

**แบบจำลองโครงสร้างของการพัฒนามาตรฐานอาชีพ
กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม
ด้านสมรรถนะงานบริการ**

**Structural model of occupational standard development of
community-based tourism enterprises with participation in
service competency**

ภวิณัทธนา เจริญบุญ* สุวิตา พฤษภากรณ**

Pawintana Chareanboon Suwita Prugsarporn***

Received : 27 November 2021 / Revised : 19 December 2021 / Accepted : 24 December 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองโครงสร้างของการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและเข้าพักแรมในอำเภอเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้คือ ค่าจำนวน ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ผลการวิจัย ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด สามารถอธิบายความแปรปรวนของแบบจำลอง ได้ร้อยละ 34 โดยที่ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก และ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลทางบวก และทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางลบ ต่อการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ในส่วนของแบบจำลองโครงสร้างจากปรับแบบจำลอง ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องกับเกณฑ์อ้างอิงข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าดังนี้ Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 17.405 Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 0.725 Goodness of Fit Index:

* สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี

** สาขาวิชาการจัดการทุนมนุษย์และองค์กร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

* Division of Business Administration, School of Interdisciplinary Studies, Mahidol University Kanchanaburi Campus

** Division of Human Capital and Organization Management, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University

GFI เท่ากับ .914 Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .002 การพัฒนา
มาตรฐานอาชีพด้านเศรษฐกิจควรกำหนดให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทุกเดือน มีการประกอบ
อาชีพอื่นๆ ควบคู่ไปกับการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมควรสร้างความเข้าใจเรื่อง
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน ด้านความดึงดูดใจควรวิเคราะห์จุดเด่นของชุมชนเพื่อสร้างโอกาส
ทางการแข่งขัน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวเพื่อทำการ
สื่อสารอย่างเหมาะสม ด้านกระบวนการควรมีการวางแผนการให้บริการร่วมกัน

คำสำคัญ: สมรรถนะงานบริการ / วิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน / การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This research aims to develop a structural model of the development of occupational standards of community-based tourism enterprises with participation in service performance. The researcher collected data with questionnaires. The sample group is tourists who come to travel in Mueang Phatthalung District. Phatthalung Province. A sample of 400 people. Using a specific sampling method. The statistics used are number, percentage, and path analysis.

The results of the research. Tourist attitudes towards external factors. Tourist attitudes towards tourism factors and behavior of tourists towards the marketing mix 34% of the model variance could be explained, wherein tourists' attitudes towards external factors and tourist behaviors on marketing mix have a positive influence and tourists' attitudes towards tourism factors have a negative influence towards the development of occupational standards of community-based tourism enterprises with participation in service performance. In the part of the structural model from adjusting the model Tested for conformance with empirical reference criteria. Chi-square Probability Level: CMIN-p = 17.405. Relative Chi-square: CMIN/df = 0.725. Goodness of Fit Index: GFI = .914. Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA is equal to .002. The development of economic occupational standards should stipulate that tourism activities are conducted every month with other occupations. In parallel with tourism

operations. The environment should create an understanding of sustainable tourism in the community. In terms of attractiveness, community strengths should be analyzed to create competitive opportunities. In terms of access to tourist attractions, relevant elements should be developed to facilitate tourists. In terms of marketing promotion, tourists should be analyzed in order to communicate appropriately. In the process, there should be a joint service plan.

