



รายงานสืบเนื่อง จากการประชุมวิชาการ (Proceedings)

นำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

เครือข่ายบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 18
และลำปางวิจัย ครั้งที่ 4

กลุ่มวิทยาการจัดการและการสื่อสาร

บูรณาการงานวิจัย
สู่การพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน

ณ อาคารโอฟาร์ ไรจน์ศิริญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง | 20 กรกฎาคม 2561

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความและวิพากษ์บทความวิจัย
การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 18
และลำปางวิจัย ครั้งที่ 4
“บูรณาการงานวิจัยสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน”

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์บทความวิจัยแบบบรรยาย (Oral presentaion) มีหน้าที่
ให้ข้อเสนอแนะ ชักถามผู้นำเสนอผลงานวิจัย

1. ศาสตราจารย์จำเนียร นันทติลภ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.นันทะ บุตรน้อย
3. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะชน
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุพร ริมชลการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.วิลาศ พุ่มพิมล
7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารี๋ วงศ์วัฒนา
8. รองศาสตราจารย์สนิธ สัตโยภาส
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรวีร์ ชัยอมรไพศาล
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กังสดาล กนกหงษ์
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรภัทร วงศ์สิริสถาพร
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร มีสำลี
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวิศ จิตริวิจารณ์
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐดนัย ประเทืองบริบูรณ์
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ เตียววิไล
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ถิรนันท์ สอนแก้ว
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร สิริสุคันธา
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ

23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิมา ดำรงวัฒนกุล
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ พรหมจันทร์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรารธนา โกวิทยางกูร
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญหาน์ ต่อกิตติกุล
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรภพ จันทรแสนตอ
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล รื้อธงชัย
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มงคล ศัยกุล
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศินวิโรจน์ เนติศักดิ์
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิตรา จำลองราษฎร์
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิดา เหล่มตระกูล
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณสิริ ใจมา
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เสรีตานนท์
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ เวชกามา
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมาน พูแสง
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุขเกษม กลางกุลเสน
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หฤทัย ไทยสุชาติ
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ อุปสอด
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชนา ปรีชาวรรณ
42. อาจารย์ ดร.ประจักษ์ กีก้อง
43. อาจารย์ ดร.พัฒนา นาคทอง
44. อาจารย์ ดร.ไพฑูรย์ สอนทน
45. อาจารย์ ว่าที่ ร.อ. ดร.ขจร ตรีโสภณากร
46. อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.โอฬาร เขียวชาญ

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์บทความวิจัยแบบโปสเตอร์ (Poster presentaion)
มีหน้าที่ให้ข้อเสนอแนะ ชักถามผู้นำเสนอผลงานวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วงษ์บุญนาวาพย์
2. รองศาสตราจารย์ศรีวิไล พลมณี
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐ์กานต์ ปันแก้ว
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุติมา เมทนีธร
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย สุขจิตต์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญเหลือ ใจมโน
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรอนันต์ บุญก่อน
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรธิดา วัฒนาพรณกิตติ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รพีพรรณ จันทรมะณี
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระ เลิศสมพร
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองคำ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิรุจน์ มะโนธรรม
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิดา รัชเวทย์
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมเรศ เนตาสีทธิ์
16. อาจารย์ ดร.เครือวัลย์ วงษ์ไพบูลย์
17. อาจารย์ ดร.จันทร์ทิวา ศรีกระจำง
18. อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน
19. อาจารย์ ดร.ณัฐกฤษณ์ ธรรมกวินวงศ์
20. อาจารย์ ดร.นงลักษณ์ พรหมดีการ
21. อาจารย์ ดร.บัณฑิตา อินสมบัติ
22. อาจารย์ ดร.ปมณห์ ภูมาศ
23. อาจารย์ ดร.ปริยนุช ปัญญา
24. อาจารย์ ดร.พัชรวัลย์ มีทรัพย์
25. อาจารย์ ดร.วิภาณุช ไบศล
26. อาจารย์ ดร.สุดาพร สืบสุติน
27. อาจารย์ ดร.สุภาพร พงศ์ภิญโญโสภาส
28. อาจารย์ ดร.เสาวภา ปัญจจริยะกุล

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ(ภายนอก) มีหน้าที่ ในการตรวจสอบตามถูกต้อง สมบูรณ์ตามหลักวิชาการและพิจารณาบทความวิจัย ก่อนนำเสนอในการประชุมสัมมนาวิชาการ นำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ ๑๘ และ ลำปางวิจัย ครั้งที่ ๔ ประกอบด้วย

