

# การพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเกิดการท่องเที่ยวแบบเที่ยวซ้ำ ในจังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง

## The tourism destinations development for value added and revisiting tourists in Nakhaon Pathom and related provinces

นิพล เชื้อเมืองพาน<sup>1</sup> พิมพชนก มูลมิตร<sup>1</sup> วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์<sup>1</sup> ถิรพันธ์ ประทุม<sup>1</sup>  
นิลุบล คงเปรม<sup>1</sup> อารีรัตน์ พักเย็น<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวแบบเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อหารูปแบบการท่องเที่ยวในการพัฒนาจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง โดยใช้แบบสอบถามในการศึกษาจากพฤติกรรมและอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า จากการศึกษารูปแบบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด และมีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี อาศัยอยู่กรุงเทพมหานคร และประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณปีละไม่เกิน 5 ครั้ง และมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคเรียน ทั้งนี้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมเป็นครั้งที่ 2 หรือ 3 เพื่อมาไหว้พระ โดยตัดสินใจมาท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลที่มาจากเพื่อน/ญาติ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีสิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว คือ ความสะดวกทางการเดินทาง ทำให้นักท่องเที่ยวจัดการเดินทางด้วยตนเองด้วยรถยนต์ส่วนตัว และนิยมซื้อของฝากประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ในส่วนความต้องการการท่องเที่ยวแบบเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมที่ประกอบด้วยประเด็น ด้านปัจจัยการท่องเที่ยว ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดปฐม และความต้องการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปฐม พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นไปตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังในระดับมาก และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,001 – 3,000 บาท สำหรับระดับความความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวในระดับมาก เมื่อพิจารณาในด้านต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านคุณภาพการบริการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวพบว่าการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดนครปฐมมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวแบบพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาท่องเที่ยวแบบการเกษตร และท่องเที่ยวแบบศาสนาและจิตวิญญาณ โดยนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการท่องเที่ยวไหว้พระ/ทำบุญ มากที่สุด รองลงมา คือ ศึกษาประวัติศาสตร์ และศึกษาวินิจฉัยวัตถุท้องถิ่น และมีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวซ้ำได้ 3 รูปแบบดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในชุมชนท้องถิ่น 2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ทั้งนี้จากข้อวิจัยและข้อค้นพบนำไปสู่การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่องด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและสามารถนำความสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างดี

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

**คำสำคัญ:** อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวซ้ำ

### Abstract

The purposes of this research were to: 1) study tourism demand of tourists in Nakhon Pathom Province; 2) study the revisit demand in tourist attractions and 3) find out tourism patterns for the development of revisit tourism destinations in Nakhon Pathom province and its linkage areas. By using questionnaire for studying tourists' behavior and demand. The data then was analyzed by percentage, mean and standard deviation.

The results found that: 1) the samples were more female with the status of single and age between 35-44 years old living in Bangkok. They were government employees; monthly income was 5,001 - 10,000 Baht. Moreover, most tourists traveled within the country approximately 5 times a year and often traveled during the school - off. They traveled to Nakhon Pathom for the second or third time to pay respect to Buddha images and they decided to travel this time from friends / relatives. In addition, they expected in tourism attractions with the easiest access to travel, with be managed trip by themselves, travelled by private car, and bought food souvenirs. Furthermore, the demand for revisit tourism in Nakhon Pathom has been rising according to the tourism factor, tourist opinion and demand tourism in the province. The average expenditure was 2,001 - 3,000 Baht. In terms of tourism demand, was at a very high level. Considering the various aspects, it was found that tourists had the highest demand for quality of services, tourist activities was a higher level on their consideration in restaurants and beverages. Moreover, from the tourists' opinions, it found that the most suitable tourism pattern for Nakhon Pathom was leisure tourism, followed by agrotourism, and spiritual tourism. Most tourists traveled to merit making, followed by the history and local life learning. Finally, the research found that the 3 patterns for revisit tourism that composed; 1) leisure tourism in local community, 2) agrotourism and 3) spiritual tourism. The recommendation from the finding mentions that the spiritual tourism, such as superstition tourism is an interesting one of the pattern among the visitor visiting Nakhon Patom province.