Keywords: service performance/ community-based tourism enterprises/
community-based tourism

บทนำ

การพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศที่กำลังพัฒนาก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้และสวัสดิการสังคมที่สูงขึ้นแก่คนทุกกลุ่ม (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และอัศรพงศ์ อันทอง, 2558) โดยนโยบายด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้ (พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, 2557) เห็นได้จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ที่กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้น่าสนใจและมีความแปลกใหม่ น่าสนใจมากขึ้น (ชูศักดิ์ อินทมนต์, 2562) โดยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องมีการสร้างการรับรู้คุณค่า การเน้นคุณค่าของมูลค่าเพิ่มทางรายได้ไปสู่การเพิ่มประสบการณ์เข้าถึงเอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น (Nitivattananon, V., & Srinonil, S., 2019)

วิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในยุทธศาสตร์การสร้างการแข่งขันทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559) ซึ่งเป็นการเสริมสร้างผู้ประกอบการ ด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการการตลาด องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการดำเนินธุรกิจชุมชนในการผลิตสินค้าและบริการในระดับฐานราก ส่งเสริมให้มีอัตราการอยู่รอดสูงและสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ (ดรชนี เอมพันธ์, 2550) โดยในปี 2564 มีผู้จดทะเบียน ในกลุ่มการให้บริการประเภทท่องเที่ยวแล้วจำนวน 326 ราย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายทั้งนิเวศน์ป่าเขา นิเวศน์พื้นที่ชุ่มน้ำ แหล่งอารยธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา มีกิจกรรมการท่องเที่ยว จากวิถีชุมชน ตลาดชุมชน และการเติบโตของการท่องเที่ยววิถีชุมชนที่เติบโตมากที่สุดในประเทศ โดยในแผนพัฒนาจังหวัดระหว่างปี พ.ศ. 2561-2565 กำหนดยุทธศาสตร์ให้มีการพัฒนาสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบเพิ่มคุณค่าครบวงจรที่ยั่งยืน (สำนักงานจังหวัดพัทลุง, 2561) จากสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงระหว่างปี พ.ศ. 2559-2561 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน

นักท่องเที่ยว 1,487,188 คน ในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,569,333 คน และปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,641,841 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2562) แต่เมื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัด พบว่าแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุงยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพัทลุง, 2560). และยังคงขาดการเชื่อมโยงกับเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด ไม่มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ ขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ทั้งทางธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ อีกทั้งนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่อง ไม่บูรณาการกันระหว่างจังหวัด กับท้องถิ่น ส่งผลให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่ได้ (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง, 2563)

จากข้อมูลข้างต้น การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง ตามองค์ประกอบด้านปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอก และปัจจัยด้านการท่องเที่ยวจะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดพัทลุงสามารถบริหารจัดการด้านการตลาด ในส่วนของการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาและบริบททางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวที่แท้จริงและนำไปสู่การกำหนดแนวทางพัฒนามาตรฐานอาชีพด้านสมรรถนะงานบริการ แก่กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดพัทลุง และจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทยที่มีบริบททางการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน สามารถนำผลงานวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ให้เกิดประสิทธิผลในหลายมุมมอง และทำให้ชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแบบจำลองโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ในจังหวัดพัทลุง

วิธีการดำเนินการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ททท. ปัจจัยด้านสภาพการณ์ทางเมือง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านประเพณีและวัฒนธรรมกระบวนการ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสำราญจากการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ

ตัวแปรตาม คือ การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่เกี่ยวกับ โมเดลสมการโครงสร้างของการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว โดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ได้แก่ 1) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดท่องเที่ยว 2) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 5) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก 6) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และระยะเวลา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดพัทลุง จำนวน 1,641,841 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้ การคำนวณของ Yamane (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2559) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดที่ยอมให้เกิด 5% หรือ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ผู้ศึกษาวิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิจัยภาคสนามตามแนวคิดของ Mc call and Simmons (Mc call and Simmons, 1996 p23) โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและเข้าพักแรม ในอำเภอเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง ในเดือนธันวาคม 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยทางการตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาจำนวนถาม 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง

ส่วนที่ 2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง ปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ มีข้อคำถาม 7 องค์ประกอบ ๆ ละ 5 ข้อ รวม 35 ข้อ