1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ภูริพงศ์
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรนภา พรหมมา
4. รองศาสตราจารย์ ดร.นัฐพร ไชยญาติ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุพร ริมชลการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.วารินทร์ แก้วอุไร
8. รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวรรณ เล็กวิไล
9. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ วงศ์วัฒนา
10. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ วงศ์วัฒนา
11. รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ หวังรักษาศิสิกกุล
12. รองศาสตราจารย์นราวัลย์ พูลพิพนธ์
13. รองศาสตราจารย์สนิท สัตโยภาส
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กังสตาล กนกพงษ์
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญธนา ดิษฐ์แก้ว
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวดี ปิ่นวัฒนะ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวิศ จิตรวิจารณ์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพล บุญคุ้มพรภัทร
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชนันท์ ปัญญาศิริ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณาสาริ์ ต้นสอน
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐดา วงษ์นายะ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกรณ์ เลิศสุวรรณไพศาล
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อาการักษ์
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยรัตน์ มุลศรี

28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พุดินันท์ แพทย์พิทักษ์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตน์ชนก พรหมณศิริ
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรขา อรัญวงศ์
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เสรีตานนท์
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมาน พูแสง
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญา ชัยแท้กุล
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หนึ่งหทัย ชัยอากร
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญญา ปรีชาวรรณ
38. อาจารย์ ดร.กมล อยู่สุข
39. อาจารย์ ดร.กัญญารัตน์ เตือนหงาย
40. อาจารย์ ดร.กาญจน์ คุ่มทรัพย์
41. อาจารย์ ดร.เกรียงไกร ทิมศร
42. อาจารย์ ดร.จันทร์ฉิลา ศรีกระจำง
43. อาจารย์ ดร.ฉลาด ยืนยาว
44. อาจารย์ ดร.นงลักษณ์ พรหมติงการ
45. อาจารย์ ดร.นันทรักษ์ รอดเกตุ
46. อาจารย์ ดร.ประจักษ์ กีก้อง
47. อาจารย์ ดร.พัชรพล มีทรัพย์
48. อาจารย์ ดร.พัฒนา นาคทอง
49. อาจารย์ ดร.ไพฑูรย์ สอนทน
50. อาจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ชัยวร
51. อาจารย์ ดร.วรจิตต์ เศรษฐพรรค
52. อาจารย์ ดร.วัชรีย์ เหล่มตระกูล
53. อาจารย์ ดร.ศศิกันต์ ปานปรานีเจริญ
54. อาจารย์ ดร.สมบูรณ์ คำเตจา
55. อาจารย์ ดร.สุตาภรณ์ สืบสุติน
56. อาจารย์ ดร.เสาวภา ปัญจจริยะกุล
57. อาจารย์ ดร.หทัยทิพย์ สิ้นธยา

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ(ภายใน) มีหน้าที่ ในการตรวจสอบตามถูกต้อง สมบูรณ์ตามหลักวิชาการและพิจารณาบทความวิจัย ก่อนนำเสนอในการประชุมสัมมนาวิชาการ นำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ ๑๘ และ ลำปางวิจัย ครั้งที่ ๔ ประกอบด้วย

1. ศาสตราจารย์จำเนียร นันทติลภ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.นันทะ บุตรน้อย
3. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ปองปรารณ สุนทรเกษม
5. รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน
7. รองศาสตราจารย์ ดร.วิลาศ พุ่มพิมล
8. รองศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ สายธนู
9. รองศาสตราจารย์วันทนา สุวรรณอรรถ
10. รองศาสตราจารย์สมเกียรติ ชัยพรเจริญศรี
11. รองศาสตราจารย์สุรกานต์ พยัคฆบุตร
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.Truong Thi Hang
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐ์กานต์ ปันแก้ว
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ใจโมโน
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรภัทร วงศ์สิริสถาพร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร มีสำลี
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุติมา เมทนีธร
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติกานต์ รักธรรม
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐดนัย ประเทืองบริบูรณ์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ฐิตยาปราโมทย์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ เตียววไล
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ถิรนนท์ สอนแก้ว
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร สิริสุคันธา
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพร เนตรประดิษฐ์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทินา ดำรงวัฒนกุล
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญเหลือ ใจโมโน