**Keywords:** tourism demand, tourist behavior, revisit tourism

### ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้สูงให้กับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศไทย เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมส่งออกด้านอื่นๆ จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก (United World Tourism Organization-UNWTO) ได้คาดการณ์สถานการณ์การ

ท่องเที่ยวไว้ว่าในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,600 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100 ล้านล้านบาท กระจายทั่วภูมิภาคโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ในประเทศไทย พบว่าเกิดรายได้จากการท่องเที่ยว คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 1 ใน 3 ของ

รายได้รวมของประเทศ โดยการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศมูลค่าปีละหลายแสนล้านบาท และจากข้อมูลรายได้ของประเทศที่ผ่านมา ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในฐานะแหล่งสร้างรายได้ในระดับต้นๆ ให้กับประเทศมาโดยตลอด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 และในปี พ.ศ. 2558 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวไทย มีมูลค่ารวม 2.23 ล้านล้านบาท (ฐานเศรษฐกิจดอทคอม, 2559) อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพราะกระแสความนิยมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ รวมถึงการเกิดการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว และเกิดการสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น เหตุผลที่ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว นั้น เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อีกทั้งประชาชนชาวไทยมีความเป็นมิตรต่อบุคคลทั่วไป และวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนชาวไทยเป็นที่น่าศึกษาแก่ชาวต่างประเทศเป็นอย่างยิ่ง ดังเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สนับสนุนให้เกิดปีการท่องเที่ยวไทยในด้าน “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไม่เหมือนใคร” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) นอกจากนี้จากยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยกระทรวงการท่องเที่ยว ได้มีเป้าหมาย 3 ประการ คือ 1) การสร้างความยั่งยืนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยว และ 3) การสร้างจิตสำนึกในชุมชนด้านเอกลักษณ์อัตลักษณ์ และการมีส่วนร่วมในชุมชนด้านการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงเป้าหมายทั้งสามประการดังกล่าว โดยเน้นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ในฐานะเจ้าบ้าน รวมถึงการสร้าง

ยั่งยืนและหาทางเพิ่มมูลค่า และคุณค่าทางการท่องเที่ยว ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ในยุคสารสนเทศ เพื่อให้ได้มาซึ่งศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวและเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนจากเหตุผลด้านความหลากหลายและความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศ

แต่ปัจจุบันในแหล่งท่องเที่ยวประสบปัญหาต่างๆ เช่น ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการที่ไม่คำนึงถึงความยั่งยืน รวมทั้งปัญหาจากภายนอก เช่น ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ความเชื่อมั่นทางการเมือง ภัยธรรมชาติ ได้มีผลกระทบโดยตรงกับการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกลับไปยังเศรษฐกิจด้วย หลายฝ่ายจึงมองว่าการนำการท่องเที่ยวมาเป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ เน้นเรื่องของเงินอย่างเดียว อาจเกิดวิกฤตต่อชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ (กรมการท่องเที่ยว, 2554) ดังนั้นหลายหน่วยงานได้เพิ่มมุมมองเกี่ยวกับการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในพื้นที่ในฐานะเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว รวมถึงการหาทางเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยวทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน และทำให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

จังหวัดนครปฐมมีพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในเรื่องของทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และสถานที่ที่มนุษย์สร้างก่อให้เกิดมรดกมากมาย โดยเฉพาะวัฒนธรรม วิถีการดำรงชีวิตและสถาปัตยกรรม ในปัจจุบันจังหวัดนครปฐมมีชื่อเสียงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติของแม่น้ำ เกษตร และแหล่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตและสถาปัตยกรรม จนเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เกิดขึ้น (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2557) และในปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยว

ชาวไทย ให้ความสนใจและเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่นี้ มากมาย จำนวน 3,011,331 คน มีรายได้ 3,837.42 ล้านบาท และในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 3,564,887 คน มีรายได้ 4,804.55 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2560) ถึงแม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยว เดินทางเข้าเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว สูงขึ้น แต่ในทางกลับกันก็ได้มีผลกระทบทางด้านลบ เกิดขึ้นทั้งเรื่องของการทำลายทรัพยากรท่องเที่ยว ค่าครองชีพที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวิถีชีวิต และโดยเฉพาะการขาดการเรียนรู้และขาดการสร้างความรู้ เข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ใน สถานะเจ้าบ้าน (นิพล เชื้อเมืองพาน, 2557) ทั้งนี้ ใน แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้มี การศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์และ แนวโน้มทางการท่องเที่ยว ให้สามารถแก้ไขปัญหา พื้นฐานทางการท่องเที่ยว การวางแผนการพัฒนาในระยะ ยาวสู่ความยั่งยืน นำมาซึ่งรายได้และความมั่นคงทาง เศรษฐกิจ มีประเด็นที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญ 5 ประเด็น คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิด ความยั่งยืน การพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุน การท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการ ท่องเที่ยว และการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของ ภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมุมมองในประเด็นการ พัฒนาการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และยกระดับการ เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดการท่องเที่ยว เชื่อมโยง เกิดความหลากหลาย และเกิดการเดินทาง ท่องเที่ยวแบบเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนอง ความต้องการการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจึงจำเป็นที่ จะต้องมีการศึกษา วิเคราะห์อุปสงค์และความต้องการ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมเพื่อ พัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัด

นครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง และเพื่อการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และให้ประสบการณ์ ของการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจนควบคู่ไปกับการกำหนดวิธีการหรือ รูปแบบการพัฒนาและจัดการเขตท่องเที่ยวในจังหวัด ให้ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละ กลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซ้ำ ทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว และ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชุมชนเน้นการพัฒนาควบคู่ กับการอนุรักษ์และสร้างแหล่งเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่าง นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนกับชุมชนในพื้นที่และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครปฐม เพื่อเป็น ประโยชน์และสร้างรูปแบบการเรียนรู้ทางการท่องเที่ยว ร่วมกันกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม
2. ศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวแบบ เที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อหารูปแบบการท่องเที่ยวในการพัฒนา จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครปฐม และพื้นที่เชื่อมโยง

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว

ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ได้กล่าวถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นปริมาณ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปใช้บริการ รวมถึงไปซื้อสินค้าในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมาย ปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความ ต้องการ ความสามารถและความเต็มใจจ่ายซื้อสินค้าและ บริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้น ซึ่งอุปสงค์การท่องเที่ยว

ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วยฤดูกาลท่องเที่ยว ระยะเวลาพัก การเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ ความรู้สึกประทับใจ สมัยนิยม และรูปแบบของพาหนะเดินทาง ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออัตราการท่องเที่ยว ดังที่ ฆลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) ได้กล่าวว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism demand) คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและใช้บริการด้านการท่องเที่ยว ยังสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีปัจจัยสำคัญ คือ 1) ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี รายได้และระดับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสารตลาดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ และ 2) ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสื่อมวลชนกล่าวโดยสรุปได้ว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวคือความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมโดยมีปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ระยะเวลา การให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

## 2. พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่าการเข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวทำให้วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการกลับมาเที่ยวทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีด้านแรงจูงใจ และการศึกษาด้านแรงจูงใจจึงนับเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาความพึงพอใจ การตัดสินใจและการตลาด ตามทฤษฎีของ Maslow's Hierarchy of Needs ที่ได้กล่าวถึงลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ที่สามารถนำมาอธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของมนุษย์ ดังที่ ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2548) ได้สรุปลำดับขั้นโดยเริ่มจากความ

ต้องการด้านกายภาพ ความปลอดภัยความต้องการการยอมรับ ความ มีชื่อเสียง และขั้นสุดท้ายคือการรู้จักตนเอง ดังนี้คือ 1) ความต้องการทางกายภาพ 2) ความต้องการความปลอดภัย 3) ความต้องการทางสังคม 4) ความต้องการชื่อเสียง 5) ความต้องการรู้จักตนเอง นอกจากนี้ ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวตามที่วรรณ จันทิษฐ์ (2552) ได้สรุปปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไว้ 2 ประเภท คือ 1) ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย สุขภาพ รายได้ทัศนคติและการรับรู้ ประสบการณ์ 2) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคม รวมถึงปัจจัยในการหาข้อมูล และข้อมูลที่ได้รับ (Kotler, Bowen & Makens, 1999 อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร 2548, 78)

