การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)
คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2558

การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา
คณะการจัดการการท่องเที่ยว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร. พัทรียา หลักเพ็ชร)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)

รองศาสตราจารย์..... ประธานกรรมการ

(ดร. ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... กรรมการ

(ดร. พัทรียา หลักเพ็ชร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... กรรมการ

(ดร. รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์)

รองศาสตราจารย์..... คณบดี

(ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง)

มีนาคม 2559

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา
ชื่อผู้เขียน	นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)
ปีการศึกษา	2558

การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา 2) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการใช้การแจกแจงความถี่ การคำนวณหาค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลักษณะของตัวแปร ในการแสดงผลใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ Independent Sample t-test การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA (F-test) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรหลักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =3.42) ด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =3.33) ด้านนโยบายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =3.31) ด้านปัจจัยอื่นๆอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =3.31) และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =3.25) ตามลำดับ ส่วนระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับที่อยู่ในระดับมากคือ ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ =3.52) รองลงมาคือ ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ ($\bar{x}$ = 3.47) อยู่ในระดับปานกลาง คือ ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา ($\bar{x}$ =3.39) และขีดความสามารถการรองรับด้านสังคม ($\bar{x}$ =3.36) ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านอาชีพ ประเภทขององค์กร วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทองค์กร และวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 รวมทั้งศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการรองรับ

โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 6 ด้านคือ 1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริการของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 2) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 3) นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 4) การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 5) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และ 6) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างไปจากเดิม

ABSTRACT

Title	An Empirical Study of Potential Tourist Attractions and Carrying Capacity Management of Incentive Tourists: A Case Study of Indian Tourists in Pattaya City
Author	Miss Benjamaporn Chumnanchar
Degree	Master of Arts (Integrated Tourism Management)
Year	2015

The objectives of this study were 1) to study the potential and carrying capacity in management of tourism destination toward incentive tourists in a case study of Indian tourists in Pattaya city, 2) to survey for tourists' opinion in potential of tourism destination and carrying capacity in management and support of incentive travel tourists in a case study of Indian tourists in Pattaya city categorized by their demographic characteristics and tourism behavior, and 3) to propose policy suggestions to accommodate Indian incentive tourists in Pattaya city.

This study was conducted in quantitative and qualitative approaches. Data was collected through questionnaire and in-depth interview. Sample group was 400 Indian incentive tourists in Pattaya city and people involved in incentive travel. The Statistical Package for Social Sciences (SPSS) was used to analyze variables with descriptive Statistics such as frequency distribution, percentage calculation and standard deviation of variables. Also, inferential statistics were also used to test the research hypotheses with Independent Sample t-test, One-way ANOVA (F-test) and Multiple Regression Analysis.

The results have shown that while the potential of tourism destination in core resources is high ($\bar{x}$ =3.42), other variables such as tourism support factor ($\bar{x}$ =3.33), policy ($\bar{x}$ =3.31), other factors ($\bar{x}$ =3.31) and tourism destination management ($\bar{x}$ =3.25) are in moderate level respectively. On the other hand, carrying capacity in tourism support management, the highest carrying capacity is

in environmental support ($\bar{x}$ =3.52) followed by physical carrying capacity ($\bar{x}$ = 3.47), psychological carrying capacity ($\bar{x}$ =3.39) and social support ($\bar{x}$ =3.36) carrying capacity respectively.

The opinion of Indian tourists who are different in occupation, type of organization, purposes of travelling toward carrying capacity in comparison with those of tourists who are different in gender, age, education, occupation, income, type of organization and purposes of travelling towards the potential of tourism destination has statistically significant difference at the level of 0.05. The potential of tourism destination has impact on carrying capability.

This study came up with a conclusion of 6 suggestions for policy to accommodate Indian incentive tourists which are 1) development of tourism destination and service of incentive tourism, 2) development of human resources in incentive tourism, 3） Government policy towards incentive tourism, 4） support and promotion for incentive tourism network, 5） promotion of incentive tourism marketing and, 6) promotion of different incentive tourism activities.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทรียา หลักเพ็ชร ที่สละเวลาอันมีค่ามาให้ความรู้ คำแนะนำในการจัดทำวิจัย ตลอดจนถ่ายทอดความรู้ในการวิจัยซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยเป็นอย่างมาก อาจารย์ยังเป็นแบบอย่างที่ดีในการทุ่มเทให้กับศิษย์และงานด้านวิชาการอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย

ขอบพระคุณคณาจารย์ คณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ที่ได้ให้ความรู้และมอบประสบการณ์เรียนรู้ ให้ความช่วยเหลือแนะนำแก่ผู้ศึกษา ตลอดจนดูแลนักศึกษาเป็นอย่างดี คณาจารย์ทุกท่านยังคงเป็นแรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่นักศึกษาเสมอมา

ขอบพระคุณ ดร. พนิดา สุขศรีเมือง ดร.สุขยืน เทพทอง และอาจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ สำหรับคำแนะนำและข้อชี้แนะเกี่ยวกับเครื่องมือในการวิจัยที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์สมาคมโรงแรมไทย สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หัวหน้าฝ่ายการตลาดบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ และผู้บริหารบริษัทจีทีฮอลิเดย์ทราเวลแอนด์เซอร์วิส สำหรับการให้ข้อมูลและคำแนะนำประกอบการทำงานวิจัยเล่มนี้

ขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อประชุม สัมมนาและเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทุกท่านที่สละเวลาและให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม

ขอบพระคุณเพื่อนๆ และพี่ๆ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร-ศาสตร์ ภาคปกติ รวมถึงเจ้าหน้าที่ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยวทุกท่านที่มีน้ำใจช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้เสมอมาจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอบพระคุณ คุณอาทิวราห์ คงมาลัย ที่เป็นเสมือนกำลังใจของผู้ศึกษา ทำให้ผู้ศึกษามีแรงบันดาลใจในการทำงานวิจัยเล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดมา ผู้วิจัยขอมอบความสำเร็จทั้งหมดในงานวิจัยและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาครั้งนี้ให้กับทุกท่านที่กล่าวมาด้วยความยินดียิ่ง

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา

มีนาคม 2559

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	**(1)**
ABSTRACT	**(3)**
กิตติกรรมประกาศ	**(5)**
สารบัญ	**(6)**
สารบัญตาราง	**(9)**
สารบัญภาพ	**(13)**
สัญลักษณ์และคำย่อ	**(14)**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.7 สมมติฐานงานวิจัย	9
บทที่2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**12**
2.1 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	13
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	29
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับแหล่งท่องเที่ยว	39
2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยว เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	46
2.5 ข้อมูลนักท่องเที่ยวอินเดียและสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	50
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย **59**

3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย 60

3.2 วิธีการวิจัย 61

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 63

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 68

3.5 การทดสอบสมมติฐาน 70

บทที่ 4 ผลการศึกษา **72**

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกกรมนักท่องเที่ยว 73

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 77

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว 88

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพและขีดความสามารถการรองรับจำแนกตามประชากรศาสตร์และพฤติกกรมนักท่องเที่ยว 93

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ 149

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 154

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ **161**

5.1 สรุปผลการศึกษา 162

5.2 อภิปรายผล 173

5.3 ข้อเสนอแนะ 182

บรรณานุกรม **185**

ภาคผนวก **192**

ภาคผนวก ก แบบสอบถามฉบับภาษาไทย 193

ภาคผนวก ข แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ 203

ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์ 213

ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม 217

ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์ค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 227

ภาคผนวก ฉ หนังสือแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ 238

ประวัติผู้เขียน **242**

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

2.1 การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 22

2.2 การเปรียบเทียบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจากการทบทวนวรรณกรรม 36

2.3 การคัดเลือกและจัดหมวดหมู่ตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 38

2.4 การเปรียบเทียบขีดความสามารถการรองรับทางการท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรม 45

3.1 สรุปการสร้างเครื่องมือของตัวชี้วัด 65

3.2 ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 67

4.1 จำนวนและร้อยละปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา 73

4.2 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาโดยรวมด้านหลัก 77

4.3 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านทรัพยากรหลัก 78

4.4 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว 80

4.5 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 82

4.6 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านนโยบาย 84

4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านปัจจัยอื่นๆ 86

4.8 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาโดยรวม 88
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านกายภาพ 89
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านสังคม 90
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านจิตวิทยา 91
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม 92
4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามเพศ 93
4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอายุ 94
4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามระดับการศึกษา 96
4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอาชีพ 97
4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอาชีพ 99
4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย 101
4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามประเภทองค์กร 102
4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามประเภทองค์กร 105
4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 108

4.22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 110
4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 112
4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 114
4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ 115
4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ 116
4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา 118
4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา 120
4.29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ 121
4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ 123
4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ย 126
4.32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ย 128
4.33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทองค์กร 130
4.34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทองค์กร 132
4.35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 139
4.36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 141

4.37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 146
4.38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 147
4.39 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ 149
4.40 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 151
4.41 ความคิดเห็นด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดีย 154

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

2.1 กรอบแนวคิดการให้รางวัล 24

2.2 รางวัลที่เป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 25

2.3 รางวัลที่นำไปสู่แรงจูงใจในการทำงาน 26

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการปฏิบัติงาน 27

2.5 กรอบแนวคิดขีดความสามารถทางการแข่งขันและความยั่งยืน ของแหล่งท่องเที่ยว 33

3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย 60

4.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 160

สัญลักษณ์และคำย่อ

n	หมายถึง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size)
P	หมายถึง	ค่าสัดส่วนของตัวอย่าง เท่ากับ 0.5
E	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง
Z	หมายถึง	ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ 95%
$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)
S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
df	หมายถึง	ค่าองศาอิสระ (degree of freedom)
Sig	หมายถึง	ค่าระดับนัยสำคัญ (Significance)
b	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธ์ถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ
S.E.	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Eror)
β	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธ์ถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน
t	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบ t – test (Independent Sample t-test)
F	หมายถึง	ค่าสถิติเอฟ F-test (One-way ANOVA)
*	หมายถึง	การมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05
R^2	หมายถึง	ค่าแสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมด (R square)
P-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็น (ระดับนัยสำคัญ)
LSD	หมายถึง	วิธีการทดสอบหาค่าเฉลี่ยรายคู่ (Least Significant Different)
MRA	หมายถึง	สถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา

สถานการณ์และวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยส่งผลต่อกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว เดือนพฤษภาคม 2557 (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) พบว่า เดือนพฤษภาคม 2557 มีนักท่องเที่ยวหดตัวร้อยละ 5.93 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวหดตัวร้อยละ 3.91 จากสถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ สถานการณ์การชุมนุมที่ยืดเยื้อ โรคระบาด และความปลอดภัยในด้านต่างๆ ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวซบเซาลง นอกจากนี้ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวของประเทศลดลง จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวและการเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกันเกิดการรองรับไม่ทันและไม่มีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม หน่วยงานต่างๆ ที่สนับสนุนทางด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งการสร้างความพร้อมในการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความพร้อมของการให้บริการจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการระบุคุณค่าหรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559)

อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรืออุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆและสามารถสร้างรายได้ในด้านการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่ การจัดประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดประชุมนานาชาติ (Convention) การจัด

แสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศจำนวน 1,013,502 คน แต่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 88,485 ล้านบาท โดยอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 5.8 วันและมีอัตราการใช้จ่ายสูงถึง 87,306 บาทต่อคนต่อวัน หากเทียบสัดส่วนจำนวนคนต่อรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไมซ์มีรายได้การท่องเที่ยวในอัตราที่สูง นักท่องเที่ยวในกลุ่มไมซ์จึงเป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีศักยภาพการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในอัตราที่ค่อนข้างสูงและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้เป็นจำนวนมาก (ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) เป็นอีกหนึ่งกลุ่มในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีการให้รางวัลหรือสิ่งตอบแทนเป็นการท่องเที่ยว โดยที่บริษัทหรือหน่วยงานจะยินดีจ่ายให้กับพนักงานหรือบุคลากรที่ประสบความสำเร็จเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ซึ่งการเดินทางในประเภทนี้รวมถึงการให้รางวัลเพื่อไปเข้าร่วมสัมมนาหรือหาแรงบันดาลใจในการทำงาน ในปัจจุบันองค์กรและหน่วยงานต่างๆ มีการใช้มาตรการการท่องเที่ยวมาเป็นรางวัลและแรงจูงในในการกระตุ้นการทำงานและการปฏิบัติงานให้กับพนักงานในองค์กร จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการระหว่างเดือนตุลาคม 2555 ถึงเดือนสิงหาคม 2556 (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางเข้ามาในประเทศไทยรวมประมาณ 993,072 คน โดยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยประมาณ 86,280 ล้านบาท (2,870 ล้านเหรียญสหรัฐ) แบ่งเป็นกลุ่มการประชุมนานาชาติ จำนวน 318,663 คน กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 247,888 คน กลุ่มการประชุมองค์กร จำนวน 237,701 คน และกลุ่มงานแสดงสินค้านานาชาติจำนวน 188,820 คน พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) มีสัดส่วนรองจากการประชุมนานาชาติ หากมีการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในอุตสาหกรรมไมซ์มีตลาดที่ใหญ่สุดและมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นส่งผลให้สัดส่วนรายได้ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพิ่มขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังในการใช้จ่ายสูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายหลักของการเดินทาง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555ข)

นโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้าและบริการ ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวที่มีการสนับสนุนและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การท่องเที่ยว

เพื่อเป็นรางวัล การประชุม และนิทรรศการ(MICE) มีการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประชุมรวมถึงการจัดงานแสดงต่างๆ การส่งเสริมการกระจายตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักคือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สสปน. หรือ TCEB เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและขับเคลื่อนนโยบายให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในภูมิภาคเอเชีย โดยการจัดทำนโยบายและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านแผนงานนโยบาย ด้านการตลาด ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ ด้านการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว รวมถึงสมาคมและองค์กรต่างๆ ที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ อีกทั้งยังสามารถต่อยอดและพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ของประเทศไทยให้เติบโตขึ้น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555ก)

เมืองพัทยา เป็นอีก 1 ใน 5 เมืองที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการมีนโยบายและส่งเสริมให้เป็น “MICE CITY” ของประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น การกำหนดเมืองพัทยาเป็นพื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากเมืองพัทยาเป็นเมืองที่มีสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งเมืองพัทยาเป็นเป้าหมายหลักของการเดินทางของนักธุรกิจที่เดินทางมาประชุมหรือสัมมนาควบคู่กับการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางที่ไม่ไกลจากสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติทางทะเล สถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น สถานที่ช้อปปิ้ง สถานบันเทิง นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกมากมายตั้งแต่กิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ กอล์ฟ ช้อปปิ้ง การชมคาบาเร่โชว์ หมู่บ้านช้าง มวยไทย และพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ที่เข้าชม รวมถึงร้านอาหารและภัตตาคารอีกหลากหลาย ไม่เพียงแต่ทางด้านสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น ด้านความสามารถในการรองรับเมืองพัทยายังมีโรงแรมอีกมากมายทั้งในเครือโรงแรมไทยและโรงแรมต่างประเทศ อีกทั้งศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้าระดับนานาชาติถึงสามแห่งที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ หากมีการพัฒนาและส่งเสริมจะทำให้เมืองพัทยามีศักยภาพในด้านการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างแท้จริง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ในขณะเดียวกันนโยบายทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในปี 2557 - 2563 มีการส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวไมซ์ และเป็นศูนย์กลางในการประชุมและการ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยมีนโยบายต่างๆเพื่อพัฒนาเมืองพัทยาตลอดจนการมุ่งเป้าหมายเป็นอันดับ 1 ของเมืองแห่งไมซ์ อีกทั้งยังมีการขับเคลื่อนให้เมืองพัทยาเป็นเมืองไมซ์ภาคตะวันออกของประเทศ โดยเมืองพัทยาได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการในการสนับสนุนผู้ประกอบการโรงแรมทั้ง 7 แห่งในเขตพัทยาเหนือ North Pattaya Alliance (NPA) ในการร่วมกันทำการตลาดการประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ทางด้านกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาเน้นคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่ม MICE เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพและมีกำลังในการซื้อสูง นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเมืองพัทยาส่วนใหญ่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเป็นจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวอินเดียเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่ม BRIC ได้แก่ บราซิล อินเดีย รัสเซีย จีน และยังสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาที่ต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่ม BRIC เป็นตลาดหลัก (ศาลาว่าการเมืองพัทยา, 2555ค)

จากสถิตินักท่องเที่ยวอินเดียในปี 2554 มีนักท่องเที่ยวอินเดียเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศรวมทั้งสิ้นประมาณ 13 ล้านคนโดยเลือกเดินทางมายังประเทศไทยมากเป็นอันดับ 1 ซึ่งเป็นปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวอินเดีย นอกจากนี้ในช่วงที่ผ่านมาในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2555 มีนักท่องเที่ยวอินเดียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย 405,719 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวของปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.6 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเข้ามาส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 58.0 เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ซึ่งในจำนวนนี้ประกอบด้วยกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลร้อยละ 35.4 กลุ่มประชุมสัมมนาร้อยละ 21.9 และกลุ่มนิทรรศการและแสดงสินค้าร้อยละ 0.7 จากข้อมูลนักท่องเที่ยวอินเดียแสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ได้รับความนิยมมากขึ้นจากนักท่องเที่ยวอินเดีย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555)

ดังนั้นจึงเห็นความสำคัญของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย เนื่องจากศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ อันเกิดจากความร่วมมือเครือข่ายธุรกิจและหน่วยงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ไม่ว่าจะเป็นประชาชนในท้องถิ่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจผู้จัดงาน หน่วยงานที่สนับสนุน รวมถึงนักท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

นักท่องเที่ยวกลุ่มอินเดียที่มาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา โดยผลการวิจัยในครั้งนี้จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่จะสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 11 และแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเมืองพัทยาในปี 2557-2563 ก่อให้เกิดการส่งเสริมนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว และสร้างรายได้เข้าสู่เมืองพัทยา รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่จะเป็นประโยชน์ในด้านการ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับต่อไป

1.2 คำถามงานวิจัย

1.2.1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยาจัดอยู่ในระดับใด

1.2.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

1.2.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยาควรเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา

1.3.2 เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.3.3 เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ศึกษาระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยเก็บข้อมูลในเขตพื้นที่เมืองพัทยา

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวอินเดียกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา โดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดหลักของ Ritchie & Crouch (2010: 1053-1064) ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ รวมทั้งศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 4 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย การรองรับด้านกายภาพ การรองรับด้านสังคม การรองรับด้านจิตวิทยา และการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เขตเมืองพัทยา

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

เวลาที่ใช้ในการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล ในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้ อยู่ในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2557 - เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยมีดังนี้คือ

1.5.1 เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับนักท่องเที่ยวพร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1.5.2 กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการวางแผนนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับจังหวัดรวมถึงเทศบาลเมืองพัทยาและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยาสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน การวางแผนนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดได้

1.5.3 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถานศึกษา รวมถึงบุคคลทั่วไปสามารถใช้เป็นแนวทางในการค้นหาข้อมูลความรู้ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการท่องเที่ยวได้

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาเชิงสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา ได้จำกัดความของศัพท์เฉพาะเพื่อใช้ในการศึกษา มีดังนี้

1.6.1 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) หมายถึง การได้รับคัดเลือก ได้รับรางวัลหรือสิ่งตอบแทนจากหน่วยงานหรือองค์กรที่ปฏิบัติงานเป็นโปรแกรมท่องเที่ยว การได้ไปท่องเที่ยวรวมถึงการเดินทางไปประชุม สัมมนา และทำกิจกรรมที่ควบคู่กับการเดินทางไปท่องเที่ยวภายในองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อให้เกิดความประทับใจสูงสุด

1.6.2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการรองรับนักท่องเที่ยวรวมถึงการพัฒนา การปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ

ด้านทรัพยากรหลัก หมายถึง องค์ประกอบหลักที่เป็นจุดมุ่งหมายสำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย ความพร้อมสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมรองรับการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน

ด้านปัจจัยสนับสนุน หมายถึง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้การเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสะดวกสบายและมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น เป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย การเข้าถึง การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงานหรือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สร้างให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความพร้อมมากขึ้น ประกอบไปด้วย ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยว หน่วยงานบริการทางการท่องเที่ยว และหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

ด้านนโยบาย หมายถึง แผนการดำเนินงานหรือแผนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนาและสร้างความพร้อมในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย การส่งเสริมภาพลักษณ์ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการวางแผนติดตามประเมินผลนำนโยบายสู่การปฏิบัติ

ด้านปัจจัยอื่นๆ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวแต่มีความสัมพันธ์และมีความเกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นับเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบไปด้วย มาตรการความปลอดภัย ความคุ้มค่า และการสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น

1.6.3 นักท่องเที่ยวอินเดีย หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีกำลังการใช้จ่ายในอัตราที่เหมาะสม เดินทางมาประชุมสัมมนาและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา

1.6.4 ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถสูงสุดของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถบริหารจัดการรองรับนักท่องเที่ยวได้ในปัจจัยด้านต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านจิตวิทยา ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ให้มีความสามารถสูงสุดในการบริหารจัดการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพียงพอและได้ประโยชน์สูงสุดในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ หมายถึง ความสามารถสูงสุดในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ ขนาดของพื้นที่ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบทางลบในการท่องเที่ยว

ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา หมายถึง ความสามารถสูงสุดในการรองรับทางด้านความรู้สึก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคม หมายถึง ความสามารถสูงสุดในการรองรับทางด้านจำนวนคนหรือปริมาณของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและไม่ส่งผลกระทบทางสังคม รวมถึงความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับประชาชนในพื้นที่

ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความสามารถสูงสุดในการรองรับที่ไม่ส่งผลกระทบให้สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศในพื้นที่เกิดความเสียหาย

1.6.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หมายถึง คำแนะนำ ความคิดเห็นและข้อเสนอจากผลการวิจัยและผลการสัมภาษณ์ที่สรุปเป็นแนวทางในการดำเนินงาน การพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยว ที่จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

1.6.6 เขตเมืองพัทยา หมายถึง เมืองเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งอยู่ในภาคตะวันออก อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

1.7 สมมติฐานงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1.7.1 สมมติฐานที่ 1 (H1) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.2: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.3: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.4: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.5: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.6: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.7: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.8: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H1.9: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1.7.2 สมมติฐานที่ 2 (H2) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.2: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.3: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.4: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.5: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.6: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นระดับต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.7: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.8: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

H2.9: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1.7.3 สมมติฐานที่ 3 (H3) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา ในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์และสนับสนุนผลการศึกษาวิจัย โดยแยกประเด็นการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

- 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- 2.1.2 รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- 2.1.3 องค์ประกอบและความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- 2.1.4 ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- 2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจและการให้รางวัล
- 2.1.6 การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว

2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2.5 ข้อมูลนักท่องเที่ยวอินเดียและสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล The Society of Incentive Travel Executive-site (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นเครื่องมือการจูงใจที่ทันสมัยที่ทำให้ผู้ได้รับรางวัลไม่ว่าจะเป็นพนักงาน คนงาน ผู้ขาย ผู้จัดจำหน่าย ผู้สนับสนุนได้ไปท่องเที่ยว โดยค่าใช้จ่ายทั้งหมดบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมดเช่นเดียวกับเงินโบนัสที่ได้ แต่รางวัลในด้านการท่องเที่ยวจะเป็นรางวัลที่ทำให้พนักงานเพิ่มประสิทธิภาพหรือผลิตผลงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และบรรลุวัตถุประสงค์ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกับโบนัสตรงที่ไม่เป็นตัวเงิน

นิศา ชัยกุล (2550: 143) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ การท่องเที่ยวแบบให้รางวัลเป็นทัวร์การส่งเสริมการขาย เป็นการท่องเที่ยวที่องค์กรหรือหน่วยงานมีการให้รางวัลกับพนักงานหรือตัวแทนจำหน่าย โดยการไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงมีการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรและมีการสร้างความจงรักภักดีแก่องค์กร

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2546: 98) ได้ให้คำจัดความของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การเดินทางแบบท่องเที่ยวให้รางวัลเป็นบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ที่จะให้รางวัลเดินทางท่องเที่ยวแก่พนักงาน ตัวแทนจำหน่าย หรือลูกค้าที่ประสบความสำเร็จ การให้รางวัลโดยการท่องเที่ยวจะเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลดังกล่าวอุทิศเวลาและความสามารถในการสร้างผลประโยชน์ให้กับองค์กรธุรกิจมากยิ่งขึ้น ส่วนใหญ่องค์กรธุรกิจที่จะจัดการท่องเที่ยวแบบให้รางวัล คือ บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทรถยนต์ บริษัทประกันภัย บริษัทเครื่องปรับอากาศ บริษัทเครื่องมือเกษตร การจัดรายการเดินทางแบบให้รางวัลอาจจะเป็นการให้ผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนการเดินทางและการท่องเที่ยวรวมถึงการทำกิจกรรมและการนำเที่ยวต่างๆ

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549: 73) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การท่องเที่ยวแบบเป็นรางวัล เป็นผู้ที่ได้รับรางวัลในการเดินทางและการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพนักงานที่ทำงานบรรลุได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยที่บริษัทหรือหน่วยงานจะใช้การท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจ จากการที่ประเทศไทยมีความหลากหลายทางธรรมชาติและทรัพยากรทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยมและเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจและนำมาใช้เพื่อการกระตุ้นยอดขายหรือการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

Shinew and Backman (1995: 287) ได้ให้ความหมายของการเดินทางและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการสร้างความเพลิดเพลินและประยุกต์การทำงานในองค์กรให้เป็นไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะเป็นการให้คุณค่าในด้านความจงรักภักดีขององค์กรและการสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่ได้รับรางวัล การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะแตกต่างจากการให้รางวัลอื่นๆโดยทั่วไปเพราะเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการสร้างความประทับใจในระยะยาว ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการให้รางวัลเป็นเงินสดและสินค้า

Severt and Beriter (2010: 10) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า เป็นการเดินทางและการท่องเที่ยวที่ให้กับพนักงานในองค์กรและสร้างความพยายามที่จะกระตุ้นให้พนักงานปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้แก่บุคคลที่ตอบสนองการขายหรือได้ยอดขายตรงเป้าหมายตามการผลิต นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อเพิ่มผลผลิตทางธุรกิจ โดยที่ผู้เข้าร่วมมีสิทธิ์ได้รับรางวัลเป็นการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถนำมาใช้ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จะกระตุ้นยอดขายผ่านทางตัวแทนจำหน่าย โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มอบให้กับพนักงานโดยตรง เป็นต้น

วารัชต์ มัธยมบุรุษ (ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การท่องเที่ยวแบบให้รางวัลเป็นการจัดเที่ยวให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการขายสินค้าให้ได้ตรงตามเป้าหมายที่บริษัทได้กำหนด เช่น กลุ่มผู้แทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอางค์ จากภูมิภาคต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากที่สุด เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยจะออกค่าเดินทาง ค่าที่พัก และค่าอาหารระหว่างเดินทางให้กับผู้ร่วมทาง เป็นการจัดรายการตั้งแต่ 2-7 วัน มีการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมทั้งกับทำกิจกรรมกับผู้ร่วมเดินทาง

สำนักงานการจัดประชุมและนิทรรศการ TCEB (2555ก: 34) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การเดินทางและการพักผ่อนที่ถูกจัดเตรียมขึ้นเพื่อมอบให้กับพนักงานซึ่งการท่องเที่ยวจะเกี่ยวเนื่องกับการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กร โดยทางบริษัทได้กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยว ทางองค์กรจะทำการระบุถึงกลยุทธ์ในการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจพร้อมทั้งกำหนดคุณสมบัติและเกณฑ์ในการคัดเลือกและได้รับรางวัล โดยเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นจะต้องมีการวัดประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในขณะเดียวกันการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานในการปฏิบัติงาน เป็นการจุดประกายการทำงานด้วยโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็น

เอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ TCEB ยังส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการเดินทางมาประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556: 97) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ไว้ว่า เป็นการจัดการนำเที่ยวเพื่อให้รางวัลแก่บุคลหรือพนักงานที่ดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้ โดยที่บริษัทจะเป็นผู้ที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมด

ราณี อิสิชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2550: 1) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นอีกหนึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เป็นการท่องเที่ยวโดยการให้รางวัลหรือสิ่งตอบแทนเป็นการท่องเที่ยว โดยที่บริษัทหรือหน่วยงานยินดีที่จะจ่ายให้กับพนักงานหรือบุคลากรที่ปฏิบัติงานเดินทางไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ซึ่งการเดินทางในประเภทนี้รวมถึงการให้รางวัลเพื่อไปประชุม สัมมนา เพื่อเกิดการกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน

ธนกฤต สังข์เฉย (2550: 123) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า การเดินทางไปท่องเที่ยว การเดินทางไปพักผ่อนทั้งในและต่างประเทศที่บริษัทได้ให้รางวัลแก่พนักงานและบุคลากรที่ได้ทำงานตรงตามเป้าหมาย รวมถึงการเดินทางไปสัมมนาและประชุมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการทำงานของบุคลากร หรือบางครั้งเป็นการท่องเที่ยวที่แทรกเอาการประชุมและการสัมมนามารวมไว้ด้วยกัน โดยที่บริษัทจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมด

จากความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่บริษัทหรือองค์กรให้รางวัลเป็นการเดินทางและท่องเที่ยวแก่พนักงาน บุคลากร รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการท่องเที่ยวที่บริษัทให้พนักงานเดินทางไปพักผ่อนและทำกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวที่ผนวกกับการไปประชุมงาน ไปสัมมนาหรือการติดต่อทางธุรกิจ โดยรางวัลหรือสิ่งที่ได้รับจะเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางคนเดียว การเดินทางที่ให้สิทธิ์ผู้ติดตามได้ การเดินทางเป็นหมู่คณะ ซึ่งรางวัลท่องเที่ยวที่ได้รับจะเป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ปฏิบัติงานในองค์กรให้มีกำลังใจและตอบแทนผู้ปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดรวมถึงเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างโอกาสและต่อยอดทางธุรกิจ โดยรางวัลการท่องเที่ยวที่ได้รับจะเน้นการสร้างความประทับใจและใช้การท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายหลักของการเดินทางโดยที่องค์กรหรือบริษัทจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดตลอดการเดินทาง

2.1.2 รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

สำนักงานการจัดประชุมและนิทรรศการ TCEB (2555ก: 35) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลออกเป็น 2 ประเภท ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1) โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบบ Close-ended Incentive Program เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จำกัดงบประมาณการจัดงานและจำนวนของผู้เดินทางไว้ล่วงหน้า โดยโปรแกรมแบบนี้จะมีข้อดีในการควบคุมงบประมาณในการดำเนินงาน แต่การปฏิบัติงานของพนักงานจะมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้น้อย

2) โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบบ Open-ended Incentive Program เป็นโปรแกรมการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่มีการจำกัดสิทธิ์พนักงานในการเข้าร่วม งบประมาณในการจัดโปรแกรมจึงขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยข้อดีของโปรแกรมคือเป็นการกระตุ้นให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานคนใดที่ปฏิบัติงานได้ตรงตามที่บริษัทกำหนดก็จะได้รับรางวัล แต่จะไม่สามารถควบคุมงบประมาณได้

นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556: 123) ยังได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามกลุ่มของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

1) Individual Incentive เป็นการท่องเที่ยวที่ให้รางวัลแก่บุคลากรหรือพนักงานเป็นรายบุคคลที่สามารถทำงานได้ตรงเป้าหมายตามเงื่อนไขของบริษัท ซึ่งพนักงานจะมีสิทธิเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเองได้ แต่มักจะมีขอบเขตในการเลือกสถานที่ เช่น ในประเทศหรือประเทศเพื่อนบ้าน

2) Group Incentive เป็นการท่องเที่ยวที่ให้รางวัลพนักงานเป็นกลุ่ม แผนก หรือเป็นหน่วยงาน ซึ่งเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก การให้รางวัลประเภทนี้จะมีการวางแผนและเตรียมการอย่างดีและจะไม่มีข้อจำกัดในด้านสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มจะประหยัดค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถแบ่งออกเป็นสามกลุ่มย่อยคือ

(1) User Incentive เป็นการให้ผู้ใช้บริการและลูกค้าไปท่องเที่ยวฟรี เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท

(2) Chanel Incentive เป็นการให้รางวัลแก่ตัวแทนหรือผู้จำหน่ายไปท่องเที่ยวเมื่อสามารถทำยอดขายหรือทำตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้

(3) Inner Incentive เป็นการให้รางวัลการท่องเที่ยวพนักงานในบริษัทเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

จากการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556 : 123) พบว่ามีความสอดคล้องกับ ราณี อิสิชัยกุล และ จุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2550: 6-7) ที่กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่ามีรูปแบบแตกต่างกันซึ่งได้แบ่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1) การให้รางวัลท่องเที่ยวแบบบุคคล เป็นการให้รางวัลกับลูกค้าในการส่งเสริมการขาย

2) การให้รางวัลท่องเที่ยวแบบเดินทางเป็นกลุ่ม เป็นการให้รางวัลกับตัวแทนจำหน่าย โดยเฉพาะการเดินทางโดยเรือสำราญจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

3) การให้รางวัลท่องเที่ยวแบบเทศกาล กิจกรรม หรืองานพิเศษ เป็นการให้รางวัลพนักงานเพื่อเกิดกำลังใจในการทำงาน

นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554: 122) ได้กล่าวถึงประเภทขององค์กรต่างๆ ที่นิยมจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรางวัลมีหลากหลายและมีลักษณะเงื่อนไขของการให้รางวัลที่แตกต่างกัน สามารถจำแนกการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสรุปได้เป็น 3 ประเภทคือ

1) ประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามลักษณะขององค์กร คือ ผู้ที่ได้รับรางวัลเป็นพนักงานภายในองค์กร เช่น พนักงานขาย ผู้จัดการ และผู้ที่ได้รับรางวัลเกี่ยวกับองค์กร เช่น ตัวแทนจำหน่าย ลูกค้าในบริษัท

2) ประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามลักษณะผู้ที่ให้รางวัล คือ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มากันเป็นกลุ่มและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มาเป็นรายบุคคล

3) ประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามระยะทางการท่องเที่ยว คือ การนำเที่ยวในระยะใกล้เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในภูมิภาคหรือทวีปเดียวกัน โดยผู้ได้รับรางวัลจะได้เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้เคียงและการนำเที่ยวในระยะไกลเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลระหว่างทวีป

อีกทั้ง บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554: 76) ยังแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ตามการท่องเที่ยวไว้ว่า โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลัก คือ

1) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง เป็นการท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมเฉพาะรายการเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน บุคคลที่ได้รับรางวัลประเภทนี้จะได้รับการพักผ่อนในรูปแบบพิเศษโดยที่ไม่มีการประชุมหรือการทำงานมาเกี่ยวข้อง ลักษณะการท่องเที่ยวรูปแบบนี้จะเน้นให้ความหรูหรา

2) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคลากรได้พักผ่อนและใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจไปพร้อมกัน โดยมีการจัดประชุมและทำธุรกิจ

ระหว่างการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามจะเน้นความเพลิดเพลินในระหว่างการทำงาน สิ่งสำคัญคือการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของบุคลากร

จากรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถแบ่งได้หลายรูปแบบตามลักษณะการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว แบ่งได้ตามกลุ่มของการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละรูปแบบก็จะมีการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างกันไป โดยรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหลักๆคือ การเดินทางท่องเที่ยวที่ไปเป็นแบบองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อทำกิจกรรมตามรูปแบบที่กำหนด

2.1.3 องค์ประกอบและความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการตอบแทนการทำงานและเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้กับพนักงานและลูกค้าได้พบ พูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในทางธุรกิจ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีความพิเศษให้กับผู้ที่ได้รับรางวัล จึงทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554: 79)

1) เป็นเครื่องมือในการบริหาร โดยองค์กรสามารถใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้พนักงานหรือบุคลากรในองค์กรทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์

2) เป็นประสบการณ์การเที่ยวชั้นเลิศ โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นโปรแกรมที่คัดสรรค์มาแล้ว และหาซื้อไม่ได้ตามท้องตลาดทั่วไป ซึ่งผู้ที่ได้รับรางวัลบางคนไม่เคยสัมผัสประสบการณ์มาก่อน

3) เป็นสิ่งจูงใจและแสดงความชื่นชมให้กับผู้ที่ได้รับรางวัล เป็นการให้พนักงานได้มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและให้บุคลากรมีพฤติกรรมการทำงานตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้

4) เป็นการปฏิบัติงานที่มีผลงานสูงขึ้น กล่าวคือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกับผลงานบุคลากรมักมีความสัมพันธ์กัน โดยการท่องเที่ยวจะเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554: 80) ยังได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยมเนื่องจากการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยวทำให้ทำให้ผู้ได้รับรางวัลมีโอกาสไปร่วมกิจกรรมกับผู้ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพเดียวกัน เป็นกลุ่มใหญ่ๆ รวมถึงการได้มีโอกาสพบปะพูดคุย ทำให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ โดยสาเหตุที่ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยม ได้แก่

1) มีความยืดหยุ่น รางวัลเป็นได้ทั้งรางวัลท่องเที่ยวหรือเป็นรางวัลท่องเที่ยวพร้อมสินค้าอื่นๆ รางวัลการท่องเที่ยวจะจัดให้ตามความสนใจของกลุ่มผู้ที่ได้รับรางวัล และจุดหมายปลายทางที่

มีความสะดวก นอกจากนี้รางวัลการท่องเที่ยวยังสามารถมอบให้เป็นรายบุคคลหรือเป็นครอบครัว นอกจากนี้รางวัลด้านการท่องเที่ยวสามารถจัดให้ได้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

2) เป็นรางวัลที่ส่งเสริมได้ง่าย เป็นรางวัลที่สามารถนำมาประชาสัมพันธ์สร้างเสริมให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการในการรับรางวัลได้ง่าย การจัดรางวัลสามารถนำมาสร้างแรงจูงใจได้หลากหลายรูปแบบ

3) มีคุณค่าประทับใจ เป็นการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้จัดสามารถจัดกิจกรรมได้ทุกระดับ ทุกอย่างมีการจัดเตรียมและเตรียมพร้อมไว้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ที่ได้รับรางวัลจะได้รับคัดเลือก กิจกรรมต่างๆ จึงต้องสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยว

4) สามารถสร้างแรงจูงใจได้สูงสุด การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถกระตุ้นความต้องการได้มาก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่จะได้รับรางวัลจะทราบถึงความสามารถพิเศษของการท่องเที่ยว ดังนั้น กลุ่มบุคคลดังกล่าวจะพยายามปฏิบัติงานเป็นพิเศษเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย

นอกจากองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแล้ว สำนักงานการจัดประชุมและนิทรรศการ TCEB (2555ก: 36) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1) เกิดการผลักดันให้เกิดการดำเนินงาน เนื่องจากโปรแกรมและการดำเนินการให้รางวัลมีการแจ้งล่วงหน้าทำให้บุคลากรเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานตามที่บริษัทได้ตั้งเป้าหมายไว้

2) รักษาพนักงานที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กร การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการให้การตอบแทน ชมเชย หรือยกย่องผู้ที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานซึ่งย่อมทำให้เกิดความรู้สึกทางจิตใจในการทำงานให้กับองค์กรต่อไป

3) เพิ่มโอกาสในการสร้างเครือข่ายการปฏิบัติงาน การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทำให้พนักงานมีกำลังใจในการปฏิบัติงานทำให้บุคลากรและผู้บริหารสร้างเครือข่ายและต่อยอดธุรกิจในรูปแบบต่างๆ เป็นการให้พนักงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมกันในการดำเนินงานในการวางแผนธุรกิจซึ่งเป็นช่วงให้พนักงานได้ปรับปรุงและสร้างประสิทธิภาพมากขึ้น