ส่วนที่ 2.2 ทัศนคตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงต่อปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ททท. ปัจจัยด้านสภาพการณ์ทางเมือง ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านประเพณีและวัฒนธรรม มีข้อคำถาม 5 องค์ประกอบ ๆ ละ 5 ข้อ รวม 25 ข้อ

ส่วนที่ 2.3 ทศคนคตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสำคัญจากการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ มีข้อคำถาม 4 องค์ประกอบ ๆ ละ 5 ข้อ รวม 20 ข้อ

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence; IOC) ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มีค่า IOC = ซึ่งความสอดคล้องสูงกว่า 0.5 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าไปใช้เก็บข้อมูลได้

นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try out) เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยง (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) เพื่อตัดคำถามที่ไม่สมบูรณ์ทิ้งเพื่อให้ได้คำถามที่มีคุณภาพ ปรากฏผลว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของ ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) มากกว่า 0.7 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าไปใช้เก็บข้อมูลได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ผลการวิจัย

วิเคราะห์การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ จังหวัดพัทลุง โดยแบ่งออกเป็น ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานในด้านการบริการ และตำแหน่งงาน ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ จำนวนและค่าร้อยละ และการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสาเหตุ

ตารางที่ 1 กำหนดค่าตัวแปรดังนี้

X1 ทศคนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก			
X ₁₁	ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล	X ₁₂	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ททท.
X ₁₃	ปัจจัยด้านสภาพการณ์ทางเมือง	X ₁₄	ปัจจัยด้านความปลอดภัย
X ₁₅	ปัจจัยด้านประเพณีและวัฒนธรรม	X ₁₆	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
X ₁₇	ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม		
X2 ทศคนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว			
X ₂₁	ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ	X ₂₂	ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
X ₂₃	ปัจจัยด้านความสำคัญจากการท่องเที่ยว	X ₂₄	ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ
X3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด			
X ₃₁	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	X ₃₂	ปัจจัยด้านราคา

X1 ทักษะคนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก			
X ₃₃	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	X ₃₄	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
X ₃₅	ปัจจัยด้านบุคคล	X ₃₆	ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ
X ₃₇	ปัจจัยด้านกระบวนการ		
Y การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ			

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานในด้านการบริการ และตำแหน่งงานปัจจุบันโดยใช้สถิติ ค่าจำนวน และค่าร้อยละ

เพศ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และเพศชาย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ตามลำดับ

อายุ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมาอายุ 30 ปี - น้อยกว่า 40 ปี จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81 และอายุ 40 ปี - น้อยกว่า 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

สถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพสมรส จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาสถานภาพหย่า จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 สถานภาพโสด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และสถานภาพหม้าย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝง การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ ทักษะคนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก ทักษะคนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 187.380 Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 1.523 Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .953 Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ 0.036

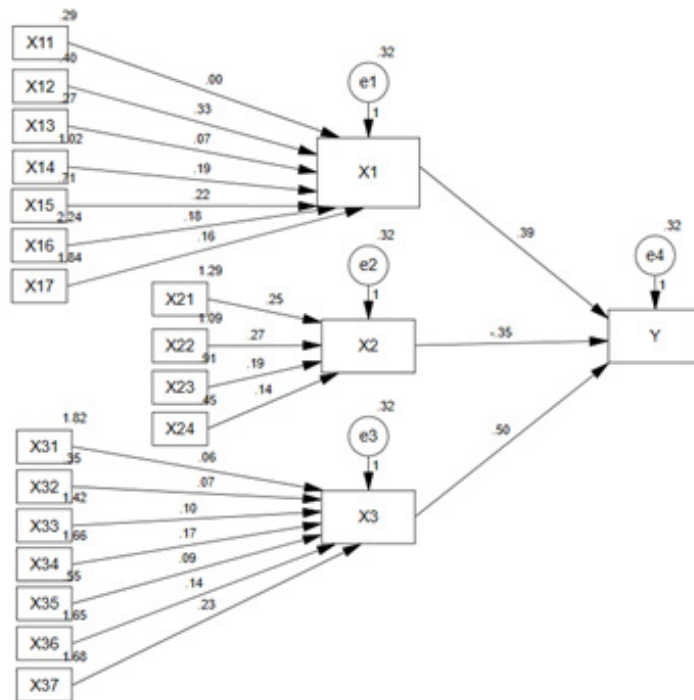
จากผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
CMIN-p	Chi-square Probability Level	เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	$p > .05$	1.523	สอดคล้อง/ ผ่านเกณฑ์
CMIN/df	Relative Chi-square	ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	< 3	0.725	สอดคล้อง/ ผ่านเกณฑ์
GFI	Goodness of Fit index	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบโดยมีค่าระหว่าง 0-1	$> .90$	.914	สอดคล้อง/ ผ่านเกณฑ์
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณค่าระหว่าง 0-1.00	$< .08$	.002	สอดคล้อง/ ผ่านเกณฑ์

ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (parameter estimation of the model) หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ

ผลการวิเคราะห์เส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูปของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ตัวแปรแฝง) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น นำมาสร้างรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูป (over identified model) ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีเส้นทางเชื่อมระหว่างตัวแปรในทิศทางเดียวกันที่สามารถเชื่อมได้ไปสู่ตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรภายใน หรือตัวแปรแฝงทุกสมการโครงสร้าง ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่า t-Value (critical ratio: C.R.) ค่า p-Value และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังภาพที่ 1



Chi-square = 436.373 Chi-square/ df = 2.039 df = 214

p-value = .000 GFI = .539 RMSEA = .163

ภาพที่ 1 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ

จากภาพสามารถแสดงผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่าความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน (S.E.) ค่า t-Value (critical ratio: C.R.) และ ค่า p-Value ดังแสดงในตารางที่ 3

วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย

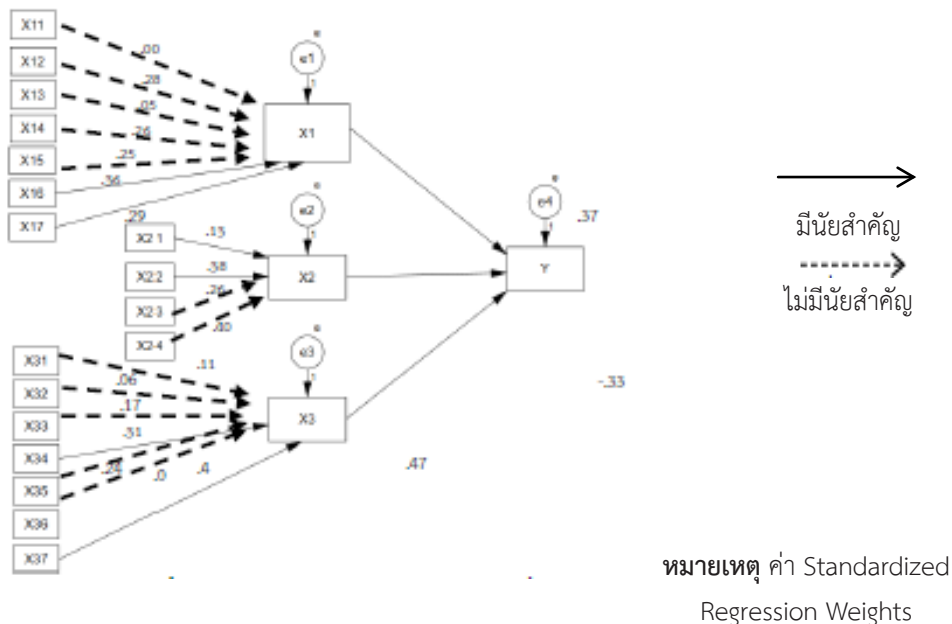
ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

