

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง  
จังหวัดนครศรีธรรมราช

MOTIVATION AND CULTURAL TOURISM BEHAVIOR OF TOURISTS A CASE STUDY OF PAKPOON  
SUBDISTRICT MUEANG DISTRICT NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ปาวริศา สงเกิดทอง<sup>\*1</sup>, อาภาภรณ์ สุขหอม<sup>2</sup>, กิจจุเชต ไกรवास<sup>3</sup>

PAWARISA SONGKERDTHONG<sup>\*1</sup>, ARPAPORN SOOKHOM<sup>2</sup>, KITTACHET KRIVART<sup>3</sup>

<sup>\*1,2,3</sup>รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

<sup>\*1,2,3</sup>MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION WALAILAK UNIVERSITY

\* pawarisa\_skt@gmail.com

วันที่รับบทความ 18 ตุลาคม 2567

วันแก้ไขบทความ 31 ตุลาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ 4 พฤศจิกายน 2567

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้สถิติ t-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่มและใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก และด้านราคา อยู่ในระดับมาก แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านเกียรติภูมิ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และด้านการพักผ่อน อยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ไม่เคยเดินทางมาก่อน รับทราบข้อมูลจากการบอกต่อจากคนรู้จัก/บุคคลใกล้ชิด ไม่ค้างคืน สถานที่ที่พักราคาแพงอำเภอเมือง เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์/วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดเทศกาล เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 4,000 บาทขึ้นไป การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แต่นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมการท่องเที่ยว ; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ; การท่องเที่ยวปากพูน

### ABSTRACT

Study of Motivation and Cultural Tourism Behavior of Tourists A case study of Pakphoon Subdistrict Mueang District Nakhon Si Thammarat Province. The objective is to study the behavior of tourists in cultural tourism. To study the relationship between marketing mix factors. and tourism motivation and behavior of cultural tourists, Pak Phun Subdistrict, Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province The tool used to collect data is a questionnaire. Data analysis uses frequency, percentage, mean, and standard deviation statistics. T-test statistics are used to test differences between two groups of independent variables and One-way ANOVA statistics are used. For comparing differences between independent variables with 3 or more groups, the statistical significance level is set at the .05 level.

The results of the study found that Marketing mix that is related to tourism behavior Cultural aspect of tourists The overall picture is at a high level. When considering each aspect, it was found that the product side is at a high level, followed by marketing promotion is at a high level, personnel is at a high level, and prices are at a high level Tourists' cultural tourism motivations The overall picture is at a high level. When considering each aspect, it was found that Cultural learning at a high level It is the first thing, followed by the honor aspect. There is a high level of motivation. and relaxation at a high level Cultural tourism behavior of tourists Never traveled before Receive information from word of mouth from acquaintances/close people. No overnight stays. Places to stay overnight in Mueang District. Arrive during weekends/public holidays/holidays. Traveling with spouse/family/relatives Travel by private car Travel expenses of 4,000 baht or more. Comparing cultural tourism behavior of tourists, it was found that tourists of different genders, statuses, and monthly incomes cultural tourism behavior no different Therefore, the research hypothesis was rejected. But tourists of different ages There are different behaviors in cultural tourism, which is consistent with the hypothesis. Statistically significant at the 0.05 level.

**Keywords :** travel behavior ; cultural tourism ; Pak Phun tourism

### บทนำ

การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มที่กำลังจะเกิดกระแสการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเริ่มแสวงหาประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต และศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยมประเพณีของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มุ่งเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และได้รับความรู้จากการศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 283) รวมไปถึงการตระหนักถึงความสำคัญของศิลปะ วัฒนธรรม เทศกาล โบราณคดี โบราณสถานและมรดกทางวัฒนธรรมพื้นบ้าน จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลายเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อเรื่องศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชน เห็นได้จากการที่จังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับการขนานนามเป็น “เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ แร่ธาตุอุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู” ตำบลปากพูนในอดีตเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำจากอ่าวไทยเข้ามายังใจกลางเมืองนครศรีธรรมราช เดิมชื่อ “ปากน้ำปากพูน” กลุ่มคนที่อาศัยอยู่แต่ดั้งเดิมมีทั้งชาวไทยและมุสลิม โดยชาวมุสลิมอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในรัชสมัยรัชกาลที่ 2 มีชุมชนที่สำคัญในอดีต คือ “ชุมชนโมคลาน” มีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมาย อาทิ อุโมงค์ Amazon ล่องเรือชม ทัศนียภาพสองฝั่งพร้อมกับวิถีประมง เป็นต้น