28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ พรหมจันทร์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรารธนา โกวิทยางกูร
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญาชน ต่อกิตติกุล
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรอนันต์ บุญก่อน
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พอใจ สิงหนนทร
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพา โพธิ์ลังกา
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรภาพ จันท์แสนตอ
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์ ฌอน บัวนก
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรธิดา วัฒนาพรรณกิตติ
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิภา ยงประยูร
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศินวิโรจน์ เนติศักดิ์
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์ หมั่นการ
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิยะดา เหล่ามตระกูล
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกลวรรณ ห่านจิตสุวรรณ์
42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุขเกษม ลางคุลเสน
43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หฤทัย ไทยสุชาติ
44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ อุปสอด
45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิรุจน์ มะโนธรรม
46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน
47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ ชัยเสนา
48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมเรศ เนตาสีทธิ
49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา คุมา
50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จกฤษณ์ อ้นยะลา
51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จารุวรรณ ลิ้มปีไพบูลย์
52. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เฉลิมชัย สุขจิตต์
53. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นราธิป วงษ์ปิ่น
54. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรสวรรค์ มณีทอง
55. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพจิตร สุขสมบูรณ์
56. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุพา อภิโกมลกร
57. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิเชษฐ ยิ้มละมัย
58. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรชัย เต็งรัตนล้อม

59. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมฤทธิ จันชนันท์
60. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนนา
61. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนีย์ เอี่ยมอดุลย์
62. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรณี จันทร์ตา
63. อาจารย์ ดร.เกษทิพย์ ศิริชัยศิลป์
64. อาจารย์ ดร.จิราภรณ์ พงศ์พันธุ์พัฒนนะ
65. อาจารย์ ดร.เจือจันทร์ วงศ์พลกานันท์
66. อาจารย์ ดร.ชัตนารี มีสุขโข
67. อาจารย์ ดร.ณัฐ รัตนศิรินิกุล
68. อาจารย์ ดร.ณัฐกฤษณ์ ธรรมกวินวงศ์
69. อาจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ ปัญญา
70. อาจารย์ ดร.ดวงใจ พุทธวงศ์
71. อาจารย์ ดร.ดวงพร อุ่นจิตต์
72. อาจารย์ ดร.ดุขฎิ สัตถวรารงค์
73. อาจารย์ ดร.ทิพรัตน์ ตีฆะปัญญา
74. อาจารย์ ดร.ธนพร หมูคำ
75. อาจารย์ ดร.นิศากร สุวรรณ
76. อาจารย์ ดร.ปณตนนท์ เกียรประภากุล
77. อาจารย์ ดร.ปริญญภาส สีทอง
78. อาจารย์ ดร.ปริญญช ปัญญา
79. อาจารย์ ดร.ฤชดา เนตรจัด
80. อาจารย์ ดร.วิภาณุช ไบศล
81. อาจารย์ ดร.ศรัญญา วัฒนานนท์
82. อาจารย์ ดร.ศิริญา จนาศักดิ์
83. อาจารย์ ดร.ศิวัช ตั้งประเสริฐ
84. อาจารย์ ดร.สมชาย บุญศิริเกสัช
85. อาจารย์ ดร.สุเทพ ทองคำ
86. อาจารย์ ดร.สุธิษณา ไตรนายนนท์
87. อาจารย์ ดร.สุวรรฐ แลสันกลาง
88. อาจารย์ ดร.อดุลย์ ปัญญา
89. อาจารย์ ดร.อัจฉรา เมฆสุวรรณ

90. อาจารย์ ดร.อาชวิน ใจแก้ว

91. อาจารย์ ดร.อารยา อริยา

คณะกรรมการกลั่นกรอง มีหน้าที่ กลั่นกรองผลงานวิจัย และบทความวิจัย ในการประชุมสัมมนา
วิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่
๑๘ และลำปางวิจัย ครั้งที่ ๔ ประกอบด้วย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชดาพร หวลอารมณ์
3. อาจารย์ ดร.สมชาย บุญศิริเกสัช
4. อาจารย์ ดร.ณัฐ รัตนศิริวิชกุล
5. อาจารย์ ดร.ดวงพร อุ้นจิตต์
6. อาจารย์ ดร.ปณตนนท์ เกียรประภากุล
7. อาจารย์ ดร.ฤาษดา เนตรจัด
8. อาจารย์ ดร.เกษทิพย์ ศิริชัยศิลป์
9. อาจารย์ ดร.สุจิตรา ปันดี
10. อาจารย์ ดร.ปริญญภาส สีทอง
11. อาจารย์ ดร.ดุชนี สีตลวรารักษ์
12. อาจารย์ ดร.เยาวทิศา นามคุณ
13. อาจารย์ ดร.สุวรรณ์ แลสันกลาง