ตารางที่ 3 ผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights

คู่ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร			ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R. (t-Value)	P-Value	นัยสำคัญ ทางสถิติ
X ₁	<---	X ₁₁	.001	.191	.005	.996	ไม่มี
X ₁	<---	X ₁₂	.328	.190	1.730	.084	ไม่มี
X ₁	<---	X ₁₃	.069	.205	.337	.736	ไม่มี
X ₁	<---	X ₁₄	.190	.101	1.885	.059	ไม่มี
X ₁	<---	X ₁₅	.219	.147	1.494	.135	ไม่มี
X ₁	<---	X ₁₆	.178	.066	2.716	.007**	มี
X ₁	<---	X ₁₇	.160	.068	2.353	.019*	มี
X ₂	<---	X ₂₁	.253	.081	3.126	.002**	มี
X ₂	<---	X ₂₂	.266	.092	2.890	.004**	มี
X ₂	<---	X ₂₃	.195	.102	1.913	.056	ไม่มี
X ₂	<---	X ₂₄	.142	.137	1.041	.298	ไม่มี
X ₃	<---	X ₃₁	.056	.070	.796	.426	ไม่มี
X ₃	<---	X ₃₂	.073	.161	.451	.652	ไม่มี
X ₃	<---	X ₃₃	.101	.080	1.260	.208	ไม่มี
X ₃	<---	X ₃₄	.170	.076	2.245	.025*	มี
X ₃	<---	X ₃₅	.090	.129	.700	.484	ไม่มี
X ₃	<---	X ₃₆	.136	.075	1.822	.069	ไม่มี
X ₃	<---	X ₃₇	.233	.073	3.206	.001**	มี
Y	<---	X ₁	.389	.197	1.970	.049*	มี
Y	<---	X ₂	-.349	.176	-1.982	.048*	มี
Y	<---	X ₃	.500	.171	1.294	.038*	มี

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญ *p < .05, **p < .01, ***p < .001

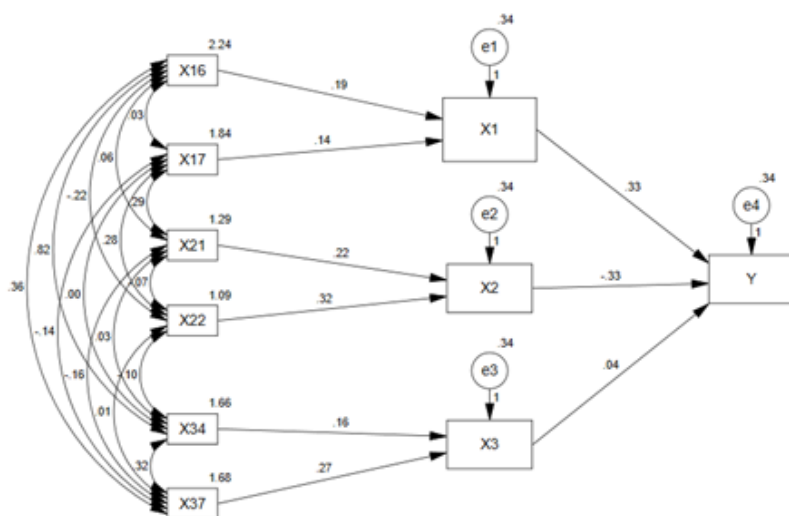
ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้แสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานตัวแปร
พร้อมทั้งสัญลักษณ์แสดงถึงระดับการมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (**p < .01) จำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อ
ปัจจัยภายนอก กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ($X_1 <--- X_{16}$) 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับปัจจัย
ด้านกระบวนการ ($X_3 <--- X_{37}$) 3) ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยด้าน
ความพึงพอใจ ($X_2 <--- X_{21}$) 4) ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยด้านการ
เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($X_2 <--- X_{22}$) และส่วนค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรที่มีนัยสำคัญ .05
(*p < .05) จำนวน 5 คู่ ได้แก่ 1) ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอกกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
($X_1 <--- X_{17}$) 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($X_3 <--- X_{34}$)
3) การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน กับทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัย
ภายนอก ($Y <--- X_1$) 4) การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนกับทักษะคตินัก
ท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ($Y <--- X_2$) 5) การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว
โดยชุมชน กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ($Y <--- X_3$) ส่วนค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอื่น ๆ
ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสามารถนำมาเขียนเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ใหม่ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เส้นทางการสัมพันธ์ของโมเดลที่มีนัยสำคัญและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การปรับโมเดล