ซึ่งสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องสร้างแรงดึงดูดหรือแรงจูงใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวให้มากขึ้น ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้เป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว สำหรับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตำบลปากพูน เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตของชาวปากพูน เนื่องจากพื้นที่ปากพูนเป็นระบบนิเวศของป่าชายเลน มีการดำเนินวิถีชีวิตแบบชาวประมง มีการแปรรูปของอาหารทะเล มีวัฒนธรรมการกิน การอยู่ที่น่าสนใจ มีวัดไพศาลสถิต โบสถ์เก่าแห่งนี้มีรากของต้นโพธิ์ต้นไทรโอบอุ้มไว้อย่างสวยงามและน่าพิศวง วัดไพศาลสถิต แห่งนี้เป็นศูนย์รวมจิตใจ ความเชื่อ ความศรัทธาของชาวบ้านเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีพระเกจิ พระครูพิศาลวิหารวัตร ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นพระเกจิอาจารย์ระดับแนวหน้าแห่งนครศรีธรรมราช มีแหล่งดินเผาที่ผาสูกดินเผา บนเส้นทางสายบางปูยังมีลักษณะของวิถีชุมชนดั้งเดิมปรากฏให้เห็นเด่นชัดและเป็นเอกลักษณ์นั้นก็คือ การทำอิฐมอญ ตลอดเส้นทางสายนี้จะมีโรงเผาอิฐแดง หรืออิฐมอญหลายโรงสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวปากพูน จะต้องมาลองทำเครื่องปั้นดินเผาแบบ DIY ด้วยตัวเอง

ทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช และส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### ทบทวนวรรณกรรม

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** หมายถึง กิจกรรมหรือการแสดงออกในลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหาร หรือการซื้อสินค้า เป็นต้น (สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2556)

**การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ และศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ เป็นต้น

**การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง การโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านสื่อต่าง ๆ มีการแจกของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่น การจัดกิจกรรมตามเทศกาล ณ สถานที่ท่องเที่ยว/ที่พัก และความสะดวกรวดเร็วในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว/ที่พัก

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ที่นำมาใช้ร่วมกัน และใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก (4P) คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และบุคลากร (Kotler, Philip. 2000)

**แรงจูงใจการท่องเที่ยว** หมายถึง สภาวะแรงผลักดันให้คนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม และด้านความเชื่อ แรงจูงใจช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะตอบสนองความต้องการส่วนตัว จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (McIntosh & Goeldler, 1995 อ้างถึงใน วรพรรณ สงัดศรี, 2558 : 37)

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา วัดยางใหญ่ (ตาพรานบุญ) จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาผู้วิจัยได้เสนอวิธีการดำเนินการวิจัย โดยจำแนกรายละเอียดของแต่ละวิธีดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ การคำนวณหาขนาดตัวอย่าง เนื่องจากการวิจัยนี้ประชากรเป็นกลุ่มที่ไม่ทราบค่าที่แน่นอนผู้วิจัยจึงใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบค่าประชากร (สราวุฒิวัชรบัณฑิต, 2552) ได้จำนวน จำนวน 400 ชุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้มีรูปแบบงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนทฤษฎีแนวคิดและเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชและเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน วิทยานิพนธ์ บทความ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อใช้ข้อมูลในการสนับสนุนผลการวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นเช่น

- 1.1 จากเอกสาร วารสาร บทความ และงานวิจัย
- 1.2 จากหนังสือและตำราเรียนทั้งในและต่างประเทศ
- 1.3 จากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองและตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการเก็บรวบรวมข้อเท็จจริงต่างๆ จากลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้เก็บรวบรวมในรูปแบบของร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่