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทาง
ท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Perception of Amazing Thailand Tourism Affecting Intention to Travel
in Thailand of Thai Travelers

วัลลภา พรหมด้วง¹ อธิการ ทัศนอารีย์² และ นภนันท หอมสุต³

Walrapa Promduang¹, Atikan Tassanaaree² and Nopbhanont Homsud³

^{1,2,3}สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Corresponding author. E-mail: wpethh@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาคเท่ากับ 0.836 การเก็บรวบรวมข้อมูลมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากผลการศึกษา พบว่าอิทธิพลการรับรู้ด้านกายภาพ (x_1) อิทธิพลการรับรู้ด้านคุณค่า (x_3) และอิทธิพลการรับรู้ด้านการสื่อสาร (x_5) ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ขณะที่อิทธิพลการรับรู้ด้านสถานที่ (x_2) และอิทธิพลการรับรู้ด้านจิตวิทยา (x_4) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสมการพยากรณ์ คือ $\hat{Y} = 1.335 + (0.106)X_1 + (0.148)X_3 + (0.298)X_5$

คำสำคัญ: การรับรู้ แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทยเกื้อเกื้ออย่างยั่งยืน ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research was to study perception of Amazing Thailand Tourism that affects the Intention to travel in Thailand of Thai travelers in Bangkok. The research instrument was questionnaire that was tested the content validity and its confidence Cronbach coefficient at 0.836. The sample population of this study is 400 Thai tourists in Bangkok. The results showed that Influence of the perception of physical (x_1) Influence of the perception of value (x_3) and Influence of the perception of communication (x_5) affected to Intention to travel in Thailand of Thai

travelers in Bangkok. While Influence of the perception of tourist attraction (x_2) and Influence of the perception of psychological (x_4) do not affect the Intention to travel in Thailand of Thai travelers in Bangkok. The prediction equation was $\hat{Y} = 1.335 + (0.106)X_1 + (0.148)X_3 + (0.298)X_5$

Keywords: Perception, Amazing Thailand Tourism, Intention to Travel

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ ทำให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงครึ่งแรกของปี 2561 มูลค่าตลาดไทยเที่ยวไทย อยู่ที่ประมาณ 515,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศมีประมาณ 74.8 ล้านคนต่อครั้ง เติบโตร้อยละ 5.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องของรัฐบาล ที่ได้จัดกิจกรรมสร้างคุณค่าและรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอัตลักษณ์ความเป็นไทย และได้กำหนดแผนการจัดทำแคมเปญท่องเที่ยววิถีไทยขึ้นมา (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน เป็นหนึ่งในแคมเปญที่ตอบสนองนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลภายในแคมเปญประกอบไปด้วย 7 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Maritime Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงานและฮันนีมูน (Wedding and Honeymoon Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure Destination) ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นเอกลักษณ์ไทย แต่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งเป็นการยกระดับวางรากฐานเศรษฐกิจไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

กิจกรรมในแคมเปญทั้ง 7 กิจกรรม ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเน้นย้ำให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อกูลเรื่องความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยาและการต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อนำประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่เจริญเติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานของความเป็นไทย สอดคล้องกับกระแสความต้องการของประชากรโลก และเจตนารมณ์ของ UNWTO ที่มุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ แต่

ยังรักษารัฐานักท่องเที่ยวตลาดเดิม โดยนํารายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืนได้ และยังช่วยให้บรรลุนิยัตินให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง (กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ทั้งนี้การที่แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนจะประสบความสำเร็จ การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้อย่างทั่วถึงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวมีจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

การประชาสัมพันธ์แคมเปญเพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้ เป็นการร่วมมือกันหน่วยงานหลายภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐและกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยร่วมกันทำตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในแคมเปญเพิ่มขึ้น ซึ่งการตลาดที่ใช้ทำได้หลายรูปแบบ อาทิ การสื่อสารและการจัดกิจกรรมการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) โดยนำเสนอในด้านกายภาพของแคมเปญ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในแคมเปญ ด้านคุณค่าที่จะได้รับการท่องเที่ยวในแคมเปญ ด้านจิตวิทยาความพึงพอใจที่จะได้รับ และยังมีการส่งเสริมในด้านการสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยสนใจที่ศึกษาเรื่องการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยศึกษาการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านการวางแผนกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ และการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและชักจูงนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในด้านกายภาพ สถานที่ท่องเที่ยว ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสารของแคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนด้านกายภาพ ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนด้านสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 3 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนด้านคุณค่า ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 4 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนด้านจิตวิทยา ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 5 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนด้านการสื่อสารส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในครั้งนี้มีวิธีการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิศึกษาจากกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าจำนวนประชากร (Non-population) โดยค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างสำรองเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนไว้ 15 ตัวอย่าง โดยคิดรวมเป็น 400 ตัวอย่าง เลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เรียงลำดับโดยเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling/Judgmental Sampling) และเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ทำการสำรวจโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยในวิจัยนี้เน้นนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือประชากร แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตวังทองหลาง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 10 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง และเขตบางนา