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเต็มรูปแบบ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ยังไม่เหมาะสม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมีอยู่ 7 เส้นทาง จึงต้องทำการตกแต่งรูปแบบความสัมพันธ์โดยการปรับโมเดลใหม่เพื่อให้ได้รูปแบบหรือโมเดลที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด โดยการลบเส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกจากรูปแบบความสัมพันธ์เต็มรูปแบบ จากนั้นจึงสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของแต่ละสมการโครงสร้างมาเขียนเส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ กับทัศนคติของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุดกับปัจจัยภายนอก ($Y \leftarrow X1$) ดังแสดงในภาพที่ 3



Chi-square = 17.405 Chi-square/ df = 0.725 df = 24 p-value = .596 GFI = .914
RMSEA = .002

ภาพที่ 3 รูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับโมเดล

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (measures of the model fit)

ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองโครงสร้างของการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการที่หลังจากทำการปรับโมเดล ผ่านการตรวจสอบ

ความสอดคล้องกับเกณฑ์อ้างอิงข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดังนี้ Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 17.405 Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 0.725 Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .914 Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .002

สรุปผล

ทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก (X_1) ทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว (X_2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด (X_3) สามารถอธิบายความแปรปรวนของ การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ได้ร้อยละ 34

ทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก (X_1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด (X_3) มีอิทธิพลทางบวก (ส่งผลทางบวก) ต่อการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ ทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว (X_2) มีอิทธิพลทางลบ (ส่งผลทางลบ) ต่อ การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก (X_1) มีอิทธิพลทางบวก (ส่งผลทางบวก) ต่อการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ เท่ากับ 0.33 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด (X_3) มีอิทธิพลทางบวก (ส่งผลทางบวก) ต่อการพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ เท่ากับ 0.04 และ ทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว (X_2) มีอิทธิพลทางลบ (ส่งผลทางลบ) ต่อ การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ เท่ากับ -0.33

ในส่วนของทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการได้ ได้ร้อยละ 34 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ มีแนวทาง ดังนี้

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดเพื่อพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ดังนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มว่าเหมาะสมกับการสื่อสารในรูปแบบใด เพื่อให้สามารถดำเนินการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งมีการปรับใช้การสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ อาทิ คิวอาร์โค้ด (QR Code : Quick Response) แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Application) เป็นต้น รวมถึงใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) หรือการใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อผลทางการสื่อสารที่ดีขึ้น

ปัจจัยด้านกระบวนการ ควรมีการวางแผนกระบวนการให้บริการร่วมกัน เพื่อให้ทราบว่ามีฝ่ายหรือหน้าที่ใดที่ยังไม่สมบูรณ์ หรือบางส่วนอาจมีความซ้ำซ้อนกัน โดย การจัดโครงสร้างหน้าที่ของกลุ่มวิสาหกิจ การจัดทำพิมพ์เขียวการบริการ (Service Blueprinting) ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพรวมของกระบวนการบริการทั้งหมด เป็นต้น

ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยภายนอก มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกเพื่อพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ดังนี้

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่งผลกับทัศนคติและการตัดสินใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจฯ ควรรับมือโดยการกระจายความเสี่ยงจากผลกระทบในเชิงลบของสภาพเศรษฐกิจโดยการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทุกเดือน หรือทุกฤดูกาลเพื่อช่วยให้มีนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสนับสนุนให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจมีการประกอบอาชีพอื่นๆ ควบคู่ไปพร้อมกับการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มช่องทางของรายได้ และลดความเสี่ยง เป็นต้น