## 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) ได้กล่าวว่าการสร้างสรรค์คุณค่า (Value creation) คือกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มคุณค่า ซึ่งได้มาจากทุนสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เข้าไปในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทำให้เกิดความนิยม การใช้ความได้เปรียบหรือการนำจุดแข็งที่มีอยู่มาสร้างสรรค์ให้กับสินค้าหรือบริการ ส่งผลให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า การท่องเที่ยวและเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำอีก ดังที่เกิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้กล่าวว่าคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว คือ สิ่งที่มีค่าที่นำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวโดยสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่มนุษย์ได้ ได้มีการแบ่งประเภทของคุณค่า 4 คุณค่า ได้แก่ 1) คุณค่าด้านภูมิปัญญา 2) คุณค่าด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ 3) คุณค่าด้านสังคมและเศรษฐกิจ และ 4) คุณค่าด้านการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรรณ ทองหอม (2551) เรื่อง การศึกษาหาคุณค่าสำคัญ

ในการตอบสนองของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กล่าวไว้ว่าถ้าสามารถยกระดับคุณค่าทางการท่องเที่ยวได้ก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวได้โดยกระตุ้นให้เกิดในระดับที่ “Personal recognition” คือนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกพันกับสินค้าท่องเที่ยว การมาเที่ยวแต่ละครั้งไม่เพียงแต่ได้รับความสุขใจ แต่ยังรู้สึกว่าเสมือนได้มาบ้านที่สอง (Second home) ทำให้เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำ (Repeat tourists)

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 4,226 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559)
2. กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน โดยใช้สุทธาโร้ยามาเน่ โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05 และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental sampling)
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยแบบสอบถามอุปสงค์และความต้องการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมเพื่อพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง
4. การวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

### ผลการวิจัย

1. จากการศึกษาอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยทำการศึกษาดูด้วยแบบสำรวจข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 62.50 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 62.50 และมีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี ร้อยละ 27.00 โดยอาศัยอยู่

กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 37.50 ซึ่งส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 41.00 มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 19.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยประมาณปีละไม่เกิน 5 ครั้ง ร้อยละ 51.25 โดยปกติจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดภาคเรียน ร้อยละ 46.75 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมเป็นครั้งที่ 2 หรือ 3 ร้อยละ 50.75 โดยมีเหตุผลหลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้คือไหว้พระ ร้อยละ 51.75 และส่วนใหญ่จะตัดสินใจมาท่องเที่ยวครั้งนี้จากแหล่งข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ ร้อยละ 21.75 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังในเรื่องการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมเรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 26.25 รองลงมาคือ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 22.50 และสถานที่พักผ่อน ร้อยละ 19.00 โดยมีสิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว คือ ความสะดวกทางในการเดินทาง ร้อยละ 24.75 รองลงมา ราคาคุ้มค่า ร้อยละ 23.00 และอัธยาศัยไมตรีของผู้คน ร้อยละ 22.50 โดยเป็นการจัดการเดินทางด้วยตนเอง ร้อยละ 38.00 และใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมา ระหว่างเที่ยวและกลับนครปฐม ร้อยละ 87.50 ในกรณีที่พักรับประทานอาหารในโรงแรม/รีสอร์ท ร้อยละ 55.50 โดยทำการติดต่อด้วยตนเอง ร้อยละ 75.50 และนิยมซื้อของฝากประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ร้อยละ 37.25

2. จากการศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวแบบเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลการวิเคราะห์ความต้องการการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยประกอบด้วยประเด็นด้านปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดปฐม และความต้องการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปฐม

พบว่านักท่องเที่ยวจะไม่กลับมาเที่ยว ร้อยละ 77.25 แต่การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังในระดับมาก ร้อยละ 50 โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,001 – 3,000 บาท ร้อยละ 27.25 รองลงมาเฉลี่ย 1,001 – 2,000 บาท ร้อยละ 25 ในส่วนระดับความความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. สถานที่ท่องเที่ยว	3.92	0.71	มาก
2. สถานที่พักผ่อน (ในกรณีที่พักค้างคืน)	3.92	0.71	มาก
3. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	4.02	0.62	มาก
4. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.05	0.82	มาก
5. สินค้าที่ระลึกหรือของฝาก	3.93	0.67	มาก
5. การเจ้าหน้าที่	3.96	0.72	มาก
6. ด้านคุณภาพการบริการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	4.18	0.76	มาก
7. ด้านความปลอดภัย	3.89	0.86	มาก
8. ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	3.50	0.63	มาก
9. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.14	0.74	มาก
รวม	3.95	0.71	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านคุณภาพการบริการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.18$ ) รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.14$ ) และด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ( $\bar{x} = 4.05$ ) เมื่อพิจารณาความต้องการด้านคุณภาพการบริการเป็นรายข้อพบว่าความใส่ใจ การดูแลเอาใจใส่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{x} = 4.32$ )

รองลงมาความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.27$ ) และอภัยภัยไม่ตรีของพนักงานบริการ ( $\bar{x} = 4.19$ ) ในส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่าความเหมาะสมของกิจกรรมกับระยะเวลาในการจัดและร่วมกิจกรรม ( $\bar{x} = 4.22$ ) รองลงมาความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.19$ ) และการสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.14$ ) นอกจากนี้ในด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มพบว่าความเพียงพอของร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{x} = 4.28$ ) รองลงมา คือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ( $\bar{x} = 4.19$ ) และการบริการของพนักงาน ( $\bar{x} = 4.16$ )

นอกจากนี้จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวพบว่าการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดนครปฐมมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวแบบพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมาท่องเที่ยวแบบการเกษตร คิดเป็น ร้อยละ 20.00 และท่องเที่ยวแบบศาสนาและจิตวิญญาณ คิดเป็นร้อยละ 15.00 โดยส่วนใหญ่จะทำการเลือกที่พักในจังหวัดนครปฐมพิจารณาจากปัจจัยที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาชื่อเสียงของโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 20.75 และราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 13.50 ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมาคือรถสาธารณะท้องถิ่นเช่นรถตุ๊กๆ สองแถว สามล้อ คิดเป็นร้อยละ 5.25 และรถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการท่องเที่ยวไหว้พระ/ทำบุญ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือศึกษาประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 22.00 และศึกษาวิถีชีวิตท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 9.25 ระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ท่านใช้บ่อยมากที่สุดคือโทรศัพท์/

อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาคือห้องน้ำ  
สาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 20.75 และมีคฤหบดี คิดเป็น  
ร้อยละ 8.50

ดังนั้นทางจังหวัดควรใช้ความได้เปรียบด้าน  
ที่ตั้ง และความสะดวกในการเดินทางเป็นส่วนหนึ่งใน  
การพัฒนาสู่ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว กล่าวคือ ควร  
พัฒนาเพิ่มเติมด้านเส้นทางและป้ายบอกทางที่ชัดเจน  
เพื่อความง่ายต่อการเข้าถึง และอาจะระบบการ  
ประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ในการ  
เข้าถึงความเชื่อมโยงด้านจุดหมายปลายทาง (แหล่ง)  
ท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเที่ยวนานขึ้น

5.3 การหารูปแบบการท่องเที่ยวในการพัฒนา  
จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครปฐม  
และพื้นที่เชื่อมโยง สามารถหารูปแบบการจัดการการใน  
การพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซ้ำใน  
จังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยงได้ 3 รูปแบบดังนี้  
1) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในชุมชนท้องถิ่น  
2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) รูปแบบการท่องเที่ยว  
เชิงศาสนา โดยผู้วิจัยสังเคราะห์รูปแบบการจัดการการ  
ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมให้อยู่ในรูปแบบของ  
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ดังนี้

5.3.1 การท่องเที่ยวรูปแบบเพื่อการพักผ่อน  
ในชุมชนท้องถิ่น ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ และชุมชน  
คลองลัดอีแต่น ประกอบด้วย 9 กิจกรรม คือ

กิจกรรมที่ 1 ชมนานาบัวคุณอุษา นักท่องเที่ยว  
สามารถพายเรือเก็บและซื้อดอกบัวโดยตรง

กิจกรรมที่ 2 นั่งชมสวนผลไม้โดยมีคุณลุง  
เจ้าของสวนผลไม้เป็นผู้นำชมและให้ข้อมูลเกี่ยวกับ  
สวนผลไม้

กิจกรรมที่ 3 เรียนรู้วิธีการปลูกกล้วยไม้ และ  
ปลูกกล้วยไม้ด้วยตนเอง

กิจกรรมที่ 4 เรียนรู้กันต้องตกข้าวการแปรรูป  
ข้าวมาทำโลชั่น สบู่ และจุดเด่นคือการนำมาปรุง  
เย็นตาโฟฟักข้าว

กิจกรรมที่ 5 ชมการสาธิตทำขนมข้าวตัง  
ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่คลองมหาสวัสดิ์มีส่วนร่วมใน  
การทำข้าวตังและเรียนรู้วิธีการทำของปัญญาชาวบ้าน