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และเขตบางเขน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ

กลุ่มที่ 5 กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา

กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม
เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราชบุรีบูรณะ และเขตทุ่งครุ

ขั้นตอนที่ 2 คัดแยกตัวแทนกลุ่ม กลุ่มละ 1 เขต โดยดูจากเขตที่มีประชากรสูงที่สุดในกลุ่ม
เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตดินแดง จำนวน
122,563 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 10 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตสวนหลวง จำนวน
122,534 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 7 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตสายไหม จำนวน
202,590 คน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 9 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตคลองสามวา
จำนวน 193,930 คน

กลุ่มที่ 5 กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ จำนวน 8 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตจอมทอง จำนวน
152,315 คน

กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตบางแค จำนวน 193,002

ขั้นตอนที่ 3 คำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขต
เป็นไปตามสัดส่วนของประชากรในเขตนั้น ๆ โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโควตา (Quota
Sampling) คำนวณได้ดังนี้

$$\text{แทนค่าได้ดังนี้} \quad \frac{\text{จำนวนตัวอย่าง} \times \text{จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม}}{\text{จำนวนประชากร}} \\ 400 \times \frac{\text{จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม}}{986,931}$$

กลุ่มที่ 1 กลุ่มกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตดินแดง จำนวน 50 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มกรุงเทพใต้ ได้แก่ เขตสวนหลวง จำนวน 50 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกรุงเทพเหนือ ได้แก่ เขตสายไหม จำนวน 82 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 4 กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ได้แก่ เขตคลองสามวา จำนวน 79 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 5 กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ ได้แก่ เขตจอมทอง จำนวน 61 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตบางแค จำนวน 78 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีการอ้างอิงจากงานวิจัยของพิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่กับพฤติกรรม การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และงานวิจัยของพรชนก เหลืองอ่อน (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้หวัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดทำการตรวจสอบความถูกต้องและให้คำแนะนำแก้ไขจนได้ค่า IOC มากกว่า 0 และได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง แต่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) คำนวณผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ขึ้นไป (สุวิมล ติรภานันท์, 2555)

โครงสร้างคำถามในแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด (Close end questions) เลือกตอบได้คำตอบเดียว ประกอบไปด้วยคำถามในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามปลายปิด (Close end questions) เลือกตอบได้คำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามแบบ Interval scale จำนวน 24 ข้อ ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.825

โดยค่า Cronbach's Alpha ของแต่ละด้าน มีดังนี้

การรับรู้ด้านกายภาพ ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.762

การรับรู้ด้านสถานที่ ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.827

การรับรู้ด้านคุณค่า ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.802

การรับรู้ด้านจิตวิทยา ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.709

การรับรู้ด้านการสื่อสาร ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.806

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามแบบ Interval scale จำนวน 4 ข้อ ได้ค่า Cronbach's Alpha
= 0.782

เกณฑ์การให้คะแนนคำถามแบบ Interval

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปรผล

เป็นการวัดผลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ท (Likert Scale) ใน
แบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งผลจากการคำนวณใช้

$$\begin{aligned}\text{สูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูง} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80\end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 เห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
เป็นเพศหญิงจำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีช่วงอายุตั้งแต่ 20 - 29 ปี จำนวน 354 คน คิด
เป็นร้อยละ 88.75 ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ

68.50 เป็นนิสิตนักศึกษาจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระดับน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.00 ดังตาราง1

ตาราง1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม(n=400)