4) สร้างแรงกระตุ้น การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างแรงกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน รวมไปถึงการทำงานให้ตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กรได้มากที่สุด

5) การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงาน การได้รับคัดเลือกรางวัลเป็นการท่องเที่ยวจะส่งผลให้พนักงานเกิดการทำงานและจะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติงาน

2.1.4 ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556 : 65) ได้กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 4 ประการ ดังนี้

1) เป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานให้สามารถดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามที่บริษัทตั้งไว้ นอกจากนี้ยังเป็นการพบปะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันในการทำงาน เป็นการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างพนักงานและบริษัทในการดำเนินการทางธุรกิจ

2) เป็นการสร้างโอกาสในการขยายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวระดับบน เช่น ผู้บริหาร หัวหน้าองค์กร หัวหน้าแผนก หรือ ตัวแทนบริษัทต่างๆ

3) เป็นการสร้างโอกาสให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านค้า ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้า ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และสร้างโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว

4) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถานที่ท่องเที่ยวและเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ให้การท่องเที่ยวได้รับความนิยม

ทางด้าน ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิมิต และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา (2546: 33) ได้กล่าวถึงข้อได้เปรียบและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1) มีศักยภาพในการสร้างแรงจูงใจ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นเครื่องมือในการสร้างแรงจูงใจโดยเป็นการสร้างความคาดหวังแก่บุคลากรเพราะสามารถคาดหวังได้ว่าจะได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังเป็นการกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงานและเป็นการช่วยผลักดันให้บุคคลากรมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานอย่างมีทิศทางและส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น

2) มีศักยภาพในการสร้างความพึงพอใจ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีศักยภาพในการสร้างความพึงพอใจเพราะการท่องเที่ยวเป็นรางวัลที่ไม่สามารถประเมินค่าได้ เป็นการให้ความประทับใจ ประสบการณ์ และความทรงจำ อีกทั้งผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวจะได้รับในสิ่งที่ดีที่สุด เป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ไม่สามารถประเมินค่าได้เป็นตังเงิน นอกจากนี้เป็นรางวัลที่มีความยุติธรรมเพราะผู้ได้รับรางวัลจะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ อีกทั้งยังเป็นรางวัลที่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของบุคลากรโดยที่ได้รับการตอบสนองในการชื่นชมและยกย่องถึงความสามารถในการปฏิบัติงาน

3) สามารถปรับแต่งความต้องการเฉพาะขององค์กรได้ รางวัลที่เป็นการท่องเที่ยวเป็นรางวัลที่สามารถจัดให้ได้ตรงกับวัฒนธรรม โครงสร้างองค์กร หรือลักษณะของงานและบุคลากรได้ เพราะเป็นการจัดเฉพาะหน่วยงาน รางวัลของการท่องเที่ยวของแต่ละองค์กรจึงมีความแตกต่างกัน และสามารถจัดขึ้นอยู่กับความต้องการขององค์กร

4) เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ไปกันเป็นแบบหมู่คณะจะช่วยให้บุคลากรในองค์กรได้พูดคุย พบปะกัน และสามารถต่อยอดงานในเชิงธุรกิจได้

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นอกจากที่ผู้เดินทางหรือผู้ที่ได้รับรางวัลจะได้รับความสุข ความสนุกสนาน และความประทับใจแล้ว ผู้ที่ได้รับรางวัลยังจะได้ทำกิจกรรมพบปะ พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทำให้เกิดการพัฒนาทักษะและประสบการณ์ต่อตนเอง อีกทั้งเป็นการสร้างโอกาสและต่อยอดในธุรกิจอีกด้วย

นอกจากนี้ ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิมิต และสุทัศน์ ณ อยุธยา (2546: 30) ได้กล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบทั่วไป สามารถสรุปได้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เน้นเฉพาะสิ่งที่ดีที่สุด เนื่องจากเป็นรางวัลที่ให้สำหรับผู้ที่มีผลงานดีเด่น การท่องเที่ยวจึงจัดหาให้ดีที่สุดไม่ว่าจะเป็น การบริการ ที่พัก อาหาร การเดินทาง รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างความประทับใจเป็นหลัก โปรแกรมการท่องเที่ยวและการเดินทางจะต้องนำไปสู่ความประทับใจและความสุข ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานและความจงรักภักดีต่อองค์กร นอกจากนี้ความประทับใจที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่การสื่อสารและบอกต่อแก่บุคคลอื่นๆ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร

3) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่คัดเลือกผู้เดินทางในเชิงธุรกิจ ผู้ที่เดินทางจะต้องได้รับการคัดเลือกจากองค์กรว่ามีคุณสมบัติหรือปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายขององค์กรซึ่งนับว่าเป็นบุคคลที่มีความสามารถสูงสุด

4) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่องค์กรจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมดตลอดการเดินทาง ซึ่งบางองค์กรจะให้เงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายส่วนตัวตามความพึงพอใจขององค์กร นอกจากนี้ยังรับผิดชอบในส่วนค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในอัตราที่ค่อนข้างสูง

5) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่ให้สิทธิ์ผู้ติดตามไปด้วย การท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นการเน้นความพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยวจึงสามารถให้มีผู้ติดตามไปด้วย เช่น คู่สมรส พ่อแม่ ซึ่งจะได้รับการดูแลที่ดีเช่นเดียวกับผู้เดินทาง

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการท่องเที่ยวทั่วไป โดยประยุกต์ข้อเปรียบเทียบจากการท่องเที่ยวแบบไมซ์ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554: 3) ซึ่งสามารถสรุปข้อเปรียบเทียบได้ดังนี้

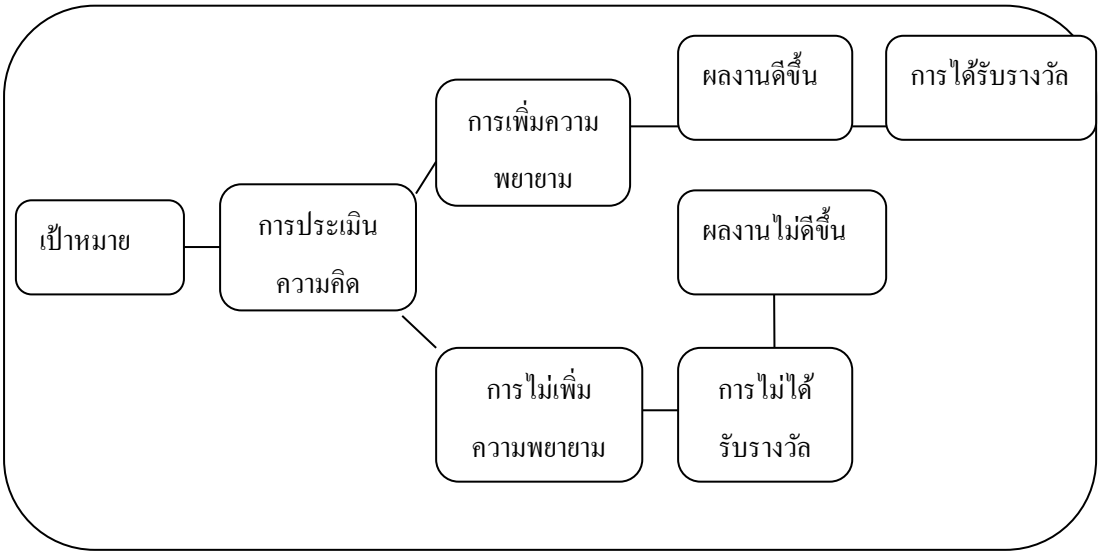
ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ข้อเปรียบเทียบ	การท่องเที่ยวทั่วไป	การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
1. ผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย	นักท่องเที่ยวเป็นคนจ่าย	องค์กรหรือบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด
2. ผู้เลือกสถานที่ท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวเป็นคนเลือกเอง	ผู้รับผิดชอบโครงการหรือบริษัทเป็นผู้เลือก
3. ประเภทของผู้เดินทางท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวทุกคนที่ต้องการท่องเที่ยว	พนักงาน สมาชิก ลูกค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในองค์กรหรือหน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือก
4. ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว	ทุกประเภท	แหล่งท่องเที่ยวตามเมืองในประเทศมีชื่อเสียง หรือเมืองใหญ่ๆ
5. ระยะเวลาในการสำรองการท่องเที่ยว	วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาในการจองล่วงหน้าเป็นเดือน วันหยุดสุดสัปดาห์ ระยะเวลาในการจองล่วงหน้า 2-3 วัน	การไปเป็นหน่วยงานหรือองค์กรจองล่วงหน้าหลายเดือนหรือเป็นปี
6. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว	วันหยุดประจำปี วันหยุดเทศกาล วันหยุดสุดสัปดาห์	ท่องเที่ยวได้ตลอดปี ส่วนใหญ่จะจัดระหว่างจันทร์-ศุกร์หรือในช่วงเวลางาน
7. การได้รับสิทธิ์พิเศษในการท่องเที่ยว	ไม่ได้รับ	การให้สิทธิ์ผู้ติดตาม การทำกิจกรรมที่พิเศษสำหรับนักท่องเที่ยว สิทธิ์การเข้าชมต่างๆ

จากตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลพบว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแรงจูงใจจึงต้องเป็นการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความพิเศษ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจึงมีความแตกต่างกับการท่องเที่ยวทั่วไปในหลายๆ ด้าน เช่น การที่องค์กรหรือหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด คนที่ได้ไปท่องเที่ยวจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกหรือเป็นบุคคลที่มีเงื่อนไขเท่านั้นและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังได้รับสิทธิพิเศษตามเงื่อนไขที่ตั้งไว้อีกด้วย เช่น การให้สิทธิ์ผู้ติดตามหรือสามารถนำบุคคลนอกไปได้ การได้รับสิทธิ์ในการเข้าชมสถานที่ซึ่งบางที่นักท่องเที่ยวทั่วไปไม่สามารถเข้าไปได้ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจึงเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะที่แตกต่างกับการท่องเที่ยวแบบทั่วไป

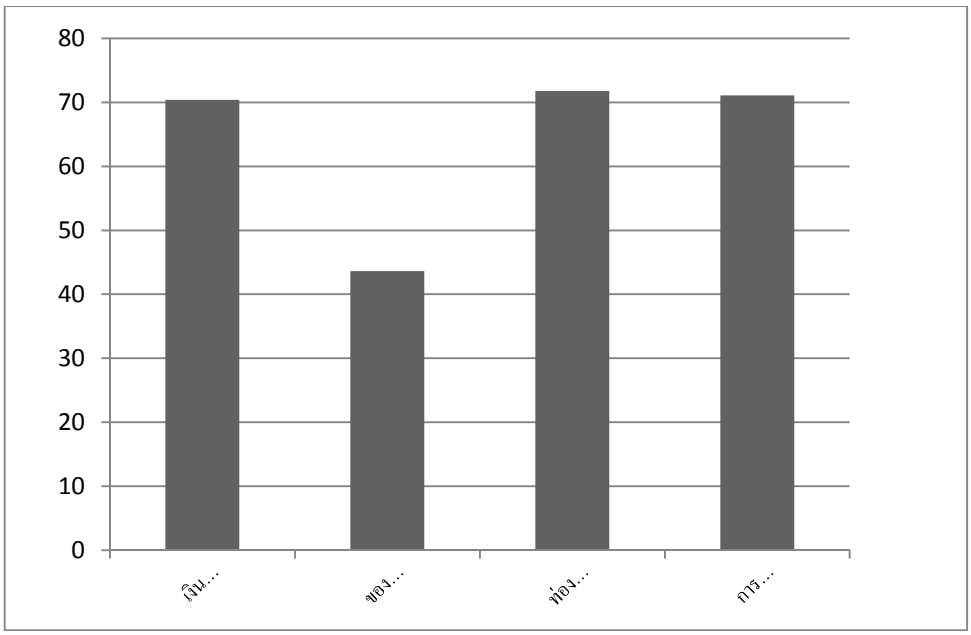
2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจและการให้รางวัล

ราณี อิสิชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2550: 2) ได้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจและการให้รางวัลไว้ว่า แรงจูงใจหรือการกระตุ้นการทำงานโดยวิธีการต่างๆเป็นการทำให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจูงใจโดยการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยวนับเป็นแรงจูงใจที่ได้รับความนิยมเพราะมีการใช้ความพยายามมากขึ้นเพื่อให้ได้รางวัลเป็นสิ่งตอบแทน ระบบการให้รางวัลตอบแทนเป็นการกำหนดเป้าหมายโดยเชื่อว่าหากบุคคลใดถูกท้าทายหรือกำหนดเป้าหมายในการทำงานจะทำให้บุคคลนั้นเกิดการประเมินความคิดที่จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นและมีความพยายามในการทำงานมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเพิ่มความพยายามในการทำงานเพื่อให้ผลงานที่ออกมามีประสิทธิภาพและตรงตามเป้าหมายทำให้เกิดผลงานที่ดีจนในที่สุดได้รับรางวัล โดยการให้รางวัลในองค์กรส่วนใหญ่สามารถให้ได้ในทุกกลุ่มงาน มีความหลากหลายในวัตถุประสงค์ ส่วนใหญ่จะมี 4 กลุ่มที่นิยมให้รางวัล ได้แก่ ฝ่ายขาย ตัวแทนจำหน่าย ลูกค้า และบุคคลอื่นๆ ดังภาพที่ 2.1 สามารถอธิบายได้ว่า การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีเป้าหมายในการทำงานจะมีการประเมินความคิดเพื่อให้งานเกิดความสำเร็จโดยที่บุคคลนั้นจะต้องมีความพยายามหากมีการเพิ่มความพยายามจะทำให้มีผลงานที่ดีและได้รับรางวัลในที่สุด แต่ถ้าไม่มีความพยายามก็จะไม่ได้รางวัล เช่นเดียวกันถ้าหากเพิ่มความพยายามแต่ผลงานไม่ดีก็จะไม่ได้รับรางวัลเช่นกัน



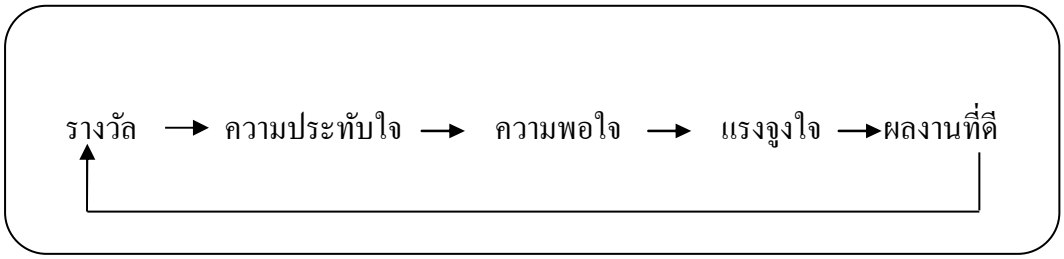
ภาพที่ 2.1 แสดงแนวคิดของการให้รางวัล
แหล่งที่มา: ราณี อิสิชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2550: 2.

ทั้งนี้ Shinew and Backman (1995: 291) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จากงานวิจัยพบว่า การให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งที่จูงใจในการทำงานได้ดีกว่าเงินสดและสิ่งของเครื่องใช้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดแรงจูงใจและการให้รางวัลข้างต้น เนื่องจากรางวัลที่ในด้านการท่องเที่ยวจะเป็นรางวัลที่มีคุณค่าและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่ได้รับ โดยงานวิจัยทำการศึกษากับพนักงานในบริษัทประกันภัยเพราะเป็นบริษัทที่นิยมให้รางวัลแก่ พนักงานและตัวแทนจำหน่ายหากทำงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนด ผลการวิจัยพบว่า การให้รางวัลเป็นแพคเกตการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจได้มากที่สุดถึง 71.8% เมื่อเทียบกับการได้ไปประชุม 71.1% เงินสด 70.4% และน้อยที่สุดคือการได้รางวัลเป็นสิ่งของเครื่องใช้ 43.6% ดังภาพที่ 2.2 เหตุผลเป็นเพราะการท่องเที่ยวจะมีผลต่อการสร้างแรงดึงดูดและสร้างความรู้สึกดีในระยะเวลาที่ยาวนานทำให้พนักงานส่วนใหญ่เลือกรางวัลเป็นการท่องเที่ยวและการเดินทาง



ภาพที่ 2.2 รางวัลที่เป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
แหล่งที่มา: Shinew and Backman, 1995: 291.

ในขณะที่ วราภรณ์ ศรพรหม (2554: 47) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการให้รางวัลไว้ว่า การสร้างความประทับใจให้แก่พนักงานและผู้ได้รับรางวัลในการทำงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรภายในหรือภายนอกเป็นการสมควรที่จะส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้สึกที่ดีในการปฏิบัติงาน วิธีการหนึ่งคือ การให้รางวัลในการปฏิบัติงาน ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจในระหว่างการทำงาน การให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยวเป็นเสมือนรางวัลพิเศษที่องค์กรมอบให้โดยเฉพาะ ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ได้รับรางวัลจะเกิดความรักในองค์กรทำให้เกิดความประทับในอันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรและองค์กรทำให้องค์กรสามารถรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพไว้ได้นาน การได้รับรางวัลจากการปฏิบัติงานจะทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะสร้างผลงานที่ดีต่อไป ความประทับใจจากการท่องเที่ยวที่ได้รับจะอยู่ในความทรงจำส่งผลให้เกิดความพอใจในรางวัลที่ได้รับ ความพอใจจะย่อมผลักดันให้เกิดแรงจูงใจที่จะสร้างผลงานต่อไปเพื่อจะได้รับรางวัล



ภาพที่ 2.3 รางวัลที่นำไปสู่แรงจูงใจในการทำงาน
แหล่งที่มา : วราภรณ์ ศรพรหม, 2554.

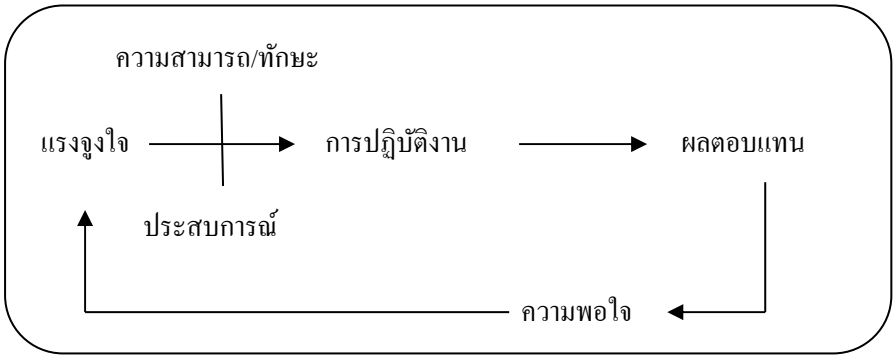
นอกจากนี้ วราภรณ์ ศรพรหม (2554: 47) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการให้รางวัลตอบแทนด้วยการท่องเที่ยวไว้ว่า หน่วยงานหรือองค์กรที่วางแผนจูงใจพนักงานโดยการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยว มีเป้าหมายหลักเพื่อเพิ่มผลิตภาพและปรับปรุงผลงานในการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยการเชื่อมเป้าหมายของผลงานและโอกาสของการแสดงความสามารถให้เกิดผลสำเร็จและได้รับการยอมรับ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงาน โดยวัตถุประสงค์ในการให้รางวัลโดยการท่องเที่ยวมีดังนี้

1) สร้างความจงรักภักดีของบุคลากรต่อองค์กร
2) ปรับปรุงการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
3) ช่วยให้องค์กรทำงานได้บรรลุตามเป้าหมาย
4) การสร้างกำลังใจและแรงจูงใจให้บุคลากรในการทำงาน
5) การเพิ่มและกระตุ้นยอดขายให้องค์กร

โดยบุคคลที่มีโอกาสได้รับรางวัลจากองค์กรส่วนใหญ่จะเป็น บุคลากรตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง พนักงานขาย พนักงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานขาย ตลอดจนตัวแทนจำหน่าย ผู้จัดจำหน่าย รวมถึงลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการ

อีกทั้ง ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิมิต และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา (2546: 34) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจกับการปฏิบัติงานไว้ว่า นอกจากแรงจูงใจจะนำไปสู่การปฏิบัติงานได้ดีแล้ว ยังมีปัจจัยที่สำคัญในการปฏิบัติงานนั้นคือ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคคลและความพอใจของรางวัลหรือผลตอบแทนที่ได้รับ โดยทั้งสองปัจจัยนี้จะส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในส่วนของปัจจัยในความสามารถและประสบการณ์ของบุคคล เป็นปัจจัยที่สามารถแสวงหาได้ด้วยตัวเองหรือเกิดจากการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ แล้วเกิดการเรียนรู้ เกิดจากการแลกเปลี่ยนความรู้จากผู้เชี่ยวชาญหรือเพื่อนร่วมงานเพื่อเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ในส่วนของความพึงพอใจหรือรางวัลที่ได้รับ

จะมีเงื่อนไขที่จะส่งผลความพึงพอใจ เช่น ความคุ้มค่าของรางวัล ความเป็นธรรมของการได้รับรางวัลการสนองความต้องการ ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการปฏิบัติงานได้ดังนี้



ภาพที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและการปฏิบัติงาน
แหล่งที่มา: ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิมิต และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา, 2546: 34.

