

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์¹

Marketing mix factor 4P that affect the tourism development in
Khao Kho district Phetchabun Province.

สุภารัตน์ สร้อยมี²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านคุณภาพการให้บริการ การท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ (2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ (3) เพื่อหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำชุมชนท้องถิ่นและสมาชิกองค์กรบริการส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าขายของฝากและผู้ประกอบการที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท จำนวน 250 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้สถิติวิเคราะห์เป็นค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-Test , F-Test ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 62.80) อายุ ระหว่าง 21-30 ปี และ 41-50 ปี (ร้อยละ 26.80) สถานภาพ สมรส (ร้อยละ 46.40) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี (ร้อยละ 43.60) อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 27.60) และรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 24.80)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P) พบว่ากลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ตามลำดับความคิดเห็น ดังนี้ ผลผลิตสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.44 ช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.26 การส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ย 4.15 และ ราคา ค่าเฉลี่ย 3.99

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว ,ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และ ด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว กลุ่มประชากรให้ความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว ตามลำดับ ดังนี้

ด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.30 ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.16 และ ด้านคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.13

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P¹ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัด
จำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และ ราคา ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ
จังหวัดเพชรบูรณ์

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโท หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

The objectives of this research study were (1) To study tourism development in terms of quality of tourism services tourism image and attitude toward tourism, Khao Kho district Phetchabun Province. (2) To study and compare between personal factors. And the development of tourism in Khao Kho district Phetchabun Province. (3) The study of marketing mix factor. That affect the tourism development in Khao Kho district Phetchabun Province.

This research study is a quantitative research. The sample group included community leaders and members of local service organizations. Tour operator 250 operators of souvenir shops and accommodation operators, hotels and resorts by selecting a specific sample group. The statistical analysis was the percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test ANOVA and multiple regression analysis to test the relationship between the source variable and the dependent variable. At the statistical significance level of 0.05

The findings indicated that the majority were female (62.80%), age 31-40 and 41-50 (26.80%), marry status (46.40%), Bachelor degree (43.60%), Occupation Civil servant State enterprise employees (27.60%) and monthly 15,001-20,000 baht (24.80%).

The analysis of marketing mix factors that the respondents. The questionnaire had opinions on the of marketing mix. Overall, it was at the highest level, respectively. Opinions were as follows. Product average 4.44, Place average 4.26, Promotion average 4.15 and Price average 3.99

The results of the data analysis on the development of the local tourism sector are complete. In terms of the quality of the tourism and attitude towards tourism, population groups pay attention to the development of tourism. Thus, the attitude to tourism is the most average 4.30, on appearance tourism has the highest average 4.16 and the quality of tourism services is very highest average 4.13 fresh.

Hypothesis test results personal affect the development of tourism statistically significant at 0.05 level.

Hypothesis test results of the test on the marketing mix factors are products, place, promotion and price affecting the development of tourism in Khao Kho district Phetchabun Province with a statistically significant at 0.05 level.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันในระดับที่สูง ทั้งด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การตลาดทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการที่เป็นเลิศ (สุขุมพันธ์ บริพัตร, 2554) โดยประเทศไทยมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ซึ่งมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยวการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนการพัฒนาสินค้า บริหารและปัจจัยการสนับสนุนการท่องเที่ยว และการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และ องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน 249.1 ล้านคน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยว 159.2 ล้านคน และนักท่องเที่ยว 89.9 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,523 บาท/วัน ซึ่งสามารถสร้างรายได้แก่ประเทศสูงถึง 1,857,010 ล้านบาท

จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาคเหนือและกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ปี 2558 แสดงให้เห็นว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ ค่อนข้างมีศักยภาพสูงในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอันดับที่ 4 ของภาคและเป็นอันดับ 2 ของกลุ่ม จังหวัด โดยที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือน 1,915,786 คน และรายได้จากการท่องเที่ยว 5,792 ล้านบาท (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1)

แนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

จังหวัดเพชรบูรณ์ ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง แวดล้อมไปด้วยพื้นที่ป่าเขาเขียวขจี มีแม่น้ำสำคัญไหลผ่านคือ แม่น้ำป่าสัก การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยวและประเพณีที่สำคัญของจังหวัดเพชรบูรณ์ได้แก่ ภูทับเบิก เขาค้อ พุทธอุทยานเพชรบุระ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว งานเลี้ยงกลองล่องโคมไฟไหว้พ่อขุนผาเมือง และประเพณีอัฐมพระค่าน้ำ

จากการพัฒนาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาประเทศ ให้เป็นศูนย์กลางด้านการบริการและการท่องเที่ยว ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น การเตรียมความพร้อม แนวทางการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการ ให้เป็นแหล่งรายได้หลัก และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นที่สามารถใช้เป็น

เครื่องมือในการกระจายผลประโยชน์การพัฒนา รวมถึงการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ให้มีศักยภาพ ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งของเจ้าของธุรกิจ(ภาคเอกชน)

จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเขาค้อได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การบุกรุกที่ดิน คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวไม่เหมาะสม ข่าวดสาร การประชาสัมพันธ์ การปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ของสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งอีกส่งผลต่อภาพพจน์การท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว น้ำเสีย การจราจร ทำให้การท่องเที่ยวเขาค้อมีข้อร้องเรียนบ่อยครั้ง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและอาชีพของคนในพื้นที่

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ทักษะคนที่มีต่อการท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอ เขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

คำถามการวิจัย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันหรือไม่
- 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ปัจจัยด้านใดที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

วัตถุประสงค์

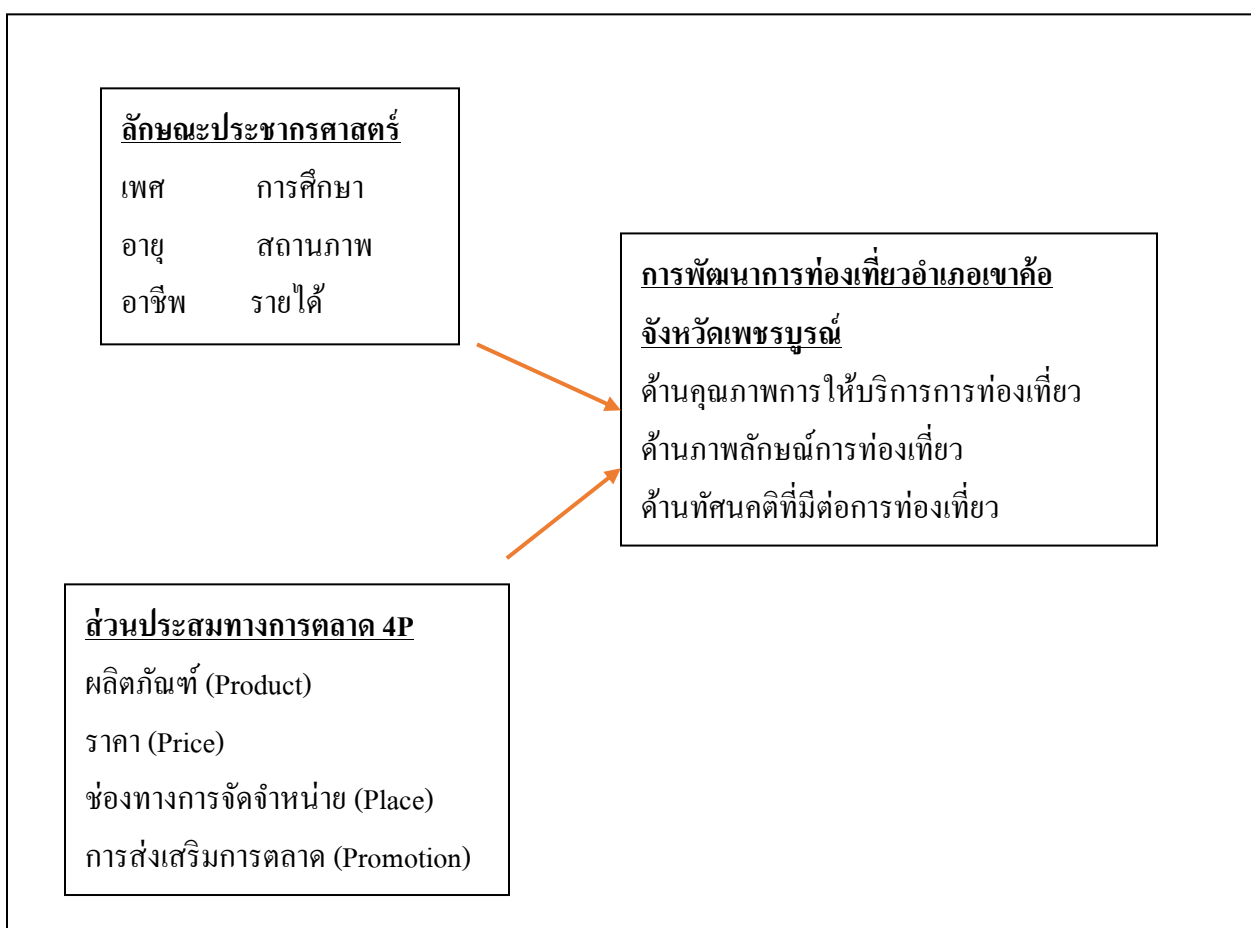
- 1) เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และด้านทักษะคนที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
- 3) เพื่อหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี รวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1.1 ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการวิจัย คือ การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ระเบียบวิธีแบบสอบถาม รวบรวมข้อมูล

