



การศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์ การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก A STUDY OF THE INFLUENCE OF THE TOURISM IMAGE ON THE TOURISM DEMAND FOR THE END ZONE OF A SECONDARY CITY ON THE EAST COAST

อนุรักษ์ ทองขาว
Anurak Tongkaw

หัวหน้าภาควิชาศึกษาทั่วไป คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา,

e-Mail: Anurak.to@dtc.ac.th (Corresponding Author)

Department Head, General Education, Faculty of the Hospitality Industry, Dusit Thani College

Pattaya, e-Mail: Anurak.to@dtc.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, March 2; Revised: 2022, April 29; Accepted: 2022, May 5)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และอุปสงค์การท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และมีการสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถามความคิดเห็น ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ โดยได้ค่า S-CVI/Ave = .90 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค = .97 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอย และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกมีความสัมพันธ์กัน รวมทั้งของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก ดังนั้น การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก ควรมีการรักษาและอนุรักษ์ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางกายภาพ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นสำคัญ ในขณะเดียวกันต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ด้านสิ่งก่อสร้าง ด้านพืชพันธุ์และสัตว์ และด้านเศรษฐกิจตามลำดับ

คำสำคัญ: เมืองรอง, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว, อุปสงค์การท่องเที่ยว



ABSTRACT

The objectives of the research were to study the relationship of the tourism image and tourism demand for the end zone of secondary cities on the east coast of Thailand and the influence of the tourism image on the tourism demand for those cities. The sampled consisted of 400 Thai tourists, 10 of which were selected for an interview. The research instruments consisted of a semi-structured interview form and an opinion questionnaire. The research instruments were quality checked with $S-CVI/Ave = .90$ by Cronbach's alpha coefficient that was $.97$. The data analysis included correlation coefficient analysis, regression analysis, and content analysis.

The research results showed that the tourism image and tourism demand for the end zone of secondary cities on the east coast had a positive correlation. The tourism image had an influence on the tourism demand for those cities. Therefore, tourism in the end zone of those cities should mainly maintain and conserve the image of physical, cultural, and historical tourism. Simultaneously, the image of the architecture, flora and fauna, and economics should also be maintained so that such things could be developed, respectively.

Keywords: Secondary city, Tourism image, Tourism demand.

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2561 คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้มีมติเห็นชอบมาตรการภาษี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยสามารถนำค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในเมืองรองมาลดหย่อนภาษีได้ เพื่อใช้เป็นกลยุทธิ์ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรอง รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่าง ๆ ซึ่งในภาคตะวันออกประกอบด้วยเมืองรองทั้งหมด 5 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว นครนายก ปราจีนบุรี จันทบุรี และตราด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2561) โดยจังหวัดตราด ถือว่าเป็น “เมืองรองชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก” ที่มีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลอย่างเด่นชัดอยู่สุดเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เกาะช้าง เกาะกูด เกาะกระดาด เกาะขาม น้ำตกสะพานหิน ชุมชน บ้านน้ำเชี่ยวหาดทรายดำ เป็นต้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวมีความเป็นเอกลักษณ์



และมีเสน่ห์น่าหลงใหลทั้งในเรื่องของธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองรองเพิ่มขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพนั้นจะมีแนวโน้ม ในการมองหาแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักเพิ่มมากขึ้นด้วย (สุวัตร สิทธิหล่อ, 2558) ดังนั้นการท่องเที่ยวเมืองรองจึงเป็นสิ่งสำคัญในการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนนั้น สิ่งที่ผู้วิจัยเห็นว่าจำเป็นต้องศึกษาและหาแนวทางพัฒนาคือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางกายภาพ, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจ, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางสิ่งก่อสร้าง, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางพืชพันธุ์และสัตว์ (Burns & Novelli, 2008; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภาม, 2548) เนื่องจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Ching-Fu & DungChur, 2007) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวช่วงหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 หรือในช่วงที่มียอดผู้ติดเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เบาบางนั้น จะมีผู้คนที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายเป็นจำนวนมาก รวมทั้งผู้วิจัยเห็นว่าหากสามารถพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองได้เป็นอย่างดีแล้ว จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหรือการที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการไปท่องเที่ยวและเต็มใจจะจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้น ๆ (ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2556; พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2553)