จากภาพแรงจูงใจส่วนบุคคลจะส่งผลในการปฏิบัติงานซึ่งมากน้อยเพียงใดก็จะขึ้นอยู่กับทักษะและความสามารถที่มีรวมถึงประสบการณ์ส่วนบุคคล เมื่อเกิดการปฏิบัติงานจะนำไปสู่ผลตอบแทนหรือรางวัลที่ได้รับแล้วจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ถ้าหากบุคคลมีความพึงพอใจสูงก็จะทุ่มเทกับการปฏิบัติงาน แต่ถ้าหากไม่มีความพึงพอใจก็จะทุ่มเทน้อยกับการปฏิบัติงาน

จากแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจและการให้รางวัลสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจคือพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรมและยังกำหนดทิศทางพร้อมเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูงจะใช้ความพยายามในการกระทำหรือทำงานไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรมหรือไม่ก็ล้มเลิกการกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย เมื่อมีการปฏิบัติงานหรือการทำงานได้ตามเงื่อนไขและวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตกลงกันไว้แล้วก็จะได้รับรางวัลเป็นการตอบแทน จะทำให้บุคลากรเกิดแรงกระตุ้นและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และเมื่อได้รับรางวัลจะทำให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ปฏิบัติงานหรือการทำให้บุคลากรเกิดความประทับใจในรางวัลที่ได้รับซึ่งความพอใจที่เกิดขึ้นจะให้มีกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงานต่อไป

2.1.6 การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการทำงานของพนักงานในองค์กร ให้เกิดการกระตุ้นในการทำงานและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำงาน ดังนั้นการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ขั้นตอนของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การเตรียมการ การดำเนินการจึงต้องใช้ระยะเวลาเพื่อให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลออกมามีประสิทธิภาพมากที่สุด โดย ราณี อิสิชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2550: 7-10)ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถสรุปได้ดังนี้

ขั้นตอนจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลซึ่งจะประกอบไปด้วย การออกแบบโครงการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในขั้นตอนนี้จะเป็นการกำหนดคุณสมบัติและชี้แจงเกี่ยวกับสิทธิ์ที่จะได้รับรางวัลท่องเที่ยว โดยผู้จัดโครงการจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการทำงานให้ตรงกับเป้าหมายหรือรางวัลที่กำหนดไว้ รวมทั้งการกำหนดผู้มีสิทธิ์ในการรับรางวัล ขั้นตอนต่อมาคือการกำหนดงบประมาณในการจัดโครงการ งบประมาณหลักในการดำเนินการส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ส่วนงบประมาณย่อยๆ จะเป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าประชาสัมพันธ์โครงการ ค่าบริหารโครงการ เป็นต้น ขั้นตอนต่อไปคือการจัดทำโครงการท่องเที่ยว เป็นการจัดทำโครงการโดยที่องค์กรอาจจะใช้หน่วยงานเดียวกันในการดำเนินการหรือใช้หน่วยงานภายนอกในการดำเนินการ เช่น บริษัทจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล DMC บริษัทนำเที่ยวต่างๆ ในขั้นตอนนี้บริษัทจะมีการพิจารณาจากหลายๆ หน่วยงาน หรือจะใช้การประมูลโดยพิจารณาจากจุดหมายปลายทาง ค่าใช้จ่ายต่างๆ เมื่อพิจารณาแล้วคณะกรรมการขององค์กรจะเลือกจุดหมายปลายทางและขั้นตอนสุดท้ายคือการสรุปโครงการและงบประมาณในการทำโครงการทั้งหมด

กระบวนการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นอีกหนึ่งขั้นตอนที่มีความสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีประสิทธิภาพและเกิดความประทับใจต่อผู้ให้รางวัลสูงสุด ซึ่งมีปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินในของการเลือกจุดหมายปลายทางซึ่งมีความสัมพันธ์กับศักยภาพทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยการเลือกจุดหมายปลายทางจะพิจารณาปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ความสามารถในการเดินทางเข้าถึงจุดหมายปลายทาง เป็นความสะดวกของการเดินทางอาจจะพิจารณาจาก จำนวนเที่ยวบินและการให้บริการของสารการบินต่างๆ ระยะเวลาในการบิน ราคาค่าโดยสาร การผ่านระบบผ่านเข้าเมือง ความสะดวกในการเชื่อมต่อของการเดินทางในประเทศนั้นๆ

2) มาตรฐานของที่พัก การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย ความประทับใจ และความหรูหรา ดังนั้นมาตรฐานของโรงแรมจึงมีความสำคัญในการตัดสินใจในการเข้าพัก

3) สิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีคุณภาพและมีมาตรฐานในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเนื่องจากเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่และเป็นกลุ่มที่มาพักผ่อนอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ใช้ประกอบการพิจารณา เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ความปลอดภัย และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในระหว่างการเดินทาง

สรุปได้ว่า การจัดโปรแกรมของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดโปรแกรมจะต้องมีความพิเศษเฉพาะตามความต้องการของเจ้าของหรือผู้จัดงาน บริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลหรือบริษัทนำเที่ยวเป็นคนวางแผนงานและโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยมีองค์กรหรือผู้จัดงานจะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสมจนสิ้นสุดโปรแกรม โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะประกอบไปด้วย รายการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความชัดเจนของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง เพื่อเป็นรายละเอียดและให้ข้อมูลแก่ผู้เดินทาง เช่น ข้อมูลทั่วไป ภูมิอากาศ เป็นต้น การสรุปภาพรวมในการท่องเที่ยวและกำหนดการแต่ละวันของการท่องเที่ยว และสุดท้ายคือ รายชื่อของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศรัญญา วรกุลวิทย์ (2546: 122) ได้กล่าวถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นความสามารถหรือประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับการท่องเที่ยว ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่มีศักยภาพจะต้องตื่นตัวในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วย

ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทรัพยากรที่ตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทั้ง ทิวเขา หุบเขา แม่น้ำ ลำธาร รวมถึงแก่งโขดหินต่างๆ ที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความสวยงามและมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ประจำแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งอำนวยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายตลอดระยะเวลาในการเดินทางและท่องเที่ยว เช่น มาตรฐานที่พัก อาหาร การให้ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านความบันเทิง ร้านค้า ของที่ระลึกต่างๆ

ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม เป็นการพิจารณาถึงโครงสร้างการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำรวมถึงการคมนาคมทางอากาศที่มีความสะดวกในการให้บริการสาธารณะ โดยแบ่งเป็นทางกายภาพ ได้แก่ ระบบการคมนาคม ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำใช้ ระบบการกำจัดขยะ ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงการให้บริการ ได้แก่ ความปลอดภัย โรงแรม ภัตตาคาร แหล่งการค้า ทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ความสะอาด ถนน แหล่งเสื่อมโทรม เป็นต้น การมองศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้เรารู้ความต้องการของแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้เรารู้ความต้องการของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งว่าสมควรที่จะมีความพร้อมในการอำนวยความสะดวก การรองรับนักท่องเที่ยวเข้าไปในพื้นที่ ทัศนคติของคนในท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาและสร้างนโยบายของรัฐในการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

ทางด้าน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548ก: 90) ได้ให้ความหมายของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า ความพร้อมในด้านคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการให้บริการของผู้มาเยือน ลักษณะหรือคุณสมบัติดังกล่าวจะมีความแตกต่างไปในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นๆ ซึ่งควรมีคุณลักษณะ 4 ด้าน หรือ 4A คือ

1) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยว หากมีความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึงพื้นที่ก็จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในพื้นที่ได้มาก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเที่ยวได้อย่างง่ายดายและมีความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวจะต้องอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพานเดิน ที่จอดรถ ตลอดจนเส้นทางการท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

2) ความดึงดูดของสถานที่ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่กระตุ้นหรือเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในพื้นที่ อาจจะเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างหรือที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่แฝงไว้ด้วยเอกลักษณ์และความโดดเด่นของสถานที่นั้นๆ ไม่ว่าจะเป็น ความสวยงามที่เกิดขึ้น ความแปลกใหม่ ที่มีส่วนดึงดูดนักท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบของการบริการ (Ancillary Service) คือ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการบริการเพื่อให้มีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆก็ยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการด้านการตลาด การให้ข่าวสารและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว การประสานความร่วมมือในการพัฒนาและบริหารแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนเพื่อป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว

4) ความประทับใจ (Amenity) คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจและความสนุกสนานให้แก่นักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังรวมถึงทรัพยากรบุคคลที่ให้บริการในด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นมิตร ความสามารถในการสื่อสาร ความเอื้ออาทร เป็นต้น

ในขณะที่ ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549: 47) ได้กล่าวถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวจึงมีส่วนผลักดันให้การท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละด้าน ได้แก่

ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจและเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวจะมีหลายประเภท เช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์

ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จะเป็นบทบาทที่สำคัญในการเป็นศูนย์รวมในการประชาสัมพันธ์ในด้านการท่องเที่ยว สำหรับทางภาครัฐและภาคเอกชนจะเป็นหน่วยงานหลักในการเผยแพร่ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว

ด้านการขนส่ง จะมีความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะต้องมีการเดินทางการขนส่งนักท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

ด้านปัจจัยพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยว เป็นส่วนที่ดำเนินการเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวและเอื้อประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น บริการตรวจคนเข้าเมือง บริการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางการเข้าถึง ไฟฟ้า สาธารณูปโภคต่างๆ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นการรองรับและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่แสดงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานบันเทิง กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การบริการ เป็นต้น

ด้านสิ่งสนับสนุนอื่นๆ ที่มีส่วนสนับสนุนให้การท่องเที่ยวได้รับความสะดวก เช่น ธุรกิจบริการต่างๆ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจ สถานการณ์การท่องเที่ยว

นอกจากนี้ในงานวิจัยต่างประเทศ Dwyer and Kim (2003: 380-399) ได้อธิบายถึงศักยภาพและขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวและได้ออกแบบกรอบแนวคิดขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญในการชี้วัดถึงความพร้อมของจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยว ตัวชี้วัดทางศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการระบุคุณค่าหรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งเป็นด้านได้ดังนี้

ด้านทรัพยากรหลัก เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่เกิดเองตามธรรมชาติหรือเป็นทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม รวมถึงภูมิศาสตร์ทางกายภาพ สภาพภูมิอากาศ

ด้านทรัพยากรสร้างสรรค์ เป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้มีส่วนร่วมในด้านการท่องเที่ยวสร้างขึ้นและกำหนดรูปแบบขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมการช้อปปิ้ง

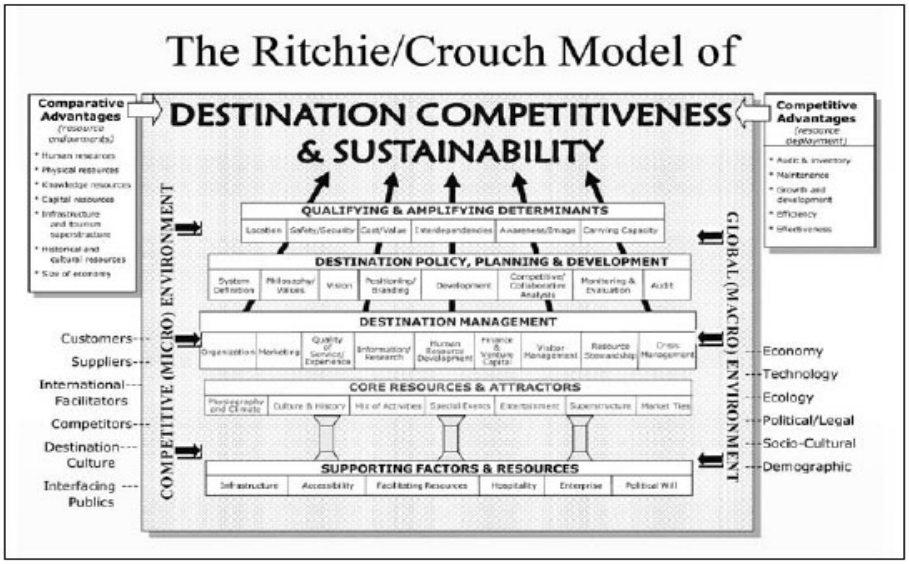
ด้านปัจจัยสนับสนุน เป็นสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวที่ทางภาครัฐและภาคเอกชนให้การสนับสนุน ซึ่งประกอบไปด้วย โครงสร้างพื้นฐานทั่วไป คุณภาพการให้บริการ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การต้อนรับ ความปลอดภัย

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ส่งเสริมและพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับที่ดี ซึ่งจะประกอบไปด้วย หน่วยงานด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การจัดการจำนวนนักท่องเที่ยว ทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและตัวชี้วัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ Dwyer and Kim (2003: 380-399) พบว่ามีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดขีดความสามารถแหล่งท่องเที่ยวของ Ritchie and Crouch (2010: 1053-1064) ที่ได้นำเสนอขีดความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งการระบุและจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ โดยใช้กรณีศึกษาของประเทศบราซิล โดยอธิบายว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะมีศักยภาพมากน้อยนั้นขึ้นอยู่กับการพัฒนาและการใช้ระยะเวลา ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญคือการ

ตระหนักถึงความยั่งยืน โดยมีองค์ประกอบแต่ละด้านของศักยภาพทางการท่องเที่ยวตามรูปแบบกรอบแนวคิดขีดความสามารถทางการแข่งขันและความยั่งยืน ดังภาพที่ 2.5

Figure 1
Conceptual model of destination competitiveness



ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดขีดความสามารถทางการแข่งขันและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว
แหล่งที่มา: Ritchie and Crouch, 2010: 1051.

จากภาพที่ 2.5 พบว่า ศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ด้านหลัก คือ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ โดยสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ด้านปัจจัยทรัพยากรหลัก จะเป็นองค์ประกอบหลักของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง เป็นทรัพยากรหลักและเป็นพื้นฐานในการคาดหวังของการเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งจะประกอบด้วย ด้านภูมิศาสตร์และกายภาพ เป็นตัวกำหนดลักษณะโดยรวมของภูมิทัศน์ในพื้นที่และสภาพอากาศของจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ยังเป็นตัวกำหนดถึงความสวยงามของสถานที่อีกด้วย ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะทางด้านประวัติศาสตร์จะเป็นตัวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การได้มาชมวิถีชีวิต การได้มาสัมผัสในพื้นที่ ทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านความบันเทิง ด้านแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นรากฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การ

ท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ เช่น ศาสนา กีฬา การค้าต่างๆ การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจจะทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ด้านปัจจัยสนับสนุนทรัพยากร เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ทรัพยากรหลักทางการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถจัดตั้งขึ้นได้แค่มีทรัพยากรหลัก แต่ถ้าหากมีทรัพยากรหลักเพียงอย่างเดียวและพบว่าขาดปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนจะทำให้การพัฒนาหรือศักยภาพทางการท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ ปัจจัยสนับสนุนจะช่วยให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมีความสมดุลมากยิ่งขึ้นและก่อให้เกิดการเกิดความสมดุลของการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว เช่น บริการด้านการขนส่ง และสถานที่ที่สำคัญกับนักท่องเที่ยว ทางหลวงรถไฟ บริการรถโดยสาร สนามบิน เรือข้ามฟาก และองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ระบบน้ำ ไฟฟ้า ระบบการสื่อสาร และระบบต่างๆที่มีประสิทธิภาพในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นทรัพยากรและการบริการให้เกิดความพร้อมในการใช้งาน เช่น ที่พักอาศัย สถาบันการเงินต่างๆ ด้านการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญ ตัวอย่างเช่น กฎระเบียบของสายการบิน วีซ่าและใบอนุญาต การเชื่อมต่อเส้นทางสนามบินและเชื่อมโยงไปถึงการเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการต้อนรับ เป็นอีกองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อการส่งมอบการบริการที่สูง การต้อนรับที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์ที่น่าจดจำจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นการจัดการจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไปในพื้นที่และกิจกรรมต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว เป็นการสร้างประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมในการรองรับ เป็นกระบวนการที่มีการดำเนินงานร่วมกันโดยบุคคลและองค์กรซึ่งประกอบไปด้วย ด้านองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่นหน่วยงานต่างๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว ด้านการตลาดที่มุ้งเน้นในด้านการส่งเสริมการขายของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการ เช่น การเลือกร้านอาหาร โรงแรม เป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการนั้นๆ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านทรัพยากรมนุษย์จะเป็นบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยพื้นฐานที่สำคัญคือ ระบบการศึกษาและทักษะการทำงานที่สำคัญที่จะส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเงินเป็นการให้ความพร้อมหรือเป็นทุนที่สำคัญในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องใช้เงินเป็นหลักในการดำเนินการ ด้านการจัดการนักท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถปฏิบัติได้ตามกฎและเพื่อให้เกิดความเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด ด้านการควบคุมนักท่องเที่ยวไม่ให้มีพฤติกรรมที่ทำลายแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดการวิกฤติการการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่เป็นการดูแล ปรับปรุง หรือแก้ไข

ปัญหาจากผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ซึ่งเมื่อเกิดวิกฤตการดังกล่าว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ยังดำเนินต่อไปและสร้างให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ด้านนโยบายการพัฒนา กรอบยุทธศาสตร์หรือนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยการวางแผนและการพัฒนาที่มีผลให้เป็นไปตามรูปแบบที่วางไว้ทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ จะทำให้การพัฒนาประสบผลสำเร็จ เพราะจะสามารถทำให้ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านวิสัยทัศน์ เป็นปรัชญาที่สำคัญที่เป็นเหตุผลหลักๆ ของการจัดทำนโยบาย ซึ่งสถานที่แตกต่างกันวิสัยทัศน์ของการดำเนินงานก็จะแตกต่างกัน ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการวางตำแหน่งและการสร้างการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว ด้านนโยบายทางการพัฒนา จะเป็นกลไกที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้เกิดการพัฒนาและเกิดการแข่งขัน ทางด้านการประเมินผลและการตรวจสอบ เป็นวิธีการสร้างประสิทธิภาพในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ว่าควรมีการพัฒนาและปรับปรุงไปในทิศทางใด

ด้านคุณสมบัติหรือปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือแต่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ข้างต้นที่กล่าวมา เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวหรือมีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านพื้นที่จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมายังสถานที่นั้นๆ เช่นความห่างไกล การเดินทาง ด้านความปลอดภัย จะคำนึงถึงระบบของความปลอดภัยในเมืองนั้นๆ เช่น ผลกระทบจากเหตุการณ์ก่อการร้าย สงคราม อาชญากรรมในพื้นที่ใกล้เคียง ด้านคุณค่าและด้านภาพลักษณ์ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับในการเดินทางมาท่องเที่ยว

จากแนวคิดและทฤษฎีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นความสามารถหรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการรองรับนักท่องเที่ยวและเอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ศักยภาพทางการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวโดยที่แหล่งท่องเที่ยวแหล่งนั้นยังคงรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งนั้นได้เป็นอย่างดี โดยศักยภาพทางการท่องเที่ยวได้มีตัวชี้วัดต่างๆ เช่น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การเข้าถึง การคมนาคม การตลาด ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ ซึ่งแต่ละตัวชี้วัดสามารถแบ่งเป็นด้านหรือจัดเป็นหมวดหมู่ตามความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ สามารถกำหนดเกณฑ์ของศักยภาพตามสภาพแวดล้อมได้ ซึ่งศักยภาพทางการท่องเที่ยวจะเป็นเกณฑ์ที่กำหนดถึงความพร้อมของการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้รวบรวมและเปรียบเทียบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องและตรงกันดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 การเปรียบเทียบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจากการทบทวนวรรณกรรม

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	กฤษฎา (2556)	ศรัญญา (2546)	นุญเลิศ (2548)	ทิพวรรณ (2549)	เทวีวรรณ (2549)	Larry & Chulwon (2003)	Ritchie & Crouch (2010)	เปรมจิต (2553)	จิราพร (2)556)
1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓				✓
2) ที่พัก/สิ่งอำนวยความสะดวก		✓			✓	✓	✓		✓
3) โครงสร้างพื้นฐาน		✓			✓	✓	✓		
4) การคมนาคม		✓							
5) ความสะดวกในการเข้าถึง	✓		✓	✓		✓	✓		✓
6) ความดึงดูดใจ			✓					✓	
7) ความประทับใจ			✓						
8) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร				✓					
9) การขนส่ง				✓					
10) การต้อนรับ/การบริการ	✓					✓	✓	✓	
11) ผู้ประกอบการ							✓		
12) ภูมิศาสตร์						✓	✓		
13) ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม		✓				✓	✓		
14) ความบันเทิง				✓			✓		
15) การตลาด			✓			✓	✓		
16) ภาพลักษณ์						✓	✓		✓
17) ความปลอดภัย		✓		✓	✓	✓	✓		
18) นโยบายและแผนงาน						✓	✓		
19) ทรัพยากรมนุษย์					✓	✓	✓		✓
20) กิจกรรมการท่องเที่ยว	✓			✓		✓	✓		
21) หน่วยงานการท่องเที่ยว	✓				✓	✓	✓	✓	✓
22) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว						✓	✓		

จากตารางที่ 2.2 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด 8 งาน มีตัวชี้วัดย่อยด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสรุปได้ทั้งหมด 22 ตัวชี้วัด พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นตัวชี้วัดถึงความพร้อมและความอุดมสมบูรณ์ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรมในแต่ละด้านพบว่าตัวชี้วัดบางด้านมีตัวชี้วัดศักยภาพที่ตรงกัน เช่น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐานในด้านการท่องเที่ยว ด้านการตลาด ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวชี้วัดย่อยที่สอดคล้องนั้นจะเป็นศักยภาพที่เด่นชัดที่ทุกสถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญในด้านการท่องเที่ยว เป็นการแสดงถึงความพร้อมของการให้บริการนักท่องเที่ยวและในขณะเดียวกันก็เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยากได้รับในการมาท่องเที่ยว ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความพร้อมทางการท่องเที่ยวที่จะรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ อีกทั้งยังพร้อมที่จะพัฒนาและปรับปรุงในแหล่งท่องเที่ยวแหล่งนั้นต่อไป

ในการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้จัดทำตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประยุกต์ตัวชี้วัดหลักจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านขีดความสามารถทางการแข่งขันและความยั่งยืนของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว Ritchie and Crouch (2010: 1053-1064) โดยผู้วิจัยได้กำหนดและจัดหมวดหมู่ตัวชี้วัดที่มีความหมายตรงกันหรือใกล้เคียงกันพร้อมคัดเลือกตัวชี้วัดหลักจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีรวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความเหมาะสมและเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยคัดเลือกตัวชี้วัดหลักและจัดหมวดหมู่ตัวชี้วัดย่อยที่เกี่ยวข้องที่ปรากฏในแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปและคัดเลือกตัวชี้วัดหลักด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ 5 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 การคัดเลือกและจัดหมวดหมู่ตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ตัวชี้วัดหลัก	ตัวชี้วัดย่อยที่สอดคล้องกันหรือใกล้เคียงกัน
1. ด้านทรัพยากรหลัก	1.1 ความพร้อมสถานที่ท่องเที่ยว
	1.2 กิจกรรมการท่องเที่ยว
	1.3 โครงสร้างพื้นฐาน
2. ด้านปัจจัยสนับสนุน	2.1 การเข้าถึง
	2.2 การบริการ
	2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก
3. ด้านการบริหารจัดการ	3.1 ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยว
	3.2 หน่วยงานบริการด้านการท่องเที่ยว
	3.3. หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. ด้านนโยบาย	4.1 การส่งเสริมภาพลักษณ์
	4.2 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
	4.3 การติดตามประเมินผลนำนโยบายสู่การปฏิบัติ
5. ด้านปัจจัยอื่นๆ	5.1 มาตรการความปลอดภัย
	5.2 ด้านความคุ้มค่า
	5.3 การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น

จากตารางที่ 2.3 เป็นตัวชี้วัดที่สร้างขึ้นโดยประยุกต์จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว Ritchie & Crouch (2010: 1053-1064) ซึ่งจะประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรหลัก หมายถึง องค์ประกอบหลักที่เป็นจุดมุ่งหมายสำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ความพร้อมสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน ด้านปัจจัยสนับสนุน หมายถึง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้การเดินทางมาท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายและมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น เป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ในการเดินทาง ประกอบไปด้วย การเข้าถึง การบริการ และโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงานหรือการจัดการการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สร้างให้การท่องเที่ยวมีความพร้อมมากขึ้น ประกอบไปด้วย ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยว หน่วยงานบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านนโยบายหมายถึง แผนการ

ดำเนินงานหรือแผนการจัดการท่องเที่ยวที่กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนาและสร้างความพร้อมในการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย การส่งเสริมภาพลักษณ์ ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การติดตามประเมินผลนำนโยบายสู่การปฏิบัติ ด้านปัจจัยอื่นๆ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่นอกเหนือแต่มีความสัมพันธ์และมีความเกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบในด้านการท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย มาตรการความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่า การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว

ศูนย์เพื่อการวางแผนท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย (2549: 59) ได้อธิบายเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity, cc) ไว้ว่า ขีดความสามารถในการรองรับเป็นสภาวะของสิ่งแวดล้อมที่มีผลมาจากการพัฒนาและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เป็นจำนวนสูงสุดของปริมาณนักท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวแหล่งหนึ่งที่สามารถจะรับได้ โดยที่ทุกฝ่ายยังสามารถที่จะใช้ประโยชน์และได้รับความพอใจสูงสุดโดยที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแหล่งนั้นได้ โดยที่ขีดความสามารถในการรองรับจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในด้านการวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมั่นใจว่าการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะไม่เกินความสามารถที่จะรองรับได้ ซึ่งแนวทางที่มีระดับการใช้มากที่สุดคือทางกายภาพและทางชีวภาพ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ขีดความสามารถในการรองรับทางด้านกายภาพ เป็นศักยภาพในการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวหรือการกำหนดระดับแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเกิดขึ้นได้โดยไม่เกินกว่าทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ ไม่เกินสาธารณูปโภคที่เกิดขึ้น ไม่เกิดความเสื่อมโทรมทางธรรมชาติ และไม่ทำลายความคาดหวังและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว น้ำกินน้ำใช้ การกำจัดขยะ การเข้าถึงและการเชื่อมโยงของระบบการขนส่ง เป็นต้น

2) ขีดความสามารถในการรองรับด้านชีวภาพ เป็นแนวทางที่ชี้ให้เห็นถึงระดับสูงสุดของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ ก่อนที่สถานที่และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจะเสื่อมโทรมลงไป เมื่อการพัฒนาเกิดขึ้น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ จะมีระดับผลกระทบและการต่อต้านผลกระทบในระดับที่ไม่เท่ากัน

ในขณะที่ ธีรยุทธ กำศิริพิมาน (2553: 65) ได้อธิบาย ความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ไว้ว่า เป็นระดับความสามารถในการเจริญเติบโตและความอดทนต่อการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง โดยที่สิ่งแวดล้อมรอบข้างยังคงดำเนินไปได้อย่างเป็นปกติ เป็นการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบและโครงสร้างของระบบนิเวศนั้นๆ เป็นความสามารถในการรองรับโดยใช้แนวคิดที่ว่า ระบบนิเวศหนึ่งๆ มีความสามารถหรืออดทนต้อการถูกกระทำจากสิ่งแวดล้อมรอบข้างอย่างไร ซึ่งสามารถจำแนกได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1) ความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) เป็นการพิจารณาความสามารถในด้านเศรษฐกิจว่าจะให้ประโยชน์สูงสุดอย่างไร

2) ความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) เป็นขีดจำกัดในการพิจารณาสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ เช่น ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3) ความสามารถในด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) ระดับการใช้ประโยชน์สูงสุดที่ระบบนิเวศจะรับได้ เช่น สภาพแวดล้อมต่างๆ รวมถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

4) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) เป็นการพิจารณาขีดความสามารถทางความรู้สึก เช่น ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ทางด้าน Wagar (1964: 12-16) ได้กล่าวถึงขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวและนันทนาการไว้ว่า การพัฒนาและการสำรวจอย่างเป็นทางการของแนวความคิดขีดความสามารถในการรองรับเป็นการใช้ประโยชน์ในพื้นที่โดยที่มีการตอบสนองในด้านการนันทนาการให้มีคุณภาพและให้ผลตอบแทนสูงสุด ซึ่งการใช้พื้นที่จะได้รับประโยชน์และเป็นการเพิ่มมูลค่าของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน และไม่เกิดผลกระทบจนเกินการรองรับซึ่งจะคำนึงใน 4 ด้าน คือ

1) ด้านชีวภาพ เป็นการตรวจสอบขีดความสามารถในฐานะที่เป็นสถานที่ให้บริการโดยธรรมชาติที่สามารถพิจารณาและเกิดการรองรับได้

2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ขึ้นอยู่กับความต้องการและความพึงพอใจเฉพาะบุคคลในสังคม และสามารถกำหนดเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องได้

3) ด้านสังคมจิตวิทยา เป็นความต้องการและความพึงพอใจเฉพาะบุคคล

4) ด้านการจัดการ พิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ สามารถรองรับกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด

ทั้งนี้รายงานฉบับสุดท้าย โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จ.กาญจนบุรี ปี 2006 (2006: 5-2 – 5-6) ได้กล่าวถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากด้านต่างๆ ที่มีการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งมี 3 ลักษณะ ดังนี้

1) ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทางกายภาพ หมายถึง ระดับนักท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ รวมถึงความสามารถในการรองรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการการท่องเที่ยวในพื้นที่

2) ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทางด้านสิ่งแวดล้อมหรือนิเวศวิทยา หมายถึง ระดับนักท่องเที่ยวที่จะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำให้สิ่งแวดล้อมลดน้อยลง

3) ขีดความสามารถในด้านสังคม ระดับนักท่องเที่ยวสูงสุดที่จะไม่ทำให้ความสนุกสนานและความประทับใจในการท่องเที่ยวหายไป รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่

รายงานโครงการข้างต้นยังมีความสอดคล้องกับ ชูกลิ่น อุนวิจิต และคณะ (2556: 66-67) ที่ได้กล่าวถึงขีดความสามารถทางการรองรับไว้ว่า เป็นความสามารถของพื้นที่ที่จะได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการใช้สอยพื้นที่ให้เหมาะกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ซึ่งสามารถพิจารณาความสามารถในการรองรับได้ 3 ประเด็นหลักๆ คือ

1) ความสามารถที่จะรองรับด้านกายภาพ เป็นลักษณะหรือสภาพทางกายภาพของสถานที่นั้นๆให้เอื้อต่อการพัฒนาให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสม

2) ความสามารถที่จะรับได้ทางสังคม เป็นความสามารถของสถานที่ท่องเที่ยวที่จะสามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวให้เกิดการบริการสูงสุด

3) ความสามารถที่จะรับได้ทางนิเวศ หมายถึง ความสามารถของสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยา

ทางด้านรายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการ การตลาดท่องเที่ยวชุมชน (2550: 14) ได้แบ่งลักษณะของขีดความสามารถในการรองรับในการจัดการการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) ขีดความสามารถในการรองรับด้านชีวภาพและนิเวศวิทยา เป็นความสามารถของระบบนิเวศในการรองรับการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ เช่น ลักษณะเชิงพื้นที่ กระบวนการจัดการทางสิ่งแวดล้อม

2) ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา วัดจากระดับการใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจของผู้มาเยือน

3) ขีดความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ ขนาดพื้นที่ในการรองรับ จำนวนนักท่องเที่ยว การไม่สร้างผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม

4) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง (2553: 25) ได้กำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว (Tourism Carrying Capacity: CC) ไว้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายทางด้านต่างๆ เช่น ความเสียหายทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการพิจารณา 6 แนวทางที่สำคัญคือ ทรัพยากรทางกายภาพ ระดับการพัฒนา ระดับความพึงพอใจหรือระดับการคาดหวัง ระดับการเปลี่ยนแปลง การประเมินต้นทุนและกำไร และขีดจำกัดแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งแต่ละแนวทางดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกายภาพของพื้นที่ สามารถสรุปขีดความสามารถในการรองรับได้ 4 ด้าน คือ

1) ขีดความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ หมายถึงระดับนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางกายภาพรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่

2) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ระดับนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมให้ด้อยค่าลง เช่น ระบบนิเวศ ป่าไม้ อากาศ

3) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคม หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายความประทับใจในการท่องเที่ยว

4) ขีดความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่สามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม โดยไม่ขัดแย้งกับภาคส่วนอื่นๆ และไม่ส่งผลต่อการลงทุนและการดำรงชีพ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549: 78) ได้กล่าวถึงขีดความสามารถในการรองรับในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่สามารถอยู่ได้ด้วยความพึงพอใจ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยที่ทำลายสภาพแวดล้อมได้น้อยสุดหรือไม่ทำลายสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังสามารถรักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด ดังนั้นขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีผลที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสียหายน้อยที่สุด ทำให้เกิดการกำหนดปริมาณ การควบคุม และมาตรการที่จะจำกัดนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่นั้นๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน

1) ขีดความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ เป็นปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจได้รับผลตอบแทนสูงสุดโดยที่ไม่กระทบต่อการลงทุนและการดำรงชีพของประชากร

2) ขีดความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ เป็นระดับปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ในที่นี้จะรวมถึงระดับของความอิ่มตัวของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการการท่องเที่ยว

3) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคม เป็นระดับปริมาณของนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำให้ความสนุกสนานและความประทับใจในการท่องเที่ยวหายไป ในขณะเดียวกันก็ไม่เกิดผลกระทบทางลบให้กับประชาชนในท้องถิ่น

4) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม เป็นปริมาณของนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวน้อยลง

5) ขีดความสามารถในการรองรับด้านความรู้สึก เป็นระดับปริมาณของนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายความเป็นส่วนตัวและทำให้ความรู้สึกดีในการท่องเที่ยวลดลง

นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549: 79) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย 3 แนวคิดคือ

แนวคิดอิงสิ่งแวดล้อม เป็นแนวคิดที่เสนอว่า ขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่สูงที่สุดที่สามารถใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมเกิดการเปลี่ยนแปลงและไม่ทำให้ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวลดน้อยลง โดยแนวคิดนี้ชี้แนะว่า จะต้องมีการกำหนดสภาวะของแหล่งท่องเที่ยว (An Environment - Based Perspective)

แนวคิดอิงการตลาด เป็นแนวคิดที่ว่าขีดความสามารถในการรองรับจะถึงจุดวิกฤตเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังนั้นการส่งเสริมด้านการตลาดจนไปถึงระดับขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวและให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการรองรับได้

แนวคิดอิงชุมชนท้องถิ่น เป็นแนวคิดที่ว่า ขีดความสามารถในการรองรับในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เป็นการกำหนดมาตรฐานในการรองรับเพื่อวัดผลกระทบโดยอิงค่านิยมในชุมชนหรือในท้องถิ่นนั้นๆ

พัชรีรัต หารไชย (2552: 32-35) ได้กล่าวถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ไว้ว่า ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ หมายถึง ความสามารถสูงสุดของสภาพแวดล้อมใดแวดล้อมหนึ่งที่มีผลต่อการรองรับได้สูงสุดและจำกัด ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความพอดีในการบริหารจัดการทรัพยากร เมื่อการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดผลกระทบทางสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งมีสาเหตุเกิดมาจากการขยายตัวของพลเมือง เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมต่างๆ ทำให้จึงต้องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ได้นานที่สุด ไม่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวด้อยค่าลงไปรวมถึงการใช้ประโยชน์ในระดับสูงสุดจากนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งขีดความสามารถในการรองรับได้ 4 ลักษณะ คือ

1) ขีดความสามารถในการรองรับทางด้านกายภาพ เป็นการพิจารณาถึงระดับการใช้ประโยชน์ทางด้านการท่องเที่ยวและนันทนาการซึ่งใช้เนื้อที่ในการรองรับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีการเอื้อให้ประกอบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีคุณภาพ เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่สามารถใช้ประโยชน์และไม่สร้างผลกระทบให้กับกิจกรรม เช่น ขนาดพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบกิจกรรม ขนาดพื้นที่สำหรับรองรับกิจกรรม เป็นต้น

2) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการใช้ประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ที่จอดรถ ห้องน้ำ หรือมีการรองรับของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นๆในพื้นที่ที่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว

3) ขีดความสามารถในการรองรับทางสิ่งแวดล้อม เป็นการวัดระดับสูงสุดที่ระบบสิ่งแวดล้อมจะรองรับได้และไม่ก่อให้เกิดอันตรายและผลกระทบ เป็นความสามารถของระบบในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพในระบบนิเวศของสิ่งแวดล้อม

4) ขีดความสามารถในการรองรับทางด้านจิตวิทยา เป็นการประเมินขีดความสามารถที่มุ่งเน้นทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่นความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อการให้บริการ เป็นต้น

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถการรองรับทางการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบขีดความสามารถการรองรับทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องและตรงกันดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 แสดงการเปรียบเทียบขีดความสามารถการรองรับทางการท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรม

ขีดความสามารถในการรองรับ	ชูกลิ่น (2556)	จตุรงค์และคณะ (2556)	ดรรชนี (2555)	ธีรยุทธ (2553)	บุญเลิศ (2549)	พัชรีรัต(2552)	เบญจมาศ (2557)	Wagar (1964)
ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ *	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
ขีดความสามารถการรองรับด้านชีวภาพ								✓
ขีดความสามารถการรองรับด้านนิเวศวิทยา	✓	✓	✓	✓			✓	
ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม *					✓	✓		✓
ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา/ความรู้สึก *		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		✓	✓			✓		
ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคม *	✓		✓		✓		✓	✓
ขีดความสามารถการรองรับด้านเศรษฐกิจ	✓			✓	✓			

หมายเหตุ * คือตัวชี้วัดที่คัดเลือก

จากแนวคิดและทฤษฎีขีดความสามารถในการรองรับ สามารถสรุปได้ว่า ขีดความสามารถในการรองรับเป็นระดับหรือความสามารถสูงสุดในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่โดยไม่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความเสียหายและทำให้สิ่งแวดล้อมในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็ยังได้รับความประทับใจ ได้รับประสบการณ์และการอำนวยความสะดวกจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้ง 8 งาน สามารถสรุปขีดความสามารถในการรองรับได้ทั้งหมด 8 ด้าน ผู้วิจัยจึงได้จัดทำและประยุกต์ตัวชี้วัดในด้านขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับทางการท่องเที่ยวขึ้น โดยกำหนดตัวชี้วัดที่มีความหมายตรงกันหรือใกล้เคียงและเลือกตัวชี้วัดหลักจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีรวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีการจัดหมวดหมู่และกล่าวถึงมากที่สุด สามารถสรุปและคัดเลือกตัวชี้วัดหลักด้านขีดความสามารถทางการบริหารจัดการรองรับการท่องเที่ยว 4 ด้านที่สำคัญที่เหมาะสมกับงานวิจัยนี้ คือ ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคม ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา และขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม

2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัด ชลบุรี

เมืองพัทยาตั้งอยู่ทางภาคตะวันออก อยู่ในพื้นที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 150 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตารางกิโลเมตร (130,062.50 ไร่) เมืองพัทยาประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบล ซึ่งประกอบด้วย ตำบลนาเกลือ ตำบลหนองปรือ ตำบลห้วยใหญ่ และตำบลหนองปลาไหล ในส่วนชายหาดของพัทยามีความยาวประมาณ 15 กิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็นเนิน มีที่ราบน้อย ที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของย่านพาณิชยกรรมหรือแหล่งการค้า และบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพัทยาขึ้นไปทางตอนบน ลักษณะการปกครองของเมืองพัทยาเปลี่ยนจากการอยู่ในเขตการปกครองของสุขาภิบาลนาเกลือไปเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษแบบมีผู้จัดการเมือง (City Manager) เป็นการปกครองท้องถิ่นรูปแบบที่ 5 ของไทยและให้เมืองพัทยามีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนคร การปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษของเมืองพัทยาดังกล่าวมีความแตกต่างไปจากรูปแบบการปกครองท้องถิ่นอื่นๆ ที่ใช้กันอยู่ในประเทศไทย มีลักษณะคล้ายกับรูปแบบการปกครองของเทศบาลรูปแบบสภาและผู้จัดการ (Council and Manager Form) หรือผู้จัดการเทศบาล (City Manager) (ศาลาว่าการเมืองพัทยา, 2555ก)

ด้านแผนพัฒนาและนโยบายทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เมืองพัทยามีนโยบาย การจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเมืองพัทยา 5 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2558) และจัดทำแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2556) ขึ้น เพื่อให้ความสำคัญจากการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดยุทธศาสตร์เป้าประสงค์ กลยุทธ์เพื่อให้มีแนวทางการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายและวิสัยทัศน์ให้การพัฒนาเมืองพัทยาเป็นไปอย่างมีทิศทาง มั่นคงและยั่งยืนโดยมีนโยบายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาวที่ชัดเจนสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล กระทรวง

จังหวัด และนโยบายของเมืองที่สอดคล้องและกลมกลืนและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน สภาพแวดล้อมทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคมและการเปลี่ยนแปลงจากกระแสของประชาคมโลกและพิจารณาตามข้อเสนอของผู้ที่เกี่ยวข้องจากการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้แทนชุมชน ผู้แทนจากสมาคมโรงแรม นักธุรกิจ ภาคเอกชน ประชาชนในเมืองพัทยา นอกจากนี้เมืองพัทยาได้มีการพัฒนาแผนนโยบายและจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น นโยบายพัฒนาปรับปรุงชายหาดพัทยา โดยการฟื้นฟูสภาพชายหาดให้กลับมาสวยงามดังเดิม การปรับปรุงภูมิทัศน์ตลอดแนวชายหาด นโยบายประชาสัมพันธ์ให้เมืองพัทยาเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวและมีความหลากหลายทางกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมทางทะเล เทศกาลและงานต่างๆ ตลอดจนการมุ่งเป้าหมายเป็นอันดับต้นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว สนามกอล์ฟ เมืองแห่งไมซ์ นโยบายพัฒนาให้เมืองพัทยาและเกาะล้านเป็นพื้นที่สีเขียวด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นโยบายพัฒนาให้พัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก (World Class) และเป็นเมืองท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมาย พัทยาต้องการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาคและระดับโลกโดยมุ่งเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนตลอดจนประชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองอย่างโปร่งใส นโยบายพัฒนาเมืองพัทยา โดยการนำเมืองพัทยา-เกาะล้าน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งอาเซียนในปี 2558 เป็นต้น นับเป็นนโยบายและโครงการที่จะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการต่อยอดในสาขาการท่องเที่ยวไมซ์ที่เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในพัทยาในปัจจุบัน (ศาลาว่าการเมืองพัทยา, 2555 ข)

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เมืองพัทยาเป็นเมืองแห่งความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเสน่ห์ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ หาดทราย หมู่เกาะ ศูนย์กลางแห่งศิลปะ ประเพณีพื้นบ้านและวัฒนธรรมร่วมสมัย เมืองภาพยนตร์ เมืองแห่งดนตรีและกีฬา ทั้งที่ถูกสร้างสรรค์ความงดงามจากธรรมชาติและสร้างขึ้นจากฝีมือมนุษย์ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยสรุปได้ดังนี้

1) พิพิธภัณฑ์ริบลีส์

พิพิธภัณฑ์ริบลีส์เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของโลก มีต้นกำเนิดมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของแปลกปะหลาด รวบรวมสิ่งของมหัศจรรย์ โดยภายในพิพิธภัณฑ์จะมีนิทรรศการและการแสดงแนวแฟนตาซี เช่น โกดังผีสิง โรงภาพยนต์ 4 มิติ หุ่นขี้ผึ้งที่จัดแสดง เป็นอีกพิพิธภัณฑ์หนึ่งที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

2) วิมานใต้ทะเลเรือ (เรือดำน้ำพิรมย์)

เป็นเรือดำน้ำเพื่อการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถดำน้ำได้ในระยะ 20 เมตร เพื่อชมความสวยงามของปะการังบริเวณเกาะสากและเกาะล้าน เมืองพัทยา โดยการบริการเริ่มจากตรงฐานเกาะสากจนสิ้นสุดการดำน้ำแต่ละรอบใช้เวลาประมาณ 40 นาที โดยจะมีกิจกรรมต่างๆ ตลอดการเดินทางดำน้ำ เช่น การชมทิวทัศน์ การบริการเครื่องดื่ม การถ่ายภาพที่ระลึก

3) ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลพัทยา เป็นสถานที่ให้ความรู้ทางด้านชีววิทยา เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชม โดยทางศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลได้มีกิจกรรมต่างๆ เช่น การให้บรรยายความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล การชมนิทรรศการ นอกจากนี้ยังเปิดให้นักท่องเที่ยวได้ชมวงจรชีวิตของเต่าทะเลซึ่งภายในจะมีบ่ออนุบาลของเต่าทะเลให้ได้ชม

4) เรือจักกรีนฤเบศร

เรือหลวงจักรีนฤเบศรเป็นเรือที่จอดอยู่ที่ฐานทัพเรือสัตหีบ เป็นเรือบรรทุกอากาศยานลำแรกของประเทศไทยและเป็นเรือประจำการในส่วนของกำลังรบของกองทัพเรือ ในปัจจุบันยังมีการใช้งานและเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมในส่วนต่างๆ ของเรือ

5) หมู่บ้านช้างพัทยา

หมู่บ้านช้างพัทยาเป็นสถานที่รวบรวมช้างและเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชม โดยภายในหมู่บ้านมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การชมการแสดงของช้าง การนั่งช้างชมป่า ชมทัศนีย์ภาพภูเขา แม่น้ำ การขี่ช้าง การเดินป่า ล่องแพ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับช้าง เช่น การให้อาหาร ฝึกช้างให้ทำอาหาร

6) สวนนงนุช

สวนนงนุชเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนอีกสถานที่หนึ่งในพัทยา ภายในสวนจะมีบ้านทรงไทย สวนไม้ดอก ไม้ประดับ รวมถึงพันธุ์ไม้นานาชนิด เช่น สวนกล้วยไม้ สวนกระบองเพชร สวนพฤกษศาสตร์ รวมทั้งมีสิ่งปลูกสร้างๆต่างๆและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไว้บริการนักท่องเที่ยว ภายในสวนมีบริการนั่งรถชมสวน ปั่นจักรยานชมสวน มีบริการเช่าเรือพาย มีศูนย์การแสดงศิลปวัฒนธรรมจัดแสดงให้กับนักท่องเที่ยว

7) ไร่องุ่นซิลเวอร์เลค

ไร่องุ่นซิลเวอร์เลคพัทยา เป็นไร่องุ่นที่จำหน่ายองุ่นและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ขององุ่น โดยมีการจัดตกแต่งไร่อย่างสวยงามในสไตล์ไร่ต่างประเทศ โดยมีแนวคิดจากไร่ประเทศอเมริกา ภายในไร่องุ่นยังมีทะเลสาบขนาดใหญ่ที่เป็นทิวทัศน์ที่สวยงามให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม มีกิจกรรมต่างๆ

ให้กับนักท่องเที่ยวเช่น การชมไร่องุ่น การขับรถ ATV การนั่งรถม้าชมไร่ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากองุ่นให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ เช่น องุ่นสด องุ่นแปรรูป น้ำองุ่น เป็นต้น

8) ตลาดน้ำสี่ภาค

ตลาดน้ำสี่ภาคเป็นตลาดน้ำที่รวบรวมอนุรักษ์วัฒนธรรมของเมืองพัทยาและเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรม อาหาร และความหลากหลายของศิลปะให้นักท่องเที่ยว เป็นการรวบรวมของดีทั้งสี่ภาคไว้ที่ตลาดน้ำแห่งนี้ รวมถึงมีสินค้าและหัตถกรรมพื้นบ้านที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

9) ปราสาทสัจธรรม

ปราสาทสัจธรรมเป็นปราสาทจำลองตั้งอยู่ที่ แหลมราชเวช เมืองพัทยา เป็นปราสาทไม้ที่สร้างและแกะสลักด้วยไม้ ตัวปราสาทจะเป็นห้องโถงและหน้าต่างที่ให้ลมและแสงสว่างสามารถเข้ามาในปราสาทได้ทั้ง 4 ทิศ ศิลปะการตกแต่งของตัวปราสาทเป็นแนวคิดที่ผสมศิลปะสมัยอยุธยาตอนต้นจนถึงศิลปะสมัยรัตนโกสินทร์ นอกจากนี้ก่อนถึงทางเข้าปราสาทสัจธรรมมีจุดชมวิวที่เห็นทั้งปราสาททั้งหลังที่มีพื้นหลังเป็นทะเล และบริเวณด้านปราสาทยังมีสวนหย่อม โรงแกะสลัก และร้านจำหน่ายของที่ระลึกที่ให้บริการนักท่องเที่ยว

10) มิโมซ่า พัทยา

มิโมซ่า พัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จำลองและเนรมิตเมืองภายใต้แนวคิดเมืองแห่งความรักและความโรแมนติก โดยภายในเมืองมิโมซ่าเป็นการจำลองสถาปัตยกรรมของเมืองฝรั่งเศส ภายในมิโมซ่ายังมีร้านค้าต่างๆ อีกมากมายให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานหารและช้อปปิ้ง นอกจากนี้ยังมีการแสดงและน้ำพุดนตรีให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลิน

11) พัทยา อาร์ต อิน พาราไดซ์

พัทยา อาร์ต อิน พาราไดซ์ เป็นพิพิธภัณฑ์ศิลปะสามมิติที่ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปและเที่ยวชมความงามของภาพถ่ายสามมิติ ภายในพิพิธภัณฑ์จะประกอบไปด้วยห้องต่างๆ เช่น ห้องลวงตา ห้องใต้สมุทร ห้องภาพจิตรกรรม ห้องไดโนเสาร์ ห้องนิทรรศการศิลปะ

12) เกาะล้าน

เกาะล้านเป็นเกาะในทะเลอ่าวไทยที่อยู่ในเขตเมืองพัทยา ซึ่งเกาะล้านจะเป็นเกาะที่ตั้งอยู่ในแนวขนานกับชายหาดเมืองพัทยา เป็นเกาะที่นักท่องเที่ยวนิยมมาทำกิจกรรมทางน้ำ เช่น เรือลาก สกีดำน้ำดูปะการัง บนเกาะล้านมีชายหาดต่างๆอีกมากมายที่อยู่ในเกาะ ได้แก่ หาดตาแหวน หาดสังวาล หาดแสม เป็นต้น เป็นเกาะที่มีความสวยงามทางธรรมชาติเพราะเป็นชายหาดที่ขาวและมีน้ำทะเลที่ใส เป็นสถานที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยว

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เมืองพัทยายังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อีกมากมาย นับว่าพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและเป็นสถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว โดยแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวของเมืองพัทยาเป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เมืองพัทยาเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและมีการกระจายของสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกระจายอยู่ทุกแหล่ง นอกจากเมืองพัทยาจะเป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงแล้วในปัจจุบันเมืองพัทยายังเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถจัดการท่องเที่ยวแบบการจัดประชุม นิทรรศการและการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวในรูปแบบของธุรกิจ ด้วยสถานที่และระยะเวลาในการเดินทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวที่พัทยา

จากข้อมูลข้างต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองพัทยาสามารถสรุปได้ว่า เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวและเป็นเมืองเศรษฐกิจลำดับต้นๆ ของประเทศ จากการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งด้านเมือง จำนวนประชากร จำนวนนักท่องเที่ยว การขยายตัวของแรงงานและอุตสาหกรรมจึงทำให้เมืองพัทยาเปลี่ยนรูปแบบเป็นการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษและมีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนคร โดยมีแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยาแบบ 3 ปี 5 ปี และ 10 ปี จากแผนนโยบายการท่องเที่ยวของพัทยาที่เน้นให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเนื่องจากเมืองพัทยามีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่จะให้เน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบสนามกอล์ฟ รูปแบบไมซ์เพื่อยกระดับให้เมืองพัทยาเป็นศูนย์กลางการประชุมระดับชาติและนานาชาติรวมถึงการกระตุ้นการจัดงานอีเว้นท์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา นอกจากนี้ยังมีนโยบายเร่งด่วนที่พัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยนโยบายให้ชาวพัทยามีส่วนร่วมจึงทำให้การท่องเที่ยวของเมืองพัทยาขับเคลื่อนไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เมืองพัทยาเป็นเมืองแห่งสีสันและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางทะเล นอกจากนี้เมืองพัทยายังเป็นศูนย์กลางแห่งศิลปะประเพณีพื้นบ้านรวมถึงวัฒนธรรมอันหลากหลาย มีกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

2.5 ข้อมูลนักท่องเที่ยวอินเดียและสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย

ในปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวอินเดียเป็นหนึ่งในตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงรวมถึงยังเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของประเทศอื่นๆ รวมถึงประเทศไทย ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมานักท่องเที่ยวอินเดียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเป็นนักเดินทางที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเพราะ

ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาในการเดินทางโดยเฉพาะสายการบินในปัจจุบันมีเที่ยวบินจากอินเดียสู่ประเทศไทยประมาณเกือบหนึ่งร้อยเที่ยวบินต่อสัปดาห์ ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมาประเทศไทยสะดวกมากขึ้น นักท่องเที่ยวอินเดียมักจะนิยมผนวกการเดินทางให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางร่วมกับประเทศอื่น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวอินเดีย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา ภูเก็ต เกาะสมุย เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวชาวอินเดียนิยมการจับจ่ายเลือกซื้อสินค้า เครื่องใช้ไฟฟ้า การเดินทางเที่ยวชมประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งตลาดนักท่องเที่ยวอินเดียไม่อ่อนไหวต่อวิกฤติสถานการณ์ต่างๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555)

เมื่อพิจารณาการเดินทางของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ถึงร้อยละ 58 ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลร้อยละ 35.4 กลุ่มประชุมสัมมนาร้อยละ 21.9 และกลุ่มนิทรรศการและแสดงสินค้าร้อยละ 0.7 โดยในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียเข้าร่วมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 45 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่นิยมมาได้แก่ ธนาคารและการเงิน เวชภัณฑ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกันภัย และผู้ผลิตรถยนต์ โดยบริษัทใหญ่ๆ เหล่านี้จะมีการจัดกิจกรรมไมซ์ในต่างประเทศประมาณปีละ 3-4 ครั้งรวมถึงเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการมาจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมสัมมนาและจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่นิยมของนักท่องเที่ยวอินเดียคือ บริษัท Whirlpool ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในอินเดียจัดการท่องเที่ยวแก่พนักงานและตัวแทนการตลาดของบริษัท นิยมจัดที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และเดือนสิงหาคมของทุกปี บริษัท Havell ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าและสายไฟฟ้าในอินเดียได้จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดจำหน่ายของบริษัทโดยนำตัวแทนการตลาด 600 คนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ ธีระพงษ์ วนิชชานนท์ (2555)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์และในรูปแบบอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการทำธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอินเดียคือ การจัดงานแต่งงานของชาวอินเดียในประเทศไทย ตลาดคู่แต่งงานได้รับความนิยมเนื่องจากความคุ้มค่าของการจัดงานและฝีมือการจัดงานแต่งงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอินเดียได้ทุกรูปแบบ โดยในด้านงานพิธียังคงยึดแนวปฏิบัติแบบอินเดีย การจัดงานแต่งงานของนักท่องเที่ยวอินเดียเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายในประเทศไทยค่อนข้างสูง ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดงานแต่งงานจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคู่ละ 10-20 ล้านบาทรวมถึงการใช้จ่ายของแขกที่เดินทางมาร่วมงานแต่งงาน โดยผลการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า แขกที่มาร่วมงานส่วนใหญ่จะพำนักเพื่อท่องเที่ยวต่อเฉลี่ย

ประมาณ 7 วัน หลังเสร็จสิ้นงานแต่งงาน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2555) ทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของชาวอินเดียที่นิยมเดินทางมาจัดงานแต่งงานอย่างหรูหราและยิ่งใหญ่ จากข้อมูลข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ไทยรัฐ นิติ นวรัตน์ (2557) ได้รายงานว่า โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวอินเดียนิยมมาจัดงานแต่งงานรวมแขกผู้ร่วมงานงานละประมาณ 200 คน จากสถิติ พ.ศ. 2554 ชาวอินเดียเดินทางมาแต่งงานในประเทศไทย 80 คู่ ต่อมาปี พ.ศ. 2555 ความนิยมการจัดงานแต่งงานเพิ่มขึ้นถึง 150 คู่ โดยแต่ละงานแต่งงานมีงบเฉลี่ยให้โรงแรมแต่ละแห่งถึง 4 ล้านบาท และนิยมจัดงานแต่งงานโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 4-5 วัน

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอินเดียอีกอย่างหนึ่งคือตลาดนักกอล์ฟ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวอินเดียในตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพนิยมเล่นกอล์ฟในประเทศไทยเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มนิยมเล่นผ่อนคลายหลังจากเสร็จสิ้นการปฏิบัติภารกิจหรือเป็นกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ในขณะเดียวกันประเทศไทยมีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานและเปิดให้บริการกระจายอยู่ทั่วทุกภาคในประเทศกว่า 200 แห่ง ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2555)

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ยังได้รับรับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายหลักในการเดินทาง จากปัจจัยต่างๆ ทำให้การท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์เติบโตขึ้นและพัฒนาทัดเทียมกับหลายๆ ประเทศ ตลอดจนข้อได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูง สภาพภูมิอากาศ ที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวได้นำมาซึ่งการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศไทย สร้างผลดีในด้านเศรษฐกิจของประเทศข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่า มูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์จากนักเดินทางชาวต่างชาติ จะเพิ่มขึ้นและสูงถึง 113,982 ล้านบาทในปี 2559 Biztempnews (2556)

จากข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ตลาดนักท่องเที่ยวอินเดียยังคงเป็นตลาดนักท่องเที่ยวอันดับต้นๆของเมืองไทย โดยนักท่องเที่ยวอินเดียวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์และยังคงเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการมาท่องเที่ยว ในปัจจุบันสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจอินเดียเดินทางมาจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยมากขึ้น โดยจะกระจายไปตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในต่างจังหวัด ส่งผลให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้และทำให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เทวีวรรณ ปทุมพร (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) จังหวัดขอนแก่น โดยการศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมไมซ์และปัจจัยความสำเร็จในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดขอนแก่น พร้อมกำหนดแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาพบว่า จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพมีความได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ความสะดวกในการเข้าถึง ความร่วมมือทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชน บุคลากร ทางด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักผ่อนในการรองรับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีสถานที่การจัดประชุมที่เป็นศูนย์กลางการประชุมและโรงแรม