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ควรสร้างความเข้าใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทางการท่องเที่ยวในชุมชนว่าการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชนต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมในชุมชน เพื่อให้การท่องเที่ยวในชุมชนเกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง

ด้านทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนามาตรฐานอาชีพกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านสมรรถนะงานบริการ ดังนี้

ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ควรมีการวิเคราะห์ว่าจุดเด่นของชุมชนคืออะไร โดยจุดเด่นดังกล่าวควรเป็นสิ่งที่มีความค่านักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่แตกต่างจากชุมชนอื่น และลอกเลียนแบบได้ยาก ทำให้ชุมชนมีโอกาสทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) อย่างยั่งยืน

ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง อาทิ เส้นทางที่สะดวก ปลอดภัย ป้ายบอกทางที่ชัดเจนและมีจำนวนเพียงพอ มีจุดแวะพักระหว่างการเดินทาง มีศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว การปรากฏที่ตั้งชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในแอปพลิเคชันแผนที่ต่างๆ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564, เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). แผนปฏิบัติการประจำปี 2565 ของกรมส่งเสริมการเกษตร. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564, เข้าถึงได้จาก <http://www.nakhonphanom.doae.go.th/wp-content/uploads/2021/11/Plan65.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560). สรุปรายได้ และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี 2559, สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2564, เข้าถึงได้จาก www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). นโยบายด้านการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2564. เข้าถึงได้จาก www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_web57/ewt_news.php?nid=5953
- กัลยา วานิชย์บัญชา.(2559). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- ชูศักดิ์ อินทมนต์. (2562). รูปแบบและกระบวนการในการบริหารจัดการนวัตกรรมการโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยว. คุษภูนิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และ อัครพงศ์ อันทอง. (2558). โครงการปริทัศน์สถานภาพความรู้เรื่องเศรษฐกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- ดร.ชนี เอ็มพันธุ์. (2550). *การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประพล จิตคติ. (2558). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, 2558
- พจนา สอนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. เชียงใหม่: สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วนิดาการพิมพ์.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา. ฌัฒนมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 7(3), 650-665.
- มงคล ชนินทรสงขลา, พันธเทพ มารังกูร และวีรารวรรณ มารังกูร. (2560). *แนวทางในการออกแบบภูมิทัศน์เมืองเก่าช่วยบุรีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดพัทลุง*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, นครศรีธรรมราช.

- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง. (2563). การท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2564, เข้าถึงได้จาก <https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/phatthalung/index.php>.
- สำนักงานจังหวัดพัทลุง. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดพัทลุง 5 ปี. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2564, เข้าถึงได้จาก http://www.phatthalung.go.th/develop_plan
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพัทลุง. (2560) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมจังหวัดพัทลุง ปี พ.ศ. 2560 – 2564. กระทรวงอุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564 เข้าถึงได้จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER20/DRAWER036/GENERAL/DATA0000/00000548.PDF>
- อรลัชชา ศิวรักษ์, พจนา สวนศรี, ชนินทร์ อยู่เพชร, แก้วตา ม่วงเกษม, มาลินวิษา ศักติยากร, วิริยะ เตชะรุ่งโรจน์, วิมลสิริ เหมทานนท์ และอาภาพร เอี่ยมอุบล. (2559). *คู่มือสำหรับฝึกอบรมชุมชนท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กรมท่องเที่ยว. วนิตการพิมพ์.*
- McCall George J., Simmons J. L. (1996). *Identities and Interactions*. American Journal of Sociology (74,1)
- Nitivattananon V., & Srinonil S. (2019). Enhancing coastal areas governance for sustainable tourism in the context of urbanization and climate change in eastern Thailand. *Advances in Climate Change Research*,10(1),47-58. doi:10.1016/j.accre.2019.03.003