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง	301	75.25
	ชาย	99	24.75
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.25
	20 - 29 ปี	354	88.50
	30 - 39 ปี	31	7.75
	40 - 49 ปี	14	3.50
	50 - 59 ปี	0	0.00
	60 ปีขึ้นไป	0	0.00
ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	16	4.00
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	85	21.25
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	25	6.25
	ปริญญาตรี	274	68.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
อาชีพ	นิสิตนักศึกษา	263	65.75
	ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ	74	18.50
	พนักงานบริษัทเอกชน	50	12.50
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	3.25
	เกษตรกร	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 15,000 บาท	272	68.00
	15,000 – 30,000 บาท	119	29.75
	30,001 – 50,000 บาท	9	2.25
	50,001 – 100,000 บาท	0	0.00
	100,001 บาทขึ้นไป	0	0.00
รวม		400	100.00

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในหนึ่งปี พบว่าส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ท่องเที่ยวในภาคเหนือ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือครอบครัว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 3 - 4 วัน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,000 - 3,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ดังตาราง2

ตาราง2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว
(n=400)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการ	ไม่เคยเลย	0	0.00
ท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี	1 ครั้ง	34	8.50
	2 ครั้ง	109	27.25
	3 ครั้ง	96	24.00
	4 ครั้ง	23	5.75
	มากกว่า 4 ครั้ง	138	34.50
ภูมิภาคที่ชื่นชอบ	ภาคเหนือ	119	29.75
	ภาคกลาง	107	26.75
	ภาคตะวันตก	84	21.00
	ภาคใต้	76	19.00
	ภาคตะวันออก	13	3.25
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	0.25
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไป	ครอบครัว	138	34.50
ท่องเที่ยว	ตนเอง	128	32.00
ท่องเที่ยว	เพื่อน	108	27.00
	คนรัก	26	6.50
	ดารา/นักร้อง	0	0.00
	บุคคลที่มีชื่อเสียง	0	0.00
ระยะเวลาที่ใช้ในการ	1 วัน	35	8.75

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	2 - 3 วัน	126	31.50
	3 - 4 วัน	195	48.75
	5 - 6 วัน	18	4.50
	7 วันขึ้นไป	26	6.50
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการ	น้อยกว่า 1,000 บาท	50	12.50
เดินทางไปท่องเที่ยวต่อ	1,000 – 3,000 บาท	189	47.25
ครั้ง	3,001 – 5,000 บาท	131	32.75
	5,001 – 10,000 บาท	27	6.75
	10,001 บาทขึ้นไป	3	0.75
รวม		400	100.00

ข้อมูลวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสารที่มีผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.08, S.D. = 0.42) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ในระดับมาก จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ (Mean = 4.08, S.D. = 0.63) ด้านสถานที่ (Mean = 4.13, S.D. = 0.63) ด้านคุณค่า (Mean = 4.09, S.D. = 0.68) ด้านจิตวิทยา (Mean = 4.09, S.D. = 0.63) และด้านการสื่อสาร (Mean = 4.11, S.D. = 0.62) ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงผลข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน (n=400)

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน	Mean	S.D.	การแปลความหมาย
1. การรับรู้ด้านกายภาพ ผ่านแคมเปญ ปักท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน			

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน	Mean	S.D.	การแปลความหมาย
1.1 แคมเปญสื่อถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	4.03	0.89	มาก
1.2 แคมเปญบ่งบอกถึงความสะดวกสบายในการเดินทางและเข้าถึง	4.04	0.85	มาก
1.3 แคมเปญบ่งบอกถึงคุณภาพและมาตรฐานของสถานที่ท่องเที่ยว	4.04	0.86	มาก
1.4 แคมเปญบ่งบอกถึงการต้อนรับและมิตรภาพของคนในพื้นที่	4.21	0.83	มากที่สุด
1.5 แคมเปญสื่อถึงอาหารประจำท้องถิ่น	4.10	0.87	มาก
รวม	4.08	0.63	มาก
2. การรับรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านแคมเปญ ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน			
2.1 แคมเปญสื่อถึงวัฒนธรรมและประเพณีที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.14	0.86	มาก
2.2 แคมเปญสื่อถึงประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.10	0.85	มาก
2.3 แคมเปญสื่อถึงศิลปะที่งดงามของสถานที่ท่องเที่ยว	4.11	0.90	มาก
2.4 แคมเปญสื่อถึงธรรมชาติที่มีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	4.18	0.86	มาก
2.5 แคมเปญสื่อถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่	4.11	0.89	มาก
รวม	4.13	0.63	มาก
3. การรับรู้ด้านคุณค่า ผ่านแคมเปญ ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน			
3.1 แคมเปญสื่อถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายในการท่องเที่ยว	4.04	0.89	มาก
3.2 แคมเปญสื่อถึงความคุ้มค่าของประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	4.12	0.88	มาก
3.3 แคมเปญสื่อถึงความคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	4.06	0.92	มาก
3.4 แคมเปญสื่อถึงความประทับใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	4.14	0.90	มาก
รวม	4.09	0.68	มาก
4. การรับรู้ด้านจิตวิทยา ผ่านแคมเปญ ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน			
4.1 แคมเปญสื่อถึงความสุขที่จะได้รับจากการท่องเที่ยว	4.10	0.87	มาก