กิจกรรมที่ 6 นั่งรถรางชมวิถีชีวิตชุมชน คลอง  
ลัดอีแต่น บริเวณข้างทาง ชาวบ้านได้ทำการปลูกข้าว  
ไรซ์เบอร์รี่ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว  
ชาวบ้านในละแวกทำอาชีพเกษตรกรรม ปลูกสวดยผลไม้  
ทำไร่ และทำนาข้าว

กิจกรรมที่ 7 ชมสวนส้มโอ ชื่อตั้งของ อำเภอ  
นครชัยศรี พันธุ์ที่ปลูกมากได้แก่ พันธุ์ชาวน้ำผึ้ง พันธุ์ชาว  
ทองดี และพันธุ์ขาวเป็น การปลูกส้มโอที่นี้เริ่มต้น  
การปลูกเมื่อปี 2524 นิยมการปลูกแบบร่องสวน เพราะ  
ส้มโอจะขาดน้ำนานไม่ได้

กิจกรรมที่ 8 กิจกรรมที่ไม่ใช้สารอินทรีย์ในการ  
ปลูกผักผลไม้จึงทำให้มีความปลอดภัยและได้ผลผลิตที่  
สวยงาม

กิจกรรมที่ 9 เลือกซื้อของฝากราคาขายอมเยา  
เช่นมะนาวส้มโอต้นเป็นต้น

5.3.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอ  
บางเลน จำนวน 4 กิจกรรม คือ

กิจกรรมที่ 1 สูดอากาศบริสุทธิ์ยามเช้า ณ  
ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ใช้บริการเรือพายในการชมบัวแดง  
อย่างใกล้ชิด โดยจะมีเรือเช่าพร้อมคนพายให้กับ  
นักท่องเที่ยวที่สนใจ ไปด้วยรูปกับบัวแดงใกล้ๆ

กิจกรรมที่ 2 เลือกซื้ออาหารนานาชาติ ที่วาง  
จำหน่ายอยู่บริเวณโดยรอบ ที่พลาดไม่ได้คือ รับประทาน  
เมี่ยงกลีบบัว และรับประทานกาแฟ ณ ร้านกาแฟ เรด  
โลตัส คาเฟ่ (RED LOTUS Café)



กิจกรรมที่ 3 เรียนรู้ขั้นตอนการอนุรักษ์พันธุ์พืชสมุนไพรไทย ที่ได้รวบรวมสมุนไพรไว้มากกว่า 1,200 ชนิด ทั้งในเรือนเพาะชำ หรือสมุนไพรที่ต่อกรความดูแลเป็นพิเศษ และชมได้ยากหลายชนิด เช่น โมกราชินี สรินธรวัลลี เป็นต้น

กิจกรรมที่ 4 ศึกษาดูงานของกลุ่มเกษตรชุมชนแหลมบัว ชมสวนเกษตรโดยการเดินเข้าไปสัมผัสบรรยากาศภายในสวน ดูการทำสวนและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติจริง

5.3.3 การท่องเที่ยวเชิงศาสนาอำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 3 กิจกรรม คือ

กิจกรรมที่ 1 นมัสการวัดพระปฐมเจดีย์ ขอพระร่วงโรจนฤทธิ์ พระคู่บ้านคู่เมือง ของจังหวัดนครปฐมและพระพุทธรูปเชษฐีย์ (พระศิลาขาว) ปางประทานปฐมเทศนา พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เลื่อมใสแก่คนทั่วไป

กิจกรรมที่ 2 นมัสการ พระราหู ที่วัดศรีชะทอง เป็นวัดที่ชาวนครปฐมรู้จัก และส่วนมาก นับถือพระราหู

กิจกรรมที่ 3 นมัสการวัดบางพระ เป็นวัดที่โดดเด่นทางด้าน การสักยันต์ ลงสาริกาลิ้นทอง และการลง ณ หน้าทอง นักท่องเที่ยวที่มาความสนใจทางด้านนี้ สามารถเข้ามาที่วัดบางพระได้

กิจกรรมที่ 4 นมัสการหลวงพ่อดำไร่ชิง เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย และเป็นที่เคารพนับถือของชาวบ้านในละแวก ภายในวัดยังมีการทำบุญสะเดาะเคราะห์ มีการให้อาหารปลาคาร์ฟดูคนม ที่เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

กิจกรรมที่ 5 สักการะพระพุทธรูปยืนปางลีลาขนาดใหญ่ที่มีความสวยงามที่สุด ณ พุทธมณฑล

จากรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว พบว่า ทั้ง 3 รูปแบบสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามความสนใจและมีความเชื่อมโยงกันระหว่างกิจกรรมและการใช้ทรัพยากร