2.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

### ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวทัศนศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.90$ , S.D.=0.60) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมความมีชื่อเสียงและเป็นของรู้จัก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.22$ , S.D.=0.72) รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยว แสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.89$ , S.D.=0.75) ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.83$ , S.D.=0.73) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.79$ , S.D.=0.75) และมีที่พัก/ร้านอาหาร เพียงพอและเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76$ , S.D.=0.71) เป็นอันดับสุดท้าย

ด้านราคา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.75$ , S.D.=0.72) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้ราคาอาหารและเครื่องดื่ม/ของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.87$ , S.D.=0.67) รองลงมาคือ ความคุ้มค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.80$ , S.D.=0.71) ค่าบริการเช่ารถ และอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73$ , S.D.=0.72) ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.70$ , S.D.=0.75) และไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.67$ , S.D.=0.77) เป็นอันดับสุดท้าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.82$ , S.D.=0.68) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D.=0.56) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว/ที่พัก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.82$ , S.D.=0.68) โฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76$ , S.D.=0.71) การจัดกิจกรรมตามเทศกาล ณ สถานที่ท่องเที่ยว/ที่พัก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.75$ , S.D.=0.72) และมีการแจกของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.71$ , S.D.=0.74) เป็นอันดับสุดท้าย

ด้านบุคลากร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.80$ , S.D.=0.70) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.97$ , S.D.=0.62) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่/คนในพื้นที่ มีความสุภาพ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.84$ , S.D.=0.72) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ/ให้ความรู้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.78$ , S.D.=0.71) เจ้าหน้าที่/คนในพื้นที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.77$ , S.D.=0.70) และการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ โดยคนในพื้นที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.66$ , S.D.=0.75) เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.81, S.D. = 0.67$ )

2. การวิเคราะห์แรงจูงใจการท่องเที่ยวยุติเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม พบว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวยุติเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.80, S.D.=0.70$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้ตำบลปากพูน มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ดึงดูดใจ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.51, S.D.=0.53$ ) รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการแนะนำ เกี่ยวประวัติความเป็นนามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.32, S.D.=0.57$ ) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ในวันสำคัญทางศาสนา มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.26, S.D.=0.59$ ) ในชุมชนมีการแสดงถึงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านภาคใต้ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.18, S.D.=0.66$ ) และการเรียนรู้ประเพณีวัฒนธรรมไทย และศาสนาจากงานเทศกาลต่าง ๆ และวิถีชีวิตของชุมชน เช่น เทศกาลอาหารทะเล มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.12, S.D.=0.64$ ) ตามลำดับ

ด้านเกียรติภูมิ พบว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวยุติเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.92, S.D.=0.65$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ท่านถือว่าเป็นรางวัลให้แก่ชีวิต มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.17, S.D.=0.49$ ) รองลงมาคือ การท่องเที่ยวทำให้มีแรงผลักดัน มีกำลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป ( $\bar{x} = 3.92, S.D.=0.63$ ) การท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ส่งเสริมให้ท่านเกิดการพัฒนาตนเองในด้านสุขภาพ จิตใจและอารมณ์ที่ดีขึ้น มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.91, S.D.=0.68$ ) สถานที่ท่องเที่ยวมีการแสดงถึงวิถีวัฒนธรรม การมาเที่ยวสถานที่แห่งนี้ทำให้รู้สึกเหมือนได้รับรางวัลของชีวิต มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.82, S.D.=0.72$ ) และการท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ถือเป็นการท่องเที่ยวที่เพื่อนหรือบุคคลใกล้เคียงไปและมาเล่าให้ฟัง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.78, S.D.=0.75$ ) ตามลำดับ

ด้านการพักผ่อน พบว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวยุติเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.92, S.D.=0.68$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวทำให้เกิดความผ่อนคลาย มีความสุขกับธรรมชาติและวัดที่สวยงาม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.10, S.D.=0.59$ ) รองลงมาคือ พื้นที่ใกล้เคียงมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ให้ได้เที่ยวชม และพักผ่อน เช่น ทะเล ( $\bar{x} = 3.93, S.D.=0.68$ ) การเที่ยวถือเป็นการพักผ่อนและได้ไหว้พระขอพร มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.88, S.D.=0.70$ ) เมื่อมาท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุขและเพลิดเพลินกับสถานที่ที่แปลกตาสวยงาม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.87, S.D.=0.69$ ) และสถานที่ท่องเที่ยวมีพื้นที่ให้นั่งพักผ่อนเพียงพอ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.84, S.D.=0.74$ ) ตามลำดับ