1.2. ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารข้อมูลต่างๆ ได้แก่ วรรณกรรมต่างๆ บทความ อินเทอร์เน็ต ตำรา วารสารทางวิชาการ เอกสารการท่องเที่ยว และเอกสารอ้างอิงต่างๆ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้นำชุมชนท้องถิ่น (กำนัน,ผู้ใหญ่บ้าน) และสมาชิกองค์กรบริการส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าขายของฝากและผู้ประกอบการที่พักอาศัย โรงแรมรีสอร์ท จำนวน 337 คน

2.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sample) กลุ่มตัวอย่างคือผู้นำชุมชนท้องถิ่น (กำนัน,ผู้ใหญ่บ้าน) และสมาชิกองค์กรบริการส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าขายของฝากและผู้ประกอบการที่พักอาศัย โรงแรมรีสอร์ท โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของยามาเน่ (Yamane, 1973, P.25) โดยกำหนดระดับค่าของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05 จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เท่ากับ 194 คน แต่ผู้วิจัยได้จัดเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 56 คน เป็น 250 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น ซึ่งประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่

1) ปัจจัยส่วนบุคคล แบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) และ การส่งเสริมการตลาด(Promotion)

ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนทฤษฎี รวบรวมเอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการการศึกษาวิจัย และเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย จากนั้นสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย ทั้งนี้แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 4 ด้าน มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว มีจำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลคำถามที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ด้าน มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว มีจำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

โดยในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 ได้ออกแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale เป็น มาตราวัดที่ให้เลือกคำตอบ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มากปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด และกำหนดระดับมาตราส่วนที่เป็นข้อความให้เป็นค่าน้ำหนักตัวเลข เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติ กำหนดค่าระดับคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ

5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบประเมินที่ใช้ในการวิจัย มาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

5.1 ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เป็นการค้นหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แนวคิด สำนวนภาษา และการใช้ข้อความที่ถูกต้องเหมาะสม ผู้วิจัยได้ทำการปรึกษา และตรวจสอบความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับคำถามแต่ละข้อ จากนั้นทำการแก้ไขคำถามปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้เหมาะสม ก่อนนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือกับกลุ่มทดสอบ

5.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หลังจากการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบคำถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ใช้วิธีการหาค่าของสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ระดับ 0.798 ซึ่งถือว่า แบบสอบถามเชื่อถือได้

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพในการจัดเก็บข้อมูล โดยทำการจัดเก็บแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจัดเก็บจำนวน 250 คน โดยดำเนินการในการจัดเก็บข้อมูลดังนี้

6.1 ดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามชุดจริงที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้วให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้และขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ต่อไป

6.2 ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และนำคะแนนที่ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ

7. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตามที่กำหนดแล้ว มีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

7.1.การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

7.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ เป็นค่าร้อยละ(Percentage)

7.1.2 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด(4P) และการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