ดังนั้น การวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อให้ทราบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ และส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในสร้างนโยบาย หรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกได้อย่างถูกต้อง หากสามารถสร้างภาพของการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกหรือการท่องเที่ยวจังหวัดตราด ในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่ดีได้จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว และมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกได้ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถทำให้การท่องเที่ยวเมืองรองมีการพัฒนาการกระจายรายได้สู่ชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ



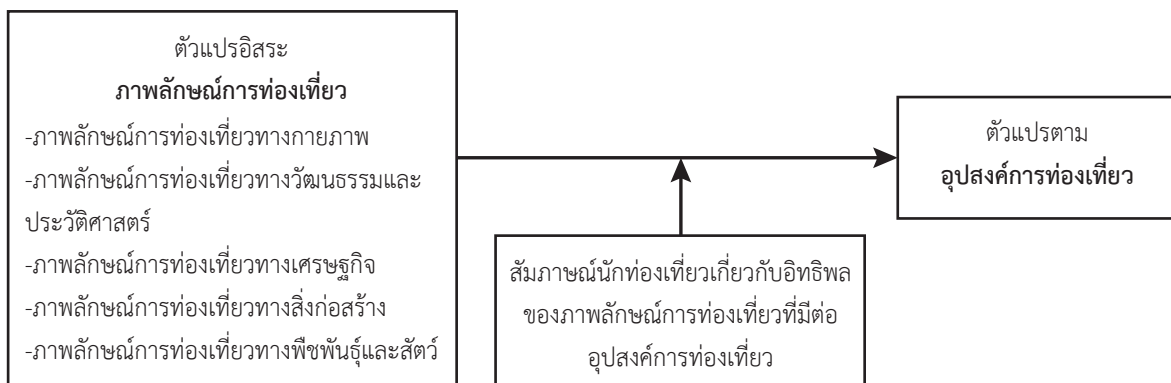
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก

สมมติฐานของการวิจัย

1. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก มีความสัมพันธ์กัน
2. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวจังหวัดตราดที่เป็นชาวไทย ไม่ทราบจำนวนอย่างแน่นอน และกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว จังหวัดตราดหรือเมืองรองชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก จำนวน 400 คน ได้มาจากการตาราง ทาโร่ ยามาเน่ ที่ความคลาดเคลื่อน 5% (Yamane, 1973) และคัดเลือกมา สัมภาษณ์ จำนวน 10 คน ในการวิจัยนี้ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน ขั้นตอนแรกสุ่มตัวอย่าง



แบบแบ่งพวกโดยใช้การเก็บข้อมูลทางออนไลน์ จำนวน 200 คน คัดเลือกมาสัมภาษณ์ 5 คน และการลงพื้นที่ จำนวน 200 คน คัดเลือกสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน (การลงพื้นที่อยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เบาบาง) และหลังจากนั้นเลือกตัวอย่างแบบสะดวกโดยเก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึง มีนาคม 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็น และแบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง ที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน โดยเมื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่า S-CVI = .90 และ I-CVI = .60 ถึง 1 ค่าอำนาจจำแนกอยู่ในช่วง .61 ถึง .87 และการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถามจากการทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวน จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาของครอนบาค = .97

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักและการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นรอง การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation analysis) การวิเคราะห์การถดถอย (multiple regression analysis) และสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ (methodological triangulation) โดยเทียบระหว่างผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ก่อนวิเคราะห์ข้อมูลได้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เมื่อพบข้อมูลสูญหายจะใช้การประมาณค่าข้อมูลสูญหายด้วยวิธีแทนค่าด้วยสมการถดถอย (linear trend at point) จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้อยู่ในช่วง .71 ถึง .81 โดยค่าขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และอุปสงค์การท่องเที่ยวเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านกายภาพ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีขนาดเท่า ๆ กัน และรองลงมา ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านสิ่งก่อสร้าง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านพืชพันธุ์และสัตว์ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจตามลำดับ ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การท่องเที่ยวและภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก

อุปสงค์การ ท่องเที่ยว / ภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว	กายภาพ	วัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์	เศรษฐกิจ	สิ่งก่อสร้าง	พืชพันธุ์ และสัตว์
<i>r</i>	0.81**	0.81**	0.74**	0.71**	0.72**
<i>p</i>	.00	.00	.00	.00	.00