ในภาพรวมด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.88, S.D. = 0.67$ )

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช อายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตำบลปากพูน อำเภอเมือง แตกต่างกัน

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช สถานภาพที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตำบลปากพูน ไม่แตกต่างกัน

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตำบลปากพูน ไม่แตกต่างกัน

### อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ในภาพรวมด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก และด้านราคา อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนียา กิติติกาศย์พุทธ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อยู่ใน อันดับมากที่สุด และสอดคล้องกับกันคพงศ์ คุ่มโนนชัย (2565) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา

ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ ตามลำดับ

ดังนั้น จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก นั้นอาจเนื่องมาจาก ตำบลปากพูน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงและเป็นรู้จักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากตำบลปากพูนมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ มีการดำเนินวิถีชีวิตแบบชาวประมง มีพื้นที่ติดทะเล ทำให้มีแหล่งอาหารทะเลที่มีชื่อ รวมถึงมีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากอาหารทะเลเป็นของที่ระลึกด้วย

ด้านราคา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสุกัญญา พวงสนธิ (2564) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา ค่าเฉลี่ยสูงสุด



ดังนั้น จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคา อยู่ในระดับมากนั้น อาจเนื่องมาจากราคาของอาหาร และเครื่องดื่ม/ของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสม รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการท่องเที่ยวตำบลปากพูนไม่สูงเกินไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับเบญจวรรณ บวรกุลภา และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ย 3.81

ดังนั้น จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากนั้นอาจเนื่องมาจาก มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลปากพูนอย่างทั่วถึง ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงมีความสะดวกรวดเร็วในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ด้านบุคลากร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับเบญจวรรณ บวรกุลภา และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านบุคลากรค่าเฉลี่ย 3.95

ดังนั้น จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากนั้นอาจเนื่องมาจาก มีเจ้าหน้าที่ไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยการแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีความสุภาพ และกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวในจุดต่างๆ จะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

2. แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านเกียรติภูมิ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และด้านการพักผ่อน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม พบว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับธิดาภรณ์ ชัยเอียด (2561) ได้ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจติย (ไ้ไข) อำเภอสิชล จังหวัด

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ดังนั้น จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากนั้นอาจเนื่องมาจาก ตำบลปากพูน มีความสวยงาม ดึงดูดใจ สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติได้สัมผัสวิถีชีวิตในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการทำประมง การแปรรูปอาหารทะเล รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งโบราณสถาน วัดที่มีความเก่าแก่ยาวนาน

ด้านเกียรติภูมิ พบว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสุกัญญา พวงสนธิ (2564) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม พบว่า ด้านแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ดังนั้น จากผลการศึกษาดังกล่าว แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านเกียรติภูมิ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากนั้นอาจเนื่องมาจากการได้มาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลปากพูนแห่งนี้ถือเป็นรางวัลให้แก่ชีวิต

ในการท่องเที่ยวตามวิถีทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของภาคใต้ การได้สัมผัสกับธรรมชาติการดำเนินชีวิต และการได้ไหว้พระขอพรทำให้มีแรงผลักดัน มีกำลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป

ด้านการพักผ่อน พบว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสุกัญญา พวงสนธิ (2564) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจในด้านเพื่อการพักผ่อน

ดังนั้น จากผลการศึกษาดังกล่าว แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการพักผ่อน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากนั้นอาจเนื่องมาจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลปากพูน ทำให้เกิดความผ่อนคลาย มีความสุขกับวัดที่สวยงาม และในพื้นที่ใกล้เคียงยังไม่สถานท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้ได้เที่ยวชม