การวัดระดับตัวแปรพิจารณาจากค่าเฉลี่ยคะแนนผู้ตอบแบบสอบถาม แล้วนำค่าเฉลี่ย ดังกล่าวมาแปรผลกับระดับของคะแนนที่ได้จากการหาจำนวนชั้นที่เท่า ๆ กัน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ย ออกเป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Best, 1981 ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเป็นการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลหรือสามารถพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้ค่าสถิติวิเคราะห์ t-Test , F-Test ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression) เพื่อเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปผลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชากร จำนวนทั้งสิ้น 250 คน ส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 อายุ ระหว่าง 21-30 ปี และ 41-50 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.80 สถานภาพ สมรส จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 รายได้ ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P) พบว่ากลุ่มประชากรที่ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ตามลำดับ ความคิดเห็น ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ให้ความสนใจในส่วนของ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย \bar{X} = 4.44 ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ให้ความสนใจในส่วน ของ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนสะดวกในการค้นหาเส้นทาง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ค่าเฉลี่ย \bar{X} = 4.26 การส่งเสริมการตลาด(Promotion) ให้ความสนใจในส่วนของมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย \bar{X} = 4.15 และ ราคา (Price) ให้ความสนใจในส่วนของ ความหลากหลายของราคาสถานที่ท่องเที่ยวที่ ให้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย \bar{X} = 3.99

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพ การให้บริการการท่องเที่ยว ,ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และ ด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว กลุ่มประชากร ให้ความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว ตามลำดับ ดังนี้ ด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.30 (S.D = 0.444) ให้ความสนใจในส่วน เกี่ยวกับการพัฒนาเขาค้อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.42 (S.D = 0.702) ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.16 (S.D = 0.552) ให้ความ สนใจในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก ร้านอาหาร ห้องน้ำ ร้านขายของฝาก ที่ระลึก มีบริการเพียงพอ มี ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.25 (S.D = 0.696) และ ด้านคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.13 (S.D = 0.564) ให้ความสนใจในส่วนเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล/แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและ บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.21 (S.D = 0.688)

4. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลโดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) และ ราคา (Price) ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

สถานที่ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึงหน่วยงานราชการที่มีส่วนให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ต้องมีการปรับตัว ปรับเปลี่ยน วิธีการให้บริการ และมีการรักษาอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ ซึ่งอำเภอเขาค้อส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าไม้ อุทยาน และเป็นกรายกที่จะมีการพัฒนาในรูปแบบโครงสร้าง ที่เป็นการสร้างขึ้นมา เช่น ดิถ ออาคาร การปรับพื้นที่ ถนน หนทาง และปัจจุบันมีปัญหาเกี่ยวกับการบุกรุกพื้นที่ป่า เพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวและที่พักอาศัยจำนวนมาก ดังนั้นที่กล่าวมาทั้งหมด การดำเนินงานให้ถูกต้องตามกฎหมายเป็นสิ่งสำคัญ

สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งในด้านการพัฒนาด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว พร้อมด้วยการมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวต่อพื้นที่เอง เพื่อสร้างความพึงพอใจทั้งผู้ที่อยู่และผู้มาเยือน ตามที่ทำการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถจำแนกแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ในพื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ต้องสร้างหรือพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆให้เป็นที่รู้จักให้มีความโดดเด่น ทั้งทางด้าน การบริการ ภาพลักษณ์ ของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น กล่าวคือ การพัฒนาต้องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม รักษาสิ่งที่มีอยู่ และเพิ่มการพัฒนาเกี่ยวกับการให้บริการ เช่น การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีดูแลเอาใจใส่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว เต็มใจให้บริการ มีเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล/แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ และสถานที่ท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร เพียงพต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบจากคนในพื้นที่คือการบอกเส้นทาง การเดินทางไม่ชัดเจน หรือสถานที่นั้นไม่รู้จักเลยแนวทางการพัฒนาในด้านนี้คือ การมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ง่าย และสะดวกในการค้นหาเส้นทาง หรือตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยี ในบอกเส้นทาง ที่มีความแม่นยำ นอกจากนั้นยังต้องมีการพัฒนา ในส่วนของแหล่งในการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เส้นทาง,การเดินทางที่ตั้ง เพิ่มจุดให้บริการตอบข้อซักถามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และช่องทางการบริการ การชำระเงิน สินค้าและบริการ การท่องเที่ยว ที่สะดวก ทันสมัย