ท่องเที่ยว นั้นหมายความว่า การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดจำเป็นต้องพิจารณาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมและเต็มใจร่วมให้บริการของเจ้าบ้าน (คนในพื้นที่) และความเหมาะสมกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชน

## อภิปรายผล

ภาพรวมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อมาพักผ่อนเริ่มโดยมีแนวโน้มหาข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ และมีความคาดหวังในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม และมีปัจจัยเรื่องราคาที่พักเป็นสิ่งที่สนใจในการท่องเที่ยวที่จังหวัดนครปฐม นักท่องเที่ยวนิยมซื้อของฝากประเภทอาหาร เครื่องดื่ม แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวคิดว่าในอีก 1 ปีข้างหน้าจะไม่กลับมาเพราะไม่มีกิจกรรมที่หลากหลายในการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรวางแผนในการพัฒนาในเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ ดังที่สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) ได้กล่าวว่าการสร้างสรรคคุณค่า (Value creation) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจการท่องเที่ยว ในยุคที่ต้องขับเคลื่อนด้วยทุนสมอง สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ แทนการแข่งขันด้วยการใช้ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ แรงงาน และความสามารถในการผลิต นอกจากนี้การสร้างสรรคคุณค่า (Value creation) มีความแตกต่างจาก Value added ดังนี้คือ Value creation คือ กระบวนการที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มคุณค่า ซึ่งได้มาจากทุนสร้างสรรคต่างๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา

ทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยี เข้าไปในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทำให้เกิดความนิยม การยอมรับจากผู้บริโภค การใช้ความได้เปรียบหรือการนำจุดแข็งที่มีอยู่มาสร้างสรรค์ให้กับสินค้าหรือบริการ ส่งผลให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ โดยการมองสินค้าให้เป็นกระบวนการ แล้วพิจารณาว่าในแต่ละกระบวนการนั้น เราสามารถสร้างมูลค่าได้อย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการสร้างสรรค์กิจกรรมให้มีความหลากหลายและการเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวและเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำแล้วซ้ำอีก ดังที่เท็ดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้กล่าวว่าคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว คือ สิ่งที่มีค่าที่นำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวโดยสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่มนุษย์ได้ ได้มีการแบ่งประเภทของคุณค่า 4 คุณค่า ได้แก่ 1) คุณค่าด้านภูมิปัญญา 2) คุณค่าด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ 3) คุณค่าด้านสังคมและเศรษฐกิจ และ 4) คุณค่าด้านการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธรรณ ทงหอม (2551) เรื่องการศึกษาหาคุณค่าสำคัญในการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กล่าวไว้ว่าถ้าสามารถยกระดับคุณค่าทางการท่องเที่ยวได้ก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวได้โดยกระตุ้นให้เกิดในระดับที่สี่ “Personal recognition” คือนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกพันกับสินค้าท่องเที่ยว การมาเที่ยวแต่ละครั้งไม่เพียงแต่ได้รับความสุขใจ แต่ยังรู้สึกเหมือนได้มาบ้านที่สอง (Second home) ทำให้เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำ (Repeat tourists)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจในแต่ละด้านต่างกัน คือ นักท่องเที่ยว

ชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของรองลงมาด้านกิจกรรม และด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด รองลงมาสถานที่พักผ่อนและด้านการจัดนำเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีปัจจัยภายในต่างกันทำให้ระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ มีความแตกต่างกัน ดังที่วรรณน จันทิษฐ์ (2552) ได้สรุปปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวปัจจัยภายในประกอบด้วย 1) สุขภาพเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเดินทาง ทั้งที่เกิดจากสุขภาพดีและสุขภาพไม่ดี ตัวอย่างของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมมาเพื่อวัตถุประสงค์นี้ 2) รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ปัจจัยหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวในการศึกษาการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมักใช้รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมการจ่ายของนักท่องเที่ยว Davies และ Mangan (1992 อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548) 3) ทักษะและการรับรู้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีความแตกต่างอย่างมากในแต่ละบุคคล ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ความชอบและความกลัว อย่างไรก็ตามแต่ละบุคคลให้ความสำคัญต่อยุทธปัจจัยในแต่ละตัวไม่เท่ากัน บางปัจจัยสำคัญกว่าปัจจัยตัวอื่นตามทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ของบุคคลนั้น และในบุคคลเดียวกันนี้เองการให้ความสำคัญต่อยุทธปัจจัยดังกล่าวยอมเปลี่ยนไปตามเวลา อายุ สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไป 4) ประสบการณ์ สามารถปรับเปลี่ยนทั้งสถานการณ์ ความรู้ ทักษะและการรับรู้ได้