** $p < .01$

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เมื่อพิจารณาสถิติทดสอบเอฟจะได้ว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาค่า R square จะได้ว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกได้ 65% และเพื่อพิจารณาจากค่าสถิติทดสอบที และค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยแล้วจะได้ว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การถดถอยของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว เมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก

R square	Std. Error of the Estimate	<i>F</i>	<i>p</i>
0.65	0.35	730.17**	.00
Model	B Std. Error Beta	<i>t</i>	<i>p</i>
(Constant)	1.26 0.11 -	11.04**	.00
IM	0.74 0.03 0.84	27.02**	.00

** $p < .01$, IM คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว



ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์พบว่า การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้มีบรรยากาศที่ดี วิถีชีวิตที่ดี อากาศสดชื่น บริสุทธิ์ และมีเรื่องราวประวัติที่น่าสนใจมาก ๆ และธรรมชาติสวยงามที่เป็นสิ่งที่โดดเด่น เป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจะซื้อสินค้าและบริการ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้เมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้พัฒนามากขึ้น เพื่อตอบสนองให้เกิดความต้องการมาเที่ยว คือ เรื่องความโดดเด่นของพืชพันธุ์และสัตว์ที่โดดเด่น ที่จริงแล้วสถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งดี ๆ อยู่แล้ว แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรจะเป็น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผลไม้หรือพืชพันธุ์และสัตว์ต่าง ๆ ที่อยู่นอกฤดูกาล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และควรมีการจัดเตรียมหรือบริหารจัดการผลไม้หรือพืชพันธุ์สัตว์ต่าง ๆ ตามฤดูกาลให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต้องการให้ชาวชุมชนในพื้นที่มีความสามัคคีกันมากขึ้นในการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ให้มีการแบ่งฝ่ายกันในการบริหารจัดการท่องเที่ยว เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นหัวใจสำคัญในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชาวชุมชน หากการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้สามารถพัฒนาสิ่งเหล่านี้ได้ทั้งหมดแล้วนักท่องเที่ยวจะเกิดภาพในจิตใจที่ดีและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการมาท่องเที่ยวซื้อสินค้าและใช้บริการการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น

สำหรับการตรวจสอบสามเส้า ด้านวิธีการ (methodological triangulation) จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกันในส่วนของการที่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการมาท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้หรือเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมาจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยว โดยภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านกายภาพ และด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวหรือการที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการและเต็มใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนา คือ เรื่องการสร้างความโดดเด่นในเรื่องพืชพันธุ์สัตว์ให้มากขึ้น ดังนั้นการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ให้มีประสิทธิภาพ คือ การรักษาสิ่งที่มีโดดเด่นคือภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางกายภาพ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ พร้อมกับการพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางสิ่งก่อสร้าง พืชพันธุ์และสัตว์ รวมทั้งภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ



อภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทั้งด้านกายภาพ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีขนาดความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก หรือจังหวัดตราด มีการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของธรรมชาติ ทั้งทะเล ภูเขา และป่าไม้ที่สวยงามอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีเกาะต่าง ๆ ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม และในการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกมีวัฒนธรรมประวัติศาสตร์น่าสนใจน่าค้นหา เช่น วัฒนธรรมแบบฝรั่งเศสในช่วงสงครามอินโดจีน (พ.ศ. 2483-2484) หรือประวัติเกี่ยวกับพระเจ้าปราสาททอง (พ.ศ. 2178) ในการเป็นหัวเมืองชายทะเล สังกัดฝ่ายการต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคลัง เพื่อขนถ่ายซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากับพ่อค้าชาวจีน เป็นต้น

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 2 ดังนั้นหากสามารถพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกได้อย่างถูกต้องเหมาะสมแล้ว จะส่งผลให้การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกมีอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ดี หรือการที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการมาเที่ยว และเต็มใจจะซื้อและใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ผลการวิจัยทั้งหมดนี้สอดคล้องกับ ประเสริฐ ใจสม, ศรีปริญญา ฐปกระจำ, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, ปฏิญา บัญผดุง และเอื้ออัมพร ทิพย์พิฆัมพร (2563) ที่ศึกษาบุพบัจจัยของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองรอง พบว่าภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่กระตุ้นความคาดหวังของนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นตัว กำหนดพฤติกรรม ในอนาคตของนักท่องเที่ยวด้วย และสอดคล้องกับ ญัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์ และผกามาศ ชัยรัตน์ (2563) ที่ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจมาเที่ยวย่อมเกิดจากความต้องการและเต็มใจในการมาของนักท่องเที่ยว