การรับรู้แคมเปญปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน	Mean	S.D.	การแปลความหมาย
4.2 แคมเปญสื่อถึงความสนุกที่จะได้รับการท่องเที่ยว	4.10	0.92	มาก
4.3 แคมเปญช่วยสร้างทัศนคติที่ดีในการท่องเที่ยว	4.05	0.89	มาก
4.4 แคมเปญช่วยสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	4.09	0.89	มาก
4.5 แคมเปญช่วยสร้างความเชื่อที่ดีในการท่องเที่ยว	4.12	0.89	มาก
รวม	4.09	0.63	มาก
5. ด้านการสื่อสารผ่าน แคมเปญ ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน			
5.1 แคมเปญมีการนำเสนอภาพสถานที่สวยงาม	4.21	0.86	มากที่สุด
5.2 แคมเปญได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	4.05	0.88	มาก
5.3 แคมเปญแจ้งข้อมูลที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์	4.13	0.87	มาก
5.4 แคมเปญช่วยสร้างการจดจำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆได้	4.08	0.88	มาก
5.5 แคมเปญช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.12	0.92	มาก
รวม	4.11	0.62	มาก
รวมเฉลี่ย	4.08	0.42	มาก

ข้อมูลความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวไทย พบว่าระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.98, S.D. = 0.68) และเมื่อพิจารณาเป็นข้อคำถามรายข้อ พบว่าความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ความต้องการที่จะท่องเที่ยวหลังจากมีแคมเปญปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน (Mean = 3.99, S.D. = 0.93) มีการค้นหาสถานที่ หรือข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากแคมเปญปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน (Mean = 3.97, S.D. = 0.92) แคมเปญปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน มีส่วนช่วยในการวางแผนการเดินทางของท่าน (Mean = 4.01, S.D. = 0.88) และมีตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังจากมีแคมเปญปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน (Mean = 3.96, S.D. = 0.91)

ข้อมูลการรับรู้แคมเปญป้องกันภัยพิบัติไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 4 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญป้องกันภัยพิบัติไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
Regression	32.713	5	6.543	17.166	.000 ^b
Residual	150.165	394	.381		
Total	182.878	399			

จากการวิเคราะห์ตาราง 4 พบว่า การรับรู้แคมเปญป้องกันภัยพิบัติไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังกล่าว ดังตาราง 5

ตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์ของอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญป้องกันภัยพิบัติไทย เกื้อเกื้ออย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	sig.
(Constant)		1.335	.306		4.365	.000
ด้านกายภาพ	x ₁	.106	.053	.098	1.994	.047
ด้านสถานที่	x ₂	.070	.055	.065	1.275	.203
ด้านคุณค่า	x ₃	.148	.055	.149	2.707	.007
ด้านจิตวิทยา	x ₄	.023	.061	.022	.383	.702
ด้านการสื่อสาร	x ₅	.298	.056	.273	5.319	.000

R = 0.423, R² = 0.179, Adjusted R² = 0.168, Std. Error of the Estimate = 0.61736

จากตาราง 5 พบว่าอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีทั้งหมด 3 ด้านได้แก่ด้านกายภาพ ด้านคุณค่า และด้านการสื่อสาร ในขณะที่ด้านสถานที่และด้านจิตวิทยาไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ทั้งนี้จากการแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถนำมาเขียนสมการอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.335 + (0.106)X_1 + (0.148)X_3 + (0.298)X_5$$

$\hat{Y}$ แทน ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

X_1 แทน การรับรู้ด้านกายภาพ

X_3 แทน การรับรู้ด้านคุณค่า

X_5 แทน การรับรู้ด้านการสื่อสาร

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า อิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ด้านกายภาพ ด้านคุณค่า และด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในตาราง 6 ดังนี้

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 29 ปี เป็นนิสิตนักศึกษา การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในภาคเหนือของไทย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวคือครอบครัว ระยะเวลาที่เดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 - 3 วัน และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,000 - 3,000 บาท