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตำบลปากพูน คือ ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทาง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับธิดาภรณ์ ชัยเอียด (2561) ได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวมากกว่า 2 ครั้ง สอดคล้องกับการศึกษาของทัศนียา กิตติภาคย์พุทธ (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง พบว่า จำนวนที่มาเที่ยวเคยมามากกว่า 2 ครั้ง และสอดคล้องกับการศึกษาของภคมน หงษ์คู่ (2565) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า มีพฤติกรรมในการเข้ามาท่องเที่ยว โดยเดินทางมาเที่ยว 1-2 ครั้ง

แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับตำบลปากพูน คือ รับทราบข้อมูลจากการบอกต่อจากคนรู้จัก / บุคคลใกล้ชิด ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับธิดาภรณ์ ชัยเอียด (2561) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากการบอกต่อจากบิดามารดา ญาติพี่น้อง เพื่อน แฟน

การมาพักค้างคืน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ค้างคืน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับธิดาภรณ์ ชัยเอียด (2561) ได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่พักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 83.5

สถานที่ที่พักค้างคืนส่วนใหญ่พักอำเภอเมือง ซึ่งผลการศึกษาขัดแย้งกับได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พักค้างคืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 16.5 ประกอบด้วย พักค้างคืนในอำเภอสิชล อำเภอขนอม อำเภอท่าศาลา ร้อยละ 7 พักค้างคืนในอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 6

ช่วงเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์/วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดเทศกาล ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับทัศนียา กิตติภาคย์พฤทธิ์ (2563) ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนเดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ สอดคล้องกับการศึกษาของพูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัด พบว่า ช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธรคือวันเสาร์และวันอาทิตย์

ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว คือ คู่ครอง/ครอบครัว/ญาติ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับทัศนียา กิตติภาคย์พฤทธิ์ (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถส่วนตัวกับครอบครัว/ญาติ สอดคล้องกับการศึกษาของพูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ

พาหนะที่ใช้เดินทางในการท่องเที่ยว คือ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับธิดาภรณ์ ชัยเอียด (2561) ได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า พาหนะที่ใช้ คือ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 83 สอดคล้องกับทัศนียา กิตติภาคย์พฤทธิ์ (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถส่วนตัว รวมทั้ง สอดคล้องกับการศึกษาของภคมน หงษ์ภู (2565) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 4,000 บาทขึ้นไป ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับพูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป

4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน ตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาย และหญิง นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยวัตถุประสงค์เดียวกัน จึงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับพูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่

แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพที่ต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตำบลปากพูน ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่เดินทางกันมาเป็นครอบครัว ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับพูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตำบลปากพูน ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว นั้น มีค่าใช้จ่ายไม่มากนักเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมาเที่ยวชมได้โดยไม่ต้องกังวลเรื่องรายได้ที่มี ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับพูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร พบว่า รายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลปากพูน แตกต่างกัน ตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว นั้น ต้องมีการเดินทางผู้สูงอายุอาจไม่สะดวกในการเดินทาง หรือนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยก็ไม่นิยมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับชิตาภรณ์ ชัยเอียด (2561) ได้ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจติย (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับพูนทรัพย์ เศษศรี (2566) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร พบว่า อายุของนักเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับสุกัญญา พวงสนธิ (2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ อายุ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวมด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก และแรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีนโยบายส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การจัดเคมเปญท่องเที่ยวนครเมืองสองธรรม จัดให้มีกิจกรรมไหว้พระขอพรในวัดต่างๆ ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. รัฐบาลควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งของภาครัฐ และเอกชน

เพื่อสร้างเครือข่ายในการพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ เดินทางเข้าถึงง่าย และมีระบบสาธารณูปโภคที่เอื้ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3. ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวควรมีนโยบายเชิงรุกและจัดสรรงบประมาณสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกลุ่มลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ให้ชุมชนเข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยการจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และกิจกรรมโดยประยุกต์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ร่วมกันทำกิจกรรมเรียนรู้ประสบการณ์ เพื่อเป็นดึงดูดนักท่องเที่ยวและเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2. จัดศูนย์การเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน โดยแต่ละชุมชนมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต การสาธิตการทำอาหารท้องถิ่น เช่น การแปรรูปอาหาร

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรอื่นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อรับทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### เอกสารอ้างอิง

กชชมน วงศ์คำ. (2562). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวขัว ตำบลแกดำ อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กนกพิชญ์ วิษณุวรพันธ์ และคณะ. (2561). แนวทางการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

กนต์รัฐสิทธิ์ เลิศไพโรงาม. (2556). การตลาดทางตรงแบบอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ: ไอ เอ็ม บুকส์.