ความต้องการการท่องเที่ยวแบบเที่ยวเช้าในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากการสำรวจความต้องการการท่องเที่ยวแบบเที่ยวเช้าในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติคิดว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของจังหวัดนครปฐมคือการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมมาเที่ยวเช้า คือ การไหว้พระ ทำบุญ ในขณะที่กิจกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวเช้า คือ การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการมีกิจกรรมที่หลากหลายและการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่นสามารถ จะกระตุ้นให้เกิดการมาเที่ยวเช้าได้ และเน้นการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่น่าจดจำในแหล่งท่องเที่ยว ดังที่กูร์วิจน์ เดชอุ่ม (2556) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติ 5 แนวทาง คือ 1) การค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม 2) การสร้างความโดดเด่นและความแตกต่าง 3) การหยั่งรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึก 4) การเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ 5) การปรับเปลี่ยนกลวิธีในการพัฒนาตลาด เมื่อนำวิธีการนี้มาพัฒนาการท่องเที่ยวจะดึงความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่มาประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมที่หลากหลายและสามารถก่อให้เกิดการเที่ยวเช้าในแหล่งท่องเที่ยวได้

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในเรื่องการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษในจังหวัดนครปฐม

2. ควรศึกษาศักยภาพในการรองรับของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน

3. ควรศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวรองในจังหวัดนครปฐม อาทิ ตลาดบางหลวง วัดละมุด หมู่บ้านไทยทรงดำ

### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยปี 2555 – 2559*. สืบค้น 21 มกราคม 2559, จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306>
- กรมการท่องเที่ยว. (2554). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยปี 2555 – 2559*. สืบค้น 21 มกราคม 2559, จาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7100](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7100)
- \_\_\_\_\_. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยปี 2558 – 2560*. สืบค้น 21 มกราคม 2559, จาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114)
- \_\_\_\_\_. (2559). *สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2558*. สืบค้น 21 มกราคม 2559, จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *รายงานประจำปี แนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวไทย*. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2559, จาก <https://thai.Tourismthailand.org>
- \_\_\_\_\_. (2558). *การศึกษาแนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวไทยในปี 2563*. กรุงเทพฯ: กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร*. สืบค้น 21 มกราคม 2559, จาก <http://thai.tourismthailand.org/home,2558>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาศลาคาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย. *การเงิน การลงทุน และการบริหารธุรกิจ*, 3(4), 223 – 242.
- ณัฐกานต์ ใจนุตมະ. (2542). *ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐานเศรษฐกิจดอทคอม. (2559). *ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่ โภจรายได้ทะลุเป้า 2.23 ล้านล้าน*. สืบค้น 29 มกราคม 2559, จาก <http://www.thansettakij.com/2016/01/08/25115>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). “มูลค่า” สู่ “คุณค่า” จาก “พ่อค้า” สู่ “ญาติมิตร” ฝ่าวิกฤตการท่องเที่ยวไทย. *ประชาคมวิจัย*. (ฉบับที่ 85), 4-7.
- ธนธรณ์ ทองหอม. (2551). *การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- นิพล เชื้อเมืองพาน. (2557). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนในภาคตะวันตกของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูริวัจน์ เดชอุ้ม. (2556). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย*. สืบค้น 21 พฤษภาคม 2560, จาก <https://tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/15130>
- วรรษมน จันทดิษฐ์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). *บริการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์*. สืบค้น 29 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.ismed.or.th>
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2557). *ยุทธศาสตร์จังหวัดนครปฐม*. สืบค้น 12 พฤษภาคม 2560, จาก [www.nakhonpathom.go.th/news\\_develop\\_plan](http://www.nakhonpathom.go.th/news_develop_plan)
- Davies, B. and Mangan, J. (1992). Family Expenditure on Hotels and Holidays. *Annals of Tourism Research*, 19, 691- 699.
- Kotler, Bowen & Makens, (1999). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, c1999.