3. การส่งเสริมการตลาด(Promotion) กิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาดผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไม่มีกิจกรรม ด้านนี้ แต่จะมีหน่วยงานทางราชการ องค์กรส่วนท้องถิ่น ที่ร่วมมือกับตัวแทนหรือชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวที่ร่วมมือการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การเปิดฤดูกาลท่องเที่ยว ช่วง Hi Season จัดประจำปี เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ช่วง Low Season ได้แก่ ช่วงฤดูฝน ฤดูร้อน ไม่มีการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว ถึงมีก็มีน้อย ทั้งที่ในพื้นที่อำเภอเขาแก้ว ในช่วงฤดูฝน มีความสวยงามของวิวทิวทัศน์ ต่างๆ เช่น ทะเลหมอก ความเขียวชอุ่ม ของธรรมชาติ พืชผัก ผลไม้ ของฝาก ที่มีเลือกสรร ตามที่ต้องการ เช่น ยอดผักม้ง (ผักแม้ว) ลูกผักม้ง จิง อาโวคาโด แมคคาเดเมีย เป็นต้น และในช่วงฤดูร้อน มีสวนดอกไม้ ต้นไม้ที่แข่งกันออกดอก อวดความสวยงาม หลากหลากรสสี สัน พร้อมกับวิวที่สวยงาม

4. ด้านราคา (Price) สถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่บริการการท่องเที่ยวอำเภอเขาแก้ว มีความหลากหลายของราคาสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสรรตามความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความเหมาะสมของราคาต่อค่าบริการ มีการระบายละเอียดราคาสินค้าและบริการชัดเจน ความยุติธรรมในการกำหนดราคาสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ และ มีการจัดส่วนลด ราคา สินค้าและบริการอย่างเหมาะสมตามช่วงเทศกาล ฤดูกาลท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ ทุกภาคส่วน อาทิเช่น การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทรัพยากรธรรมชาติส่วนที่เกี่ยวข้อง อำเภอเขาแก้ว องค์กรบริการส่วนตำบลทุกตำบล องค์กรการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญ กับการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ในการจัดทำแผนในการส่งเสริม การสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ และผลักดันการท่องเที่ยวอำเภอเขาแก้ว เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ไปพร้อมกัน ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว.(2558).พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562. แหล่งที่มา

<http://www.dot.go.th>

กิตติมา แซ่โฮ.(2559).ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพการบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน:กรณีการศึกษาการท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.ความหมายวิวัฒนาการและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.แหล่งที่มา <http://dspace.spu.ac.th/bitstream/>

จิตพิสูทธิ์ หงส์จร.(2560).ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง.วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ดร.รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ และ รสสุคนธ์ ประดิษฐ์.(2555).โครงการแนวทางการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
พื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.รายงานวิจัยสนับสนุนโดยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัย
นเรศวร.

ทัศนาศ หงส์มา.(2555).ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด: กรณีศึกษา
ตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี.ทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยราชพฤกษ์.

นิตยสารการท่องเที่ยว-วิกิพีเดีย. สารานุกรมอิสระ. แหล่งที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/>

นิตยสารไปด้วยกันท่องเที่ยว.(2562). 25 จุดต้องแวะเมื่อมาเขาค้อ.แหล่งที่มา

<https://www.paiduaykan.com/travel/>

รัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และนัยนา เกิดวิชัย.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
เชิงสร้างสรรค์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ปีที่ 21
ฉบับที่1(2562) : มกราคม-มิถุนายน

ศลิษา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล.ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว
ซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: กรณีศึกษาภายหลังการเกิดวิกฤติการณ์ทาง
การเมือง พ.ศ. 2556-2557.วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ คณะเศรษฐศาสตร์ มศว .

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ .การจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์

พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2562.แหล่งที่มา <http://www.dhttps://www.mots.go.th/phetchabun/>

สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์.(2558).วิเคราะห์สถานการณ์การส่งเสริมและพัฒนาการ

ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม.แหล่งที่มา <http://phchabun.nso.go.th/>

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาค้อ(2559).ประวัติความเป็นมาอำเภอเขาค้อ. แหล่งที่มา

<https://district.cdd.go.th/khaokho/>

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ .แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว.แหล่งที่มา

<http://www.dhttps://www.mots.go.th/phetchabun/>

สุถิ เสริฐศรี.(2557).แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกลน อำเภอเมือง จังหวัด
สมุทรสงคราม.วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อภิดิฐ อุทิศธรรมศักดิ์.(2559).ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา
เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์.(2558).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
ของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไวต์ รีสอร์ท.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัย.
กรุงเทพ.