ในการวิจัยครั้งนี้มีปัจจัยด้านการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืน ทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสาร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและ

แนวคิด เกี่ยวกับความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวของ Ajzen (1991), Oliver (1997) และ Swarbrooke & Horner (2007) และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก เหลืองอ่อน (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้เหวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยจึงได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่ออภิปรายสมมุติฐาน ดังนี้

การรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อก้อย่างยั่งยืนด้านกายภาพส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวในแคมเปญมีความปลอดภัย สะดวกสบายในการเดินทาง มีคุณภาพและมาตรฐาน สิ่งแวดล้อมผู้คนเป็นมิตร และอาหารการกินท้องถิ่นมีความน่าสนใจ ผลที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของชดากร สถิตย์ (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อก้อย่างยั่งยืนด้านคุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าแคมเปญนี้มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย คุ้มค่ากับประสบการณ์ที่ได้รับ ความคุ้มค่ากับเวลา และได้รับความประทับใจจากการเดินทางไปท่องเที่ยวตามแคมเปญ ผลที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของเชียนเหวิน หลี (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อก้อย่างยั่งยืนด้านการสื่อสารส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าภายในแคมเปญมีการนำเสนอภาพสถานที่ที่สวยงาม ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการแจ้งข้อมูลที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ สามารถสร้างการจดจำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ได้ และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้ ผลที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านการสื่อสารของ Baloglu & McCleary 1999 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก เหลืองอ่อน (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้เหวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ด้านการสื่อสารส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านสถานที่มีความเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและสูงเป็นอันดับแรก ดังนั้นแคมเปญควรเน้นการสื่อถึงการต้อนรับและมิตรภาพของคนในพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านการสื่อสาร ควรจัดการประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลของแคมเปญอย่างต่อเนื่องให้แก่นักท่องเที่ยว ในด้านคุณค่าควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้ถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ประสพการณ์ที่ได้รับ ความคุ้มค่าและความประทับใจในการท่องเที่ยว ในด้านจิตวิทยา ควรทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความสุข ความสนุกในการท่องเที่ยว และในด้านกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสุดท้าย ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย สะดวกสบายในการเดินทาง มีคุณภาพและมาตรฐาน ทำให้สิ่งแวดล้อมผู้คนเป็นมิตร และอาหารการกินมีความน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเพิ่มเติม โดยการศึกษาตัวแปรอิสระที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น
2. ขยายขอบเขตของการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่าง นอกเหนือเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางการในการ ต่อยอด พัฒนา แก้ไขและปรับปรุงในพื้นที่อื่นอย่างครอบคลุม
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งขอบเขตในการศึกษาทำให้ไม่อาจสะท้อนถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นได้ จึงควรที่ทำการศึกษายกขอบเขตกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ภูมิภาคต่างๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *รัฐบาลประกาศอย่างยิ่งใหญ่ให้ปี 2561 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน”*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา.
[https://thai.tourismthailand\(19 พฤษภาคม 2561,\)](https://thai.tourismthailand(19 พฤษภาคม 2561,))
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชดากร สถิต. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขต
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรม
ราชูปถัมภ์, 10(3), 227- 236.
- เขียนเหวิน หลี. (2559). การรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ
ความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พรชนก เหลืองอ่อน. (2559). การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไป
ท่องเที่ยวได้หัวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พจิตร มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์
โครงการเที่ยวไทยเท่กับพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมหนูนตลาตไทยเที่ยวไทยครึ่ง
แรกของปี 2561 คึกคัก คาดรายได้ท่องเที่ยว 515,000 ล้านบาท.[ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา[https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-
econ/business/Pages/2908.aspx](https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/2908.aspx) (20 พฤษภาคม 2561,)
- ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2560).
รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ.2560. [ระบบออนไลน์]
<http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/> (28 พฤษภาคม 2561,)
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <https://www.amazingthailand.go.th/th/> (13 พฤษภาคม
2561)
- สุวิมล ติรภานันท์. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human
Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Baloglu, S. & McCleary, Ken W. (1999). A Model of Destination Image Formation.
Annals of tourism Research, 26(4), 868-897. Retrieved from
<http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/119.pdf>.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction A Behavioral Perspective on The Consumer*. New
York: McGraw Hill.

Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer Behavior in Tourism (2nd ed.)*. Oxford:
Butterworth Heinemann.