ดังนั้น การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกควรมีการรักษาภาพลักษณ์ด้านกายภาพ และด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่มีความโดดเด่นให้คงอยู่ และควรมีการพัฒนาภาพลักษณ์ด้านสิ่งก่อสร้าง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านพืชพันธุ์และสัตว์ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ ในเวลาเดียวกัน สิ่งเหล่านี้จะเป็นการสร้างการกระจายรายได้สู่ชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ด้วยการท่องเที่ยวเมืองรองนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

องค์กรทางภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวควรมีนโยบายการจัดทำโครงการหรือสร้างกลยุทธ์การพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ดังนี้

1. การอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ให้มีความคงไว้ซึ่งความดั้งเดิมของวิถี เช่น โครงการรณรงค์การแต่งตัวพื้นถิ่นดั้งเดิม โครงการให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น
2. การอนุรักษ์และรักษาความสวยงามของทิวทัศน์ ทะเล ป่าไม้ บรรยากาศ และความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสีเขียว เพื่อลดขยะ โครงการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเพื่อลดมลพิษสู่แหล่งท่องเที่ยว (ปั่นจักรยานแทนการใช้รถยนต์หรือรถมอเตอร์ไซค์ในแหล่งท่องเที่ยว) เป็นต้น
3. การสร้างหรือพัฒนาสิ่งก่อสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ดึงดูดใจ เช่น การสร้างรูปปั้นที่สะท้อนการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การสร้างลานกิจกรรมสะท้อนวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่พร้อมให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมแบบดั้งเดิมของชุมชนได้ เป็นต้น
4. การสร้างความโดดเด่นของพืชพันธุ์และสัตว์ที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น โครงการประชาสัมพันธ์อาหารพื้นบ้านที่มีส่วนประกอบของพืชพันธุ์และสัตว์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว โครงการประชาสัมพันธ์ในการทำกิจกรรมตกปลา หาหอย หรืออื่น ๆ ที่เป็นสัตว์ที่โดดเด่นในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นต้น โดยต้องประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ ป้ายประกาศหรือช่องทางอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ
5. การสร้างความสามัคคีของคนในชุมชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้มากขึ้น เช่น โครงการอบรมในเรื่องของการสร้างอาชีพ การจัดการรายได้



และมาตรฐานของอาชีพ โครงการสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวในเรื่องความปลอดภัยเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายโดยเฉพาะการป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19 และความปลอดภัยเกี่ยวกับทรัพย์สิน (มีการดำเนินการตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด มีตำรวจท่องเที่ยวเข้ามาดูแลเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง) เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก โดยใช้การวิจัยแบบผสานวิธีเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ลุ่มลึกและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). **“ททท. จัด 7 คัมภีร์ Go Local บุกรั้งหลังปี 61 ต่อยอด 4 เดือนแรก 55 เมืองรองไทย 8 หมื่นล้าน”** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.matichon.co.th/publicize/news_1018615 [2563, 17 เมษายน].
- ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวในจังหวัดเลย. **วารสารการเงิน การลงทุน และการบริหารธุรกิจ**, 3(4), หน้า 223-242.
- ณัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์ และผกามาศ ชัยรัตน์. (2563). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง**, 9(2), หน้า 183-192.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประเสริฐ ใจสม, ศรีปริญา ฐปกระจำง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, ปริญญา บุญผดุง และเอื้ออัมพร ทิพย์ทิมพร. (2563). บุพปัจจัยของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองรอง. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**, 8(1), หน้า 133-144.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2553). **เศรษฐศาสตร์ภาคบริการ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สุวัตร สิทธิหล่อ. (2558). ท่องเที่ยวไทยก้าวไกลอาเซียน. **วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**, 10(2), หน้า 1-4.



- Burns, Peter. M., & Novelli, Marina. (2008). *Tourism development: growth, myths, and inequalities*. London, UK: CABI.
- Ching-Fu, Chen, & DungChun, Tsai. (2007). “How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?”. *Tourism Management*, **28**(4), pp. 1115-1122.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). New York, NY: Harper and Row.