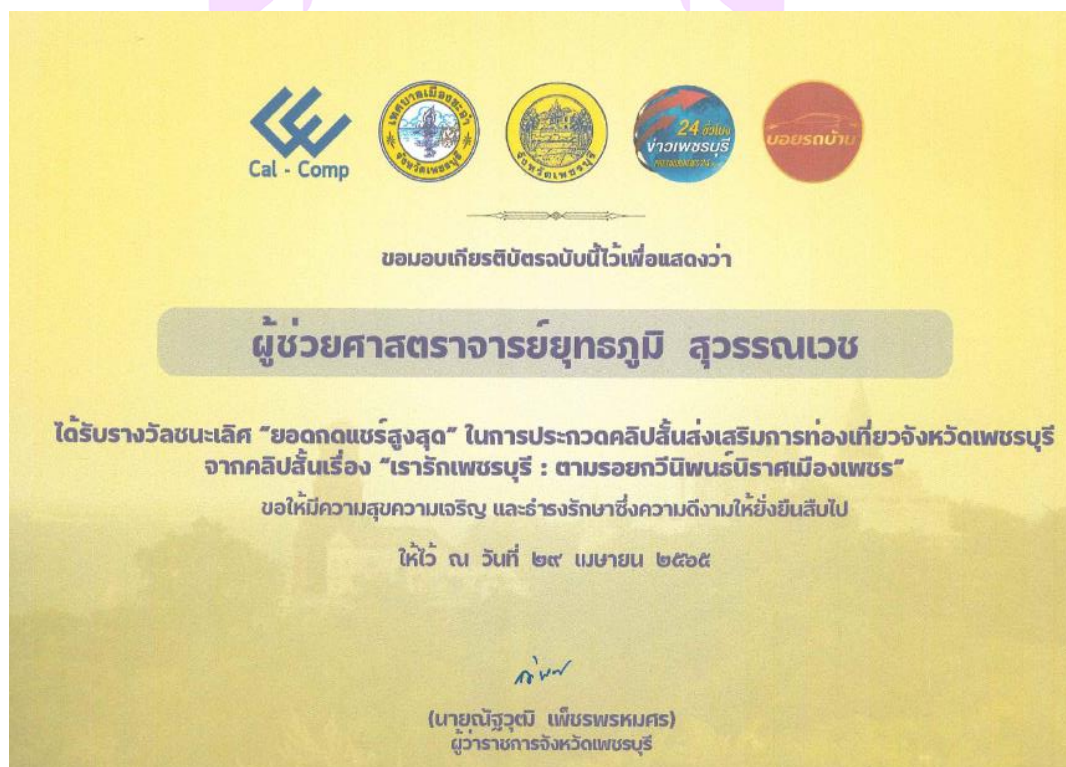
.. จบบริบูรณ์ ..



ภาพจากเว็บไซต์
พระที่นั่งมณฑล

ภาคผนวก จ เกียรติบัตร





ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ยุทธภูมิ สุวรรณเวช
วัน เดือน ปี เกิด	1 พฤศจิกายน 2509
สถานที่เกิด	กาญจนบุรี
วุฒิการศึกษา	กศ.ม. (ภาษาไทย), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	315/1058 ชั้น 31 คอนโดมิเนียมเดอะทรีโอ้ บางอ้อสเตชั่น ถนนจรัญ สนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ผลงานตีพิมพ์	ยุทธภูมิ สุวรรณเวช, เสรี วงษ์มณฑา, ชวลีย์ ณ ถลาง และชษณะ เดชดณา. (2566). การพัฒนาการตลาดแบบบูรณาการในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี ตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมือง เพชรของกวีเอกสุนทรภู่. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรม ท้องถิ่น, 9(8), 1418–1432. ยุทธภูมิ สุวรรณเวช, เสรี วงษ์มณฑา, ชวลีย์ ณ ถลาง และชษณะ เดชดณา. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรของกวีเอกสุนทรภู่ ของนักท่องเที่ยว. Journal of Roi Kaensarn Academi, 9(1).