กันคพงศ์ คุ่มโนนชัย. (2565). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 5(4), 165-172.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยว. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ชฎามาต ขาวสะอาด และคณะ. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยเพื่อพัฒนาสุขภาพผู้สูงอายุ ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต : กรุงเทพฯ.

ชวัลนุช อุทยาน. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (ระบบออนไลน์). <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2547). ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.

ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชูเกียรติ นพเกต. (2542). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงราย : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

- เต็มสิริ ขำทอง. (2559). ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยกย้ายที่ดีในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทัศนียา กิตติภาคย์พฤกษ์. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6(3), 72.
- ทิตชาย ช่วยบำรุง. (2558). องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว. คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA).
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). ชุดโครงการ วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2552. สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว : กรุงเทพฯ.
- ธิดาภรณ์ ชัยเอียด. (2561). แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดเจดีย์ (ไผ่ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช. การศึกษาอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- นวพร บุญประสม. (2564). แรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษา: วัดสำคัญในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. 27(1), 113-114.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- เบญจวรรณ บวรกุลภา และคณะ. (2563). กลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 “พื้นที่ชีวิตคืนจิตวิญญาณทวาราวดี” วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวาราวดี วัดไร่ขิง พระอารามหลวง จ.นครปฐม วันที่ 1 กันยายน 2562. หน้า 610-625.
- ปิ่นสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรัชญา บุญเดช. (2561). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้าเลขาขอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปิ่นอุทัย คงทอง และคณะ. (2566). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน. 5(1), 41-42.
- แผนแม่บท 05. (2566). รายงานสรุปผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ประจำปี 2565. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- พงศธร เกษสำลี. (2543). คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Handbook). กรุงเทพฯ : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พิมพ์พรรณ สุจารินพงศ์. (2549). มัคคุเทศก์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พูนทรัพย์ เศษศรี. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร. วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 4(1), 56-57.
- ภคมน หงส์ถู. (2565). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- ภักษณ์ อัครางกูร. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น : คลังนาวิทยา
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2561). เอกสารการสอนวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ราณี อิศัยกุล. (2546). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพ การจัดการการท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- วรพรรณ สังตศรี. (2558). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรภรณ์ ระเบียบศรี. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัด ในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิภาวี อินทราคม. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การศึกษาอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- สถาบันนโยบายสาธารณะ. (2566). แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580. (ระบบออนไลน์). [https://ppi.psu.ac.th/upload/forum/20\\_2561-2580.pdf](https://ppi.psu.ac.th/upload/forum/20_2561-2580.pdf)
- สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2564). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570. นครศรีธรรมราช : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช.
- สุกัญญา พวงสนธิ และประสพชัย พสุนนท์. (2564). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 12 (2), 203-204.
- สุกัญญา พวงสนธิ. (2564). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุริรัตน์ เตชะทวีวรรณ. (2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอน. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุไรดา กาชอ. (2561). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล. กรุงเทพฯ : คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรพรรณ แปลงเงิน. (2559). แนวทางการจัดกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ บนเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬา และนันทนาการ. คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี.
- Kar. (2011). The 8 Ps of Services Marketing. Online available From <http://business-fundas.com/2011/the-8-ps-of-services-marketing>
- Kotler, P. (2000). Marketing management (The millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall International.
- Lamb, Chrls W. , Joseph F. Hair. and Carl McDaniel. (2000). Marketng. 5 th ed. Cincinnati : South- Western College.
- Tourism Western Australia. (2 0 0 8) . Five A's of Tourism. Retrieved 2 5 September 2 0 1 6 , from [http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart\\_five%20A%20of%20TourismLOW.pdf](http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart_five%20A%20of%20TourismLOW.pdf)