สรุปได้ว่า ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ประสบความสำเร็จ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการคมนาคมขนส่ง จำนวนเที่ยวบิน บุคลากร สถานที่จัดประชุม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก รวมถึงนโยบายรัฐบาล นอกจากนี้งานวิจัยยังมีข้อเสนอแนะเพื่อให้จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพในการจัดอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น ด้านการส่งเสริม ความร่วมมือในการดำเนินงานระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ด้านการมุ่งเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยว MICE ในจังหวัดขอนแก่นโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จะเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ด้านการวางแผนเพื่อสร้างศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยจะต้องมีศักยภาพในการรองรับที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างครบถ้วนในทุกๆ ปัจจัยทั้งทางด้านปัจจัยหลักและปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ ควรมีการวางแผนเพื่อสร้างศักยภาพในแต่ละด้าน เช่น ด้านแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ทั้งนี้ พัชรีรัต หารไชย (2552) ได้ทำการศึกษาการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษเพื่อการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด เป็นการศึกษาสภาพการท่องเที่ยวปัจจุบัน สภาพปัญหาด้านการท่องเที่ยว เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการศึกษาภายใต้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน และด้านนโยบายและแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ผลจากการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดศรีสะเกษมีขีดความสามารถในการระดับอยู่ในระดับสูงและปานกลาง ซึ่งสามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้อีกมากมาย ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนมักถูกกำหนดโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้านนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษพบว่าโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการทางด้านการท่องเที่ยวมีจำนวนสูงสุด

สรุปได้ว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่มีขีดความสามารถรองรับอยู่ในระดับสูงและระดับปานกลางซึ่งสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อีกมาก การกำหนดแผนนโยบายทางการท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐควรคำนึงถึงสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว ในด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวและการติดตามการประเมินผลมากขึ้น

ทางด้าน ราณี อิสิชัยกุล และคณะ (2550) ได้ทำการศึกษา การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย: แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว) โดยศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีนสู่ประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศจีนยังเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่จึงขาดประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ส่วนใหญ่การเดินทางจะเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนแบบทั่วไป ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีบทบาทอย่างมากในการดำเนินการท่องเที่ยวและจะนิยมใช้บริษัทนำเที่ยวที่คุ้นเคยเป็นผู้ดำเนินการท่องเที่ยวให้ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยจะมีลักษณะทั่วไปที่สำคัญ ได้แก่ การให้รางวัลแก่พนักงานและตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์คือการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการเดินทางกันเป็นกลุ่ม สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม คือ กรุงเทพ พัทยา และภูเก็ต โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ จะเป็นการช้อปปิ้ง การพักผ่อนชายทะเล การล่องเรือสำราญ นอกจากนี้ยังแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน คือ (1) ด้านภาพรวมของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า ในประเทศจีนมีบริษัทนำเที่ยวที่ดำเนินการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตั้งแต่ การเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว การออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว การดำเนินการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จนสิ้นสุดโปรแกรม นอกจากนี้ยังมีบริษัทต่างๆ ที่มีนโยบายใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อจูงใจพนักงาน (2) ด้านความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากจีนในประเทศไทย พบว่าทางประเทศจีนมีความต้องการทางด้านต่างๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานของโรงแรม สาธารณูปโภค สิ่งอำนวย

ความสะดวก อาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ความสร้างสรรค์ของกิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาและคุณค่าที่ได้รับ (3) ด้านคู่แข่งขันและความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการ พบว่า ประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการเลือกจุดหมายปลายทางและประเทศที่เป็นคู่แข่งกับประเทศไทยคือ สิงคโปร์ มาเลเซีย ซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกัน ส่วนความสามารถในการตอบสนองของประเทศไทยพบว่า เมื่อเทียบกับคู่แข่งทั้งสองประเทศข้างต้น โดยภาพรวมประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยเฉพาะความหลากหลายของโรงแรม การเข้าถึง แต่ยังด้อยในเรื่องของการสร้างสรรค์กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (4) ด้านการวางแผนและการจัดการตลาดการท่องเที่ยว พบว่า ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และบริษัทที่รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยยังมีน้อยมาก (5) ด้านปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า ประเทศไทยมีปัญหาด้านราคาและด้านภาพพจน์ของประเทศ ดังนั้นจึงเกิดช่องว่างความแตกต่างของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกับจุดหมายปลายทางอื่นๆ

สรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยมีศักยภาพมากในด้านภาพรวมของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและด้านความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากจีนในประเทศไทย ในส่วนที่ต้องพัฒนาคือด้านด้านคู่แข่งขันและความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการ ด้านการวางแผนและการจัดการตลาดการท่องเที่ยว และด้านการจัดการปัญหาในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีข้อดีในด้านต่างๆเช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย การมีวัฒนธรรมที่โดเด่น และระยะเวลาการเดินทางที่ไม่ไกล รวมถึงหากมีการจัดทำนโยบายที่ดีจะส่งผลให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้น

นอกจากนี้ ธนวัฒน์ แสนคำวงษ์ (2553) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนารอบบึงแก่นนคร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาของของวัดรอบบึงแก่นนคร วิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดรอบบึงแก่นนคร และเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนารอบบึงแก่นนคร โดยการศึกษาศักยภาพในด้านต่างๆ ได้แก่ ศักยภาพด้านการดึงดูดใจของวัดโดยแบ่งเป็นด้านคุณค่าและความศรัทธา คุณค่าด้านกายภาพ คุณค่าด้านสังคม คุณค่าด้านสุนทรียภาพ ด้านศักยภาพความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแบ่งเป็นด้านการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม การประชาสัมพันธ์ โดยผลการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนารอบบึงแก่นนครจำแนกตามวัดโดยรวมพบว่า ศักยภาพการดึงดูดใจของวัดที่มีศักยภาพในระดับ

มากคือ ด้านคุณค่าและความศรัทธาต่อวัด ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีศักภาพมากคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านพื้นฐานเนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า ศักยภาพการดึงดูดใจของวัดพบว่ามีศักยภาพมากและด้านศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมีความพร้อม โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปการทำวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์ให้แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นที่รู้จักมากขึ้นและส่งเสริมการมีภาคีเครือข่ายชุมชนในชุมชนให้มากขึ้น

อภิไทย แก้วจรัส (2555) ได้ทำการศึกษาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสงขลา: กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ตำบลคลองกวาง อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา โดยการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาและประเมินเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสงขลา ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ด้านสาธารณูปโภค ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และด้านผลกระทบสภาพแวดล้อมเชิงนิเวศ จากการประเมินพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะต้องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลในด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งการออกนโยบายในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่น และควรผลักดันให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ปริมาณถังขยะ

สามารถสรุปได้ว่า ภาพรวมของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง การพัฒนาศักยภาพควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นตระหนักและเห็นคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นอกจากนี้งานวิจัยยังมีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจคือ การเปรียบเทียบการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงควบคู่กันไป เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างและจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในด้านพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

Shinew and Backman (1995) ได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยงานวิจัยงานนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ สิ่งตอบแทนที่เป็นแรงจูงใจมากที่สุดในการทำงานและอิทธิพลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร โดยสังเกตการมีส่วนร่วมและสอบถามกับพนักงานในธุรกิจประกันภัยซึ่งเป็นบริษัทที่เหมาะสมในการศึกษา เนื่องจากบริษัทประกันภัยเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ใช้รางวัลเป็นแรงจูงใจในการทำงานสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ จากผลการวิจัยพบว่าการให้รางวัลเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจได้มากที่สุดถึง 71.8% เมื่อเทียบกับการได้ไปประชุม 71.1% เงินสด 70.4% และน้อยที่สุดคือการได้รางวัลเป็นสิ่งของเครื่องใช้ 43.6% โดยพนักงานบริษัทประกันภัยนิยมเลือกการท่องเที่ยวเป็นรางวัลเนื่องจากต้องการพักผ่อนจากการทำงานและสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้ได้ตามเป้าหมาย

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังเป็นรางวัลอันดับต้นๆ ที่บุคลากรหรือพนักงานให้ความสนใจ โดยการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมักจะพิจารณาจากเมืองที่เป็นศูนย์กลาง เมืองใหญ่ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อม นอกจากนี้จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังมีส่วนที่สามารถกระตุ้นการทำงานของพนักงานในธุรกิจประกันภัยได้อีกด้วย หากรางวัลที่เป็นการท่องเที่ยวมีจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจจะทำให้พนักงานมีแรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานสูงและทำงานได้ตามเป้าหมายได้ดีที่สุด

Enright and Newton (2004: 777-788) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของฮ่องกง ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการสำรวจของผู้ปฏิบัติงานทางการท่องเที่ยวในฮ่องกงและใช้แบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวให้คะแนนปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างข้อมูลเชิงประจักษ์ของนโยบายทางการท่องเที่ยวในฮ่องกง โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยเรียงจากลำดับความสำคัญคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย อาหาร กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยฮ่องกงได้รับบทบาทได้เปรียบในฐานะที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเป็นประตูส่วนหนึ่งของภูมิภาค โดยมีคู่แข่งประเทศที่สำคัญเช่น สิงคโปร์ เป็นคู่แข่งที่สำคัญของฮ่องกงในการจัดอันดับ แสดงเห็นว่าสิงคโปร์มีคุณลักษณะบางอย่างที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้คู่แข่งที่สำคัญของฮ่องกงคือ เมืองโตเกียว โดยระบุว่าเป็นเมืองหลวงของญี่ปุ่นมีส่วนผสมของคุณลักษณะการค้าและวัฒนธรรม เมืองเซี้ยงไฮ้ที่เป็นคู่แข่งหลักของฮ่องกงในการท่องเที่ยวภายในประเทศจีนและอาจจะสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของเมืองที่เป็นชั้นนำในเชิงพาณิชย์ในประเทศจีนรวมทั้งความคล้ายคลึงกันทางวัฒนธรรม

สรุปได้ว่าปัจจัยต่างๆ ที่เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผลักดันให้การท่องเที่ยวพัฒนาและได้รับความนิยมมากขึ้น โดยปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับต้นๆคือ สถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเลือกการพิจารณาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจและสถานที่ท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยสำคัญในขีดความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละประเทศอีกด้วย

Gilsdorf (2009) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประเทศไอซ์แลนด์ โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไอซ์แลนด์ จากนั้นนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเป็นข้อสรุปผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไอซ์แลนด์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเลือกประเทศไอซ์แลนด์เป็นจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากรทางธรรมชาติ ปัจจัยทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ปัจจัยทางด้านระยะทางและระเวลาในการเดินทาง ปัจจัยทางด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้แสดงความคิดเห็น เช่น การปรับปรุงคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมพิเศษและกิจกรรมบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว การปรับปรุงที่พักให้มีมาตรฐานของความหลากหลาย เป็นต้น

สรุปโดยภาพรวมแล้วจุดหมายปลายทางในการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไอซ์แลนด์อยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจ จุดหมายปลายทางที่สำคัญในการเลือกของนักท่องเที่ยวคือทางด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากรทางธรรมชาติซึ่งตรงกับหลายๆ งานวิจัยที่พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยอับดับต้นๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

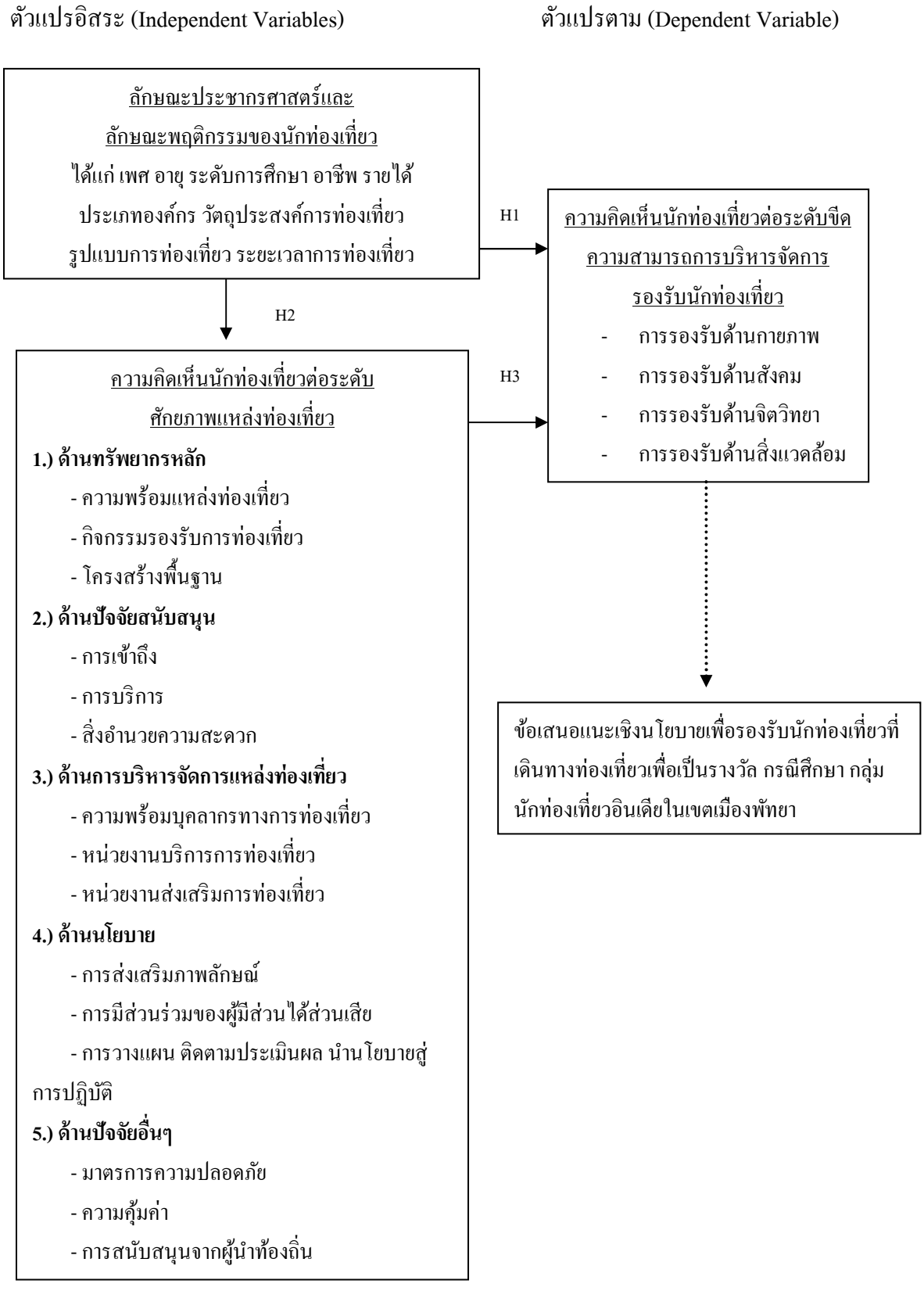
จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากผู้ค้นคว้าวิจัยหลายท่านทำให้เห็นถึงองค์ความรู้ในหลากหลายแง่มุมดังรายละเอียดข้างต้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้และได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ปัจจัยต่างๆ ในการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว รวมถึงการคัดเลือกตัวชี้วัดของศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและนำมาใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์พัฒนามากขึ้น เมื่อเกิดการพัฒนาและการดำเนินการท่องเที่ยวสิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ การรับมือและการแก้ไขปัญหากับผลกระทบที่จะตามมาภายหลังจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับ จึงเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับและสามารถใช้สถานที่ท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่ยาวนานและเกิดความยั่งยืน ผู้วิจัยจึงนำตัวอย่างของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้กับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา จากการศึกษาแนวคิดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดหลักของ Ritchie and Crouch (2010: 1053-1064) ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรหลักประกอบไปด้วย ความพร้อมสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน ด้านปัจจัยสนับสนุนประกอบไปด้วย การเข้าถึง การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการประกอบไปด้วย ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยว หน่วยงานบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านนโยบายประกอบไปด้วย การส่งเสริมภาพลักษณ์ ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การติดตามประเมินผลนำนโยบายสู่การปฏิบัติ และด้านปัจจัยอื่นๆประกอบไปด้วย มาตรการความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่า การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น รวมทั้งศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย การรองรับด้านกายภาพ การรองรับด้านสังคม การรองรับด้านจิตวิทยา และการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม สามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

3.2 วิธีการวิจัย

แนวทางในการจัดเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ใช้หลักวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัยในการสำรวจทั้งในด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แผนการเลือกตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.2.1 ระเบียบวิธีการสำรวจ

การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา จะใช้วิธีการสำรวจด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกตัวอย่างโดยพิจารณาตามความเหมาะสมและจุดมุ่งหมายในการวิจัยเพื่อให้ได้จำนวนตามที่ต้องการ ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยมีเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

3.2.3 แผนการเลือกตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดแผนการเลือกตัวอย่าง โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในการเลือกตัวอย่างประชากรจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างโดยพิจารณาตามความเหมาะสมและจุดมุ่งหมายในการวิจัยเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่ต้องการมาตอบแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์ในการเลือกคือ จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

3.2.4 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนนักท่องเที่ยวผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยได้กำหนด โดยเลือกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในเขตเมืองพัทยา โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประมาณ 384 คน มาเป็นมาตรฐานในการหากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งขนาดของตัวอย่างได้มาจากการกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณคอแครน (Cochran) (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ซึ่งเป็นสูตรที่ไม่ทราบขนาดของจำนวนประชากรที่แน่นอนและต้องการประมาณค่าเฉลี่ยของประชากร โดยระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ 95 % หรือมีค่า Z เท่ากับ 1.96 ดังนี้

จากสูตร

$$n = \frac{P(1-P)z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน ค่าสัดส่วนของตัวอย่าง เท่ากับ 0.5

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งกำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 0.05

Z แทน ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ 95% หรือมีค่า Z เท่ากับ 1.96

คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{P(1-P)z^2}{E^2}$$

$$n = \frac{0.5\ (1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้จำนวนทั้งหมด 384 คน และเพื่อให้สามารถคิดแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้ตามจำนวนที่ต้องการ งานวิจัยนี้จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างดังนี้

1) ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สมาคมโรงแรมไทย
2) หัวหน้าฝ่ายธุรกิจการจัดประชุม สำนักงานส่งเสริมประชุมการจัดงานและนิทรรศการ
3) หัวหน้าฝ่ายการตลาด บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด
4) ผู้บริหาร บริษัท จีทีฮอลิเดย์ทราเวลแอนด์เซอร์วิส

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ประเภทองค์กร วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และระยะเวลาการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งหมด 9 หัวข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) เป็นคำถามปลายปิด โดยเกณฑ์ของแบบสอบถามจะต้องเป็นนักท่องเที่ยวอินเดียที่มาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา ซึ่งแต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 ข้อมูลด้านเพศ เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ข้อมูลด้านอายุ เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับมาตรอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 3 ข้อมูลระดับการศึกษา เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับมาตรเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 ข้อมูลอาชีพ เป็นข้อมูลอยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 ข้อมูลรายได้เฉลี่ย เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับมาตรเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 6 ข้อมูลประเภทองค์กร เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 ข้อมูลวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 ข้อมูลรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 9 ข้อมูลระยะเวลาในการท่องเที่ยว เป็นการวัดข้อมูลอยู่ในระดับมาตรเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนไลเกิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ด้านใหญ่ โดยประยุกต์คำถามตามที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนตามหลักแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบายและด้านปัจจัยอื่นๆ ซึ่งจะมีคำถามโดยแต่ละคำถามจะแบ่งการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ระดับ และได้กำหนดเกณฑ์โดยที่ใช้มาตรวัดแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

มีศักยภาพมากที่สุด	5 คะแนน
มีศักยภาพมาก	4 คะแนน
มีศักยภาพปานกลาง	3 คะแนน
มีศักยภาพน้อย	2 คะแนน
มีศักยภาพน้อยที่สุด	1 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับการท่องเที่ยว ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนไลเกิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน โดยประยุกต์คำถามตามที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวทั้งหมด 4 ด้าน คือ การรองรับด้านกายภาพ การรองรับด้านสังคม การรองรับด้านจิตวิทยา และการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีคำถามโดยแต่ละคำถามจะแบ่งขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับการท่องเที่ยวเป็น 5 ระดับ และได้กำหนดเกณฑ์โดยที่ใช้มาตรวัดแบ่งเป็น 5 ระดับ เหมือนกับส่วนที่ 2 คือ

มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับมากที่สุด	5 คะแนน
มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับมาก	4 คะแนน
มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับปานกลาง	3 คะแนน
มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับน้อย	2 คะแนน
มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับน้อยที่สุด	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ในด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

การวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

3.3.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือคือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ตามลำดับ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสารบทความ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดงานวิจัย ตัวแปรที่จะใช้ศึกษา และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

2) นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

3) นำแบบสอบถามวัดค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามหาค่าความเชื่อมั่นจากโปรแกรมประมวลผลทางสถิติสำเร็จรูปในส่วนของแบบสัมภาษณ์นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน

4) ปรับปรุงแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามข้อแนะนำ

ตารางที่ 3.1 สรุปการสร้างเครื่องมือของตัวชี้วัด

ตัวแปร	การพัฒนาตัวชี้วัด	ข้อคำถามในแบบสอบถาม
1.ด้านทรัพยากรหลัก	Ritchie & Crouch (2010)	1-12
ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว	บุญเลิศ (2548)	1-5
กิจกรรมการรองรับ	บุญเลิศ (2548)	6-9
โครงสร้างพื้นฐาน	บุญเลิศ (2548)	10-12
2. ด้านปัจจัยสนับสนุน	Ritchie & Crouch (2010)	13-25
การเข้าถึง	Ritchie & Crouch (2010)	13-15
การบริการ	Ritchie & Crouch (2010)	16-20
สิ่งอำนวยความสะดวก	บุญเลิศ (2548)	21-25
3. ด้านการบริหารจัดการ	Ritchie & Crouch (2010)	26-35
ความพร้อมบุคลากร	Larry & Chulwon (2003)	26-29
หน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยว	Larry & Chulwon (2003)	30-32
หน่วยงานบริการการท่องเที่ยว	Larry & Chulwon (2003)	33-35
4.ด้านนโยบาย	Ritchie & Crouch (2010)	36-45

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ตัวแปร	การพัฒนาตัวชี้วัด	ข้อคำถามในแบบสอบถาม
การส่งเสริมภาพลักษณ์	Larry & Chulwon (2003)	36-38
การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	Larry & Chulwon (2003)	39-41
การวางแผน ประเมินผล	Larry & Chulwon (2003)	42-45
5.ด้านปัจจัยอื่นๆ	Ritchie & Crouch (2010)	46-54
มาตรการความปลอดภัย	ศรัญญา (2546)	46-48
ความคุ้มค่า	ศรัญญา (2546)	49-51
การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น	Larry & Chulwon (2003)	52-54
ขีดความสามารถการบริหารจัดการ		
การรองรับ		
ด้านกายภาพ	Wagar (1964)	1-5
ด้านสังคม	Wagar (1964)	6-10
ด้านจิตวิทยา	Wagar (1964)	11-15
ด้านสิ่งแวดล้อม	Wagar (1964)	16-19

3.3.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้ได้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องเนื้อหาและรูปแบบของแบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ประสิทธิภาพแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551) โดยกำหนดเป็นคะแนน +1 หรือ 0 หรือ -1 โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC 0.50 - 1.00 จะคัดเลือกไว้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะพิจารณาและปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ความสอดคล้องของคำถามกับเนื้อหา

N แทน ผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกคน

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบเครื่องมือได้แก่

(1) ดร. พนิดา สุขศรีเมือง อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

(2) อาจารย์ ดร. แสงแข บุญศิริ อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

(3) ดร. สุขยืน เทพทอง อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ผลการพิจารณาแบบสอบถามเรื่อง การประเมินศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ค่าดัชนีสอดคล้อง (IOC) ในภาพรวมโดยแยกเป็น 2 ส่วนตามแบบสอบถาม ได้ค่าดัชนีสอดคล้อง (IOC) ดังนี้

ระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ได้ค่าดัชนีสอดคล้อง IOC เท่ากับ 0.78

ระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ ได้ค่าดัชนีสอดคล้อง IOC เท่ากับ 1.00

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในการทดสอบความเชื่อมั่น ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการหาค่าความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านไปทำการทดสอบกับกลุ่มทดลอง (Try Out) 30 ชุด หลังจากนั้นนำมาลงรหัสในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีของคอนบาส (Conbach Alpha Coefficient) (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551) ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามดังนี้

ตารางที่ 3.2 ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวชี้วัด	ข้อคำถาม	Cronbach's Alpha
ระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว		
1. ด้านทรัพยากรหลัก	1-12	0.919
2. ด้านปัจจัยสนับสนุน	13-25	0.951
3. ด้านนโยบาย	26-35	0.907
4. ด้านการบริหารจัดการ	36-45	0.937
5. ด้านปัจจัยอื่น	46-54	0.940
รวม	**54**	**0.979**

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ข้อคำถาม	Cronbach's Alpha
ขีดความสามารถในการบริหาร		
จัดการรองรับ		
1. ด้านกายภาพ	1-5	0.911
2. ด้านสังคม	6-10	0.927
3. ด้านจิตวิทยา	11-15	0.930
4. ด้านสิ่งแวดล้อม	16-19	0.922
รวม	**19**	**0.968**

จากตารางที่ 3.1 แสดงการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.979 ขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.968 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านหลักซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป มีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในระดับที่เชื่อถือได้ในการวัด

3.3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอความร่วมมือจากบริษัทรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วจึงตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ในส่วนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลใช้วิธีการสัมภาษณ์และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ หลังจากผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบภามและตรวจสอบความถูกต้องจากแบบสอบถามที่ได้จากนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนและทำการวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

ส่วนที่ 1 ในการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ประเภทองค์กร วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และระยะเวลาการท่องเที่ยวใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบของตาราง

ส่วนที่ 2 ในการวิเคราะห์ระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมี 5 ด้านใหญ่ โดยประยุกต์คำถามตามที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนตามหลักแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ได้แก่ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบายและด้านปัจจัยอื่นๆ วิเคราะห์โดยใช้ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเป็นมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการประเมินผล จะใช้การแปรผลแบบสอบถามโดยใช้สูตรการหาค่าเฉลี่ยตามหลักการแบ่งแบบอันตรภาคชั้น (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551) แล้วนำมาจัดช่วงคะแนนดังนี้

$$\text{ช่วงระดับคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

ระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ตามขนาดช่วงระดับเป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับการท่องเที่ยว โดยประยุกต์คำถามตามที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวทั้งหมด 4 ด้าน คือ การรองรับด้านกายภาพ การรองรับด้านสังคม การรองรับด้านจิตวิทยา และการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์โดยใช้ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการประเมินผลจะใช้การแปรผลแบบสอบถามโดยใช้

สูตรการหาค่าเฉลี่ยตามหลักการแบ่งแบบอันตรภาคชั้น (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551) แล้วนำมาจัดช่วงคะแนนเหมือนกับส่วนที่ 2 ดังนี้

$$\text{ช่วงระดับคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

ระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ตามขนาดช่วงระดับเป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับระดับมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นชุดคำถามปลายเปิดที่ให้แสดงความคิดเห็น แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงพรรณนาบรรยายเนื้อหา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา

3.5 การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ คือ สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทดสอบ

สมมติฐานโดยใช้วิธีการทางสถิติ Independent Sample t-test และ One-way ANOVA (F-test) พร้อมทั้งทดสอบหาความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวใช้วิธีการทางสถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis (MRA) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างตัวแปร ด้วยวิธี Enter (ประกายรัตน์ สุวรรณและอมรวิทย์ วิเศษสงวน, 2555)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา จำนวนทั้งสิ้น 400 คนและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หลังจากนั้นทำการตรวจแบบสอบถามโดยนำมาตรวจความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหาของข้อมูลในแบบสอบถามทุกฉบับพบว่า แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วนทุกฉบับ โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ที่รวบรวมได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 6 ตอน ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทองค์กร วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอินเดีย		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	288	72.0
	หญิง	112	28.0
	รวม	400	100.0
อายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี	71	17.7
	25-39 ปี	158	39.5
	40-59 ปี	145	36.3
	60 ปี ขึ้นไป	26	6.5
	รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา			
	มัธยมต้น	29	7.2
	มัธยมปลาย	48	12.0
	ปริญญาตรี	260	65.0
	ปริญญาโท	56	14.0
	ปริญญาเอก	7	1.8
	รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอินเดีย		จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	72	18.0
	ธุรกิจส่วนตัว	172	43.0
	ข้าราชการ	51	12.7
	พนักงานบริษัท	85	21.3
	เกษียณอายุ	20	4.0
	รวม	400	100.0
รายได้			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	56	14.0
	20,001-30,000 บาท	30	7.5
	30,001-40,000 บาท	5	1.3
	40,001-50,000 บาท	306	76.5
	มากกว่า 50,000 บาท	3	0.7
	รวม	400	100.0
ประเภทองค์กร			
	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	44.0
	ประกันภัย	60	15.0
	อสังหาริมทรัพย์	28	7.0
	ยานยนต์	43	10.8
	การแพทย์	13	3.1
	เวชสำอาง	45	11.3
	อื่นๆ	35	8.8
	รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอินเดีย		จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์			
	พักผ่อนและท่องเที่ยว	92	23.0
	เป็นรางวัลจากผู้สนับสนุน	100	25.0
	เพื่อเพิ่มยอดขาย	29	7.3
	เพื่อแนะนำสินค้า/เปิดตัวสินค้า	22	5.4
	เพื่อร่วมงานเลี้ยงธุรกิจ	41	10.3
	ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน	116	29.0
	รวม	400	100.0
รูปแบบ			
	แบบรายบุคคล	89	22.3
	แบบครอบครัว/เพื่อน	57	14.2
	แบบองค์กร/แบบกลุ่มใหญ่	254	63.5
	รวม	400	100.0
ระยะเวลา			
	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	5.5
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	22.0
	เฉลี่ย 7 วัน	240	60.0
	เฉลี่ย 14 วัน	38	9.5
	มากกว่า 15 วัน	12	3.0
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา จำนวนทั้งสิ้น 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

เพศของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 และเพศหญิง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

อายุของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 25-39 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ช่วงอายุ 40-59 ปี จำนวน145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ17.7 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ปริญญาโท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 มัธยมปลาย จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 มัธยมต้น จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และปริญญาเอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

อาชีพของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 พนักงานบริษัท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ข้าราชการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 เกษียณอายุ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา ส่วนใหญ่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจหรือองค์กรที่มาท่องเที่ยวเป็นรางวัลส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานราชการและบริษัทจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ประกันภัย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 เวชสำอาง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ยานยนต์ 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อื่นๆ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 อสังหาริมทรัพย์ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และการแพทย์ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่มาประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 เป็นรางวัลจากผู้สนับสนุน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 พักผ่อนและท่องเที่ยว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 เพื่อร่วมงานเลี้ยงทางธุรกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 เพื่อเพิ่มยอดขาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 เพื่อแนะนำสินค้าและเปิดตัวสินค้า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

รูปแบบในการมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่จะมาเป็นแบบองค์กรหรือแบบกลุ่มใหญ่ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 มาแบบรายบุคคล จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 มาแบบเป็นครอบครัวและกลุ่มเพื่อน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่ระยะเวลาเฉลี่ย 7 วัน จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เฉลี่ย 4-6 วัน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เฉลี่ย 14 วัน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เฉลี่ย 2-3 วัน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และมากกว่า 15 วัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยา

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยรวม 5 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านนโยบายและด้านปัจจัยอื่นๆซึ่งแสดงรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาโดยรวมด้านหลัก

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	$\overline{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
ด้านทรัพยากรหลัก	3.42	0.54	มาก
ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว	3.33	0.49	ปานกลาง
การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	3.25	0.56	ปานกลาง
ด้านนโยบาย	3.31	0.54	ปานกลาง
ปัจจัยอื่นๆ	3.31	0.57	ปานกลาง
รวม	**3.32**	**0.54**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า การประเมินระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมด้านหลักมีระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.32)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านทรัพยากรหลัก อยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ =3.42) ด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.33) ด้านนโยบาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.31) ด้านปัจจัยอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.31) และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านทรัพยากรหลัก

ตัวชี้วัดด้านทรัพยากรหลัก	$\overline{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว	**3.47**	**0.57**	**มาก**
1) แหล่งท่องเที่ยวยังคงมีสภาพสมบูรณ์ ไม่ชำรุดทรุดโทรม มีความสวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.64	0.70	มาก
2) แหล่งท่องเที่ยวให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม	3.43	0.80	มาก
3) แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.42	0.81	มาก
4) แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.43	0.79	มาก
5) แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืนทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม	3.45	0.85	มาก
กิจกรรมรองรับการท่องเที่ยว	**3.37**	**0.64**	**ปานกลาง**
6) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีธีมงานและการสร้างสรรค์กิจกรรม เช่น กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กอล์ฟ สปา รวมถึงการจัดงานแต่งงาน	3.41	0.81	มาก
7) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนขนาดและขอบเขตของงานได้ตามความเหมาะสม	3.32	0.85	ปานกลาง
8) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถปรับเปลี่ยนระยะเวลาได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกัน	3.38	0.79	ปานกลาง
9) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆที่สามารถทดแทนได้ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินได้ตามโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.37	0.84	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ตัวชี้วัดด้านทรัพยากรหลัก	$\overline{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
โครงสร้างพื้นฐาน	**3.43**	**0.66**	**มาก**
10) สภาพถนนการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเส้นทางเชื่อมโยงกับถนนสายต่างๆมีความสะดวก	3.60	0.70	มาก
11) การบริการไฟฟ้า ประปา แหล่งน้ำสะอาดในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการอย่างเพียงพอ	3.45	0.83	มาก
12) การบริการโทรศัพท์สาธารณะ สัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์ รวมถึงอินเตอร์เน็ตอยู่ในระดับดี	3.24	0.83	ปานกลาง
รวม	**3.42**	**0.54**	**มาก**

จากตาราง 4.3 พบว่า ด้านทรัพยากรหลักมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ =3.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ =3.47) รองลงมาคือโครงสร้างพื้นฐานพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ =3.43) และกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.37) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่าความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพมาก ในด้านแหล่งท่องเที่ยวยังคงมีสภาพสมบูรณ์ ไม่ชำรุดทรุดโทรม มีความสวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\overline{x}$ =3.64) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืนทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ($\overline{x}$ =3.45) แหล่งท่องเที่ยวให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรม ($\overline{x}$ =3.43) แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\overline{x}$ =3.43) และแหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\overline{x}$ =3.42) ตามลำดับ

กิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวมีศักยภาพมาก ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีธีมงานและการสร้างสรรค์กิจกรรม เช่น กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กอล์ฟ สปา รวมถึงการจัดงานแต่งงาน ($\overline{x}$ =3.41) รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถปรับเปลี่ยนระยะเวลาได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกัน ($\overline{x}$ =3.38) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆที่สามารถทดแทนได้ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินได้ตามโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\overline{x}$ =3.37) และกิจกรรมการท่องเที่ยว

เพื่อเป็นรางวัลสามารถยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนขนาดและขอบเขตของงานได้ตามความเหมาะสม มี ($\bar{x}$ =3.32) ตามลำดับ

โครงสร้างพื้นฐานมีศักยภาพมากในด้านสภาพถนนการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเส้นทางเชื่อมโยงกับถนนสายต่างๆมีความสะดวก ($\bar{x}$ =3.60) รองลงมาคือการบริการไฟฟ้า ประปา แหล่งน้ำสะอาดในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$ =3.45) และการบริการโทรศัพท์สาธารณะ สัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์ รวมถึงอินเตอร์เน็ตอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ =3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
การเข้าถึง	**3.33**	**0.67**	**ปานกลาง**
1) ระบบการตรวจคนเข้าเมืองสะดวก รวดเร็ว มีการเปิดช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.26	0.94	ปานกลาง
2) การเดินทางเข้าสู่ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่ต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.38	0.83	ปานกลาง
3) สภาพภูมิประเทศของที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้หลากหลาย	3.34	0.82	ปานกลาง
การบริการการท่องเที่ยว	**3.35**	**0.56**	**ปานกลาง**
4) เมื่อมีข้อสงสัยหรือมีปัญหาในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พนักงานบริการสามารถให้ความสนใจและแก้ปัญหาให้ท่านได้เป็นอย่างดี	3.30	0.75	ปานกลาง
5) พนักงานบริการมีความเข้าใจในความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างแท้จริง	3.33	0.81	ปานกลาง
6) พนักงานบริการมีความเต็มใจที่จะบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.31	0.75	ปานกลาง

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ตัวชี้วัดด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว	$\overline{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
7) พนักงานบริการมีความอ่อนน้อมถ่อมตนบริการอย่างสุภาพกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.40	0.79	ปานกลาง
8) พนักงานบริการแต่งตัวสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมในการปฏิบัติงาน	3.40	0.83	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก	**3.32**	**0.52**	**ปานกลาง**
9) แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกเส้นทางและป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยวแสดงไว้อย่างชัดเจน	3.42	0.67	มาก
10) แหล่งท่องเที่ยวมีห้องน้ำรวมทั้งการรักษาความสะอาดบริการอย่างเพียงพอ	3.24	0.76	ปานกลาง
11) แหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลความรู้คำแนะนำด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยว	3.24	0.74	ปานกลาง
12) แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	3.35	0.74	ปานกลาง
13) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและบริการนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย	3.37	0.75	ปานกลาง
รวม	**3.33**	**0.49**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.4 พบว่าด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การบริการการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.35) รองลงมาคือการเข้าถึงมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.33) และสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ =3.32) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อยพบว่า การเข้าถึงมีศักยภาพมากในด้านการเดินทางเข้าสู่ที่พักแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่ต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย ($\overline{x}$ =3.38) รองลงมาคือ สภาพภูมิประเทศของที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้หลากหลาย ($\overline{x}$ =3.34) และระบบการตรวจคนเข้าเมืองสะดวก รวดเร็ว มีการเปิดช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\overline{x}$ =3.26) ตามลำดับ

การบริการการท่องเที่ยวมีศักยภาพมาก ในด้านพนักงานบริการแต่งตัวสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมในการปฏิบัติงาน ($\bar{x}$ =3.40) รองลงมาคือ พนักงานบริการมีความอ่อนน้อมถ่อมตนบริการอย่างสุภาพกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.40) พนักงานบริการมีความเข้าใจในความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างแท้จริง ($\bar{x}$ =3.33) พนักงานบริการมีความเต็มใจที่จะบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.31) และเมื่อมีข้อสงสัยหรือมีปัญหาในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พนักงานบริการสามารถให้ความสนใจและแก้ปัญหาให้ท่านได้เป็นอย่างดี ($\bar{x}$ =3.30) ตามลำดับ

สิ่งอำนวยความสะดวกมีศักยภาพมากในด้านแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกเส้นทางและป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยวแสดงไว้อย่างชัดเจน ($\bar{x}$ =3.42) รองลงมาคือ ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและบริการนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย ($\bar{x}$ =3.37) แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$ =3.35) แหล่งท่องเที่ยวมีห้องน้ำรวมทั้งการรักษาความสะอาด บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$ =3.24) และแหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลความรู้ คำแนะนำด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยว	**3.21**	**0.61**	**ปานกลาง**
1) บุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีจำนวนในการให้บริการที่เพียงพอ	3.30	0.77	ปานกลาง
2) บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.15	0.85	ปานกลาง
3) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.20	0.82	ปานกลาง
4) บุคลากรมีทักษะการทำงานที่ดีและมีความสามารถในการสื่อสาร	3.20	0.81	ปานกลาง

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	$\overline{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	**3.20**	**0.69**	**ปานกลาง**
5) หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว	3.26	0.79	ปานกลาง
6) หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการส่งเสริมการจัดโครงการหรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว	3.16	0.86	ปานกลาง
7) หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการร่วมกับโรงแรม บริษัทรับจัดท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.20	0.87	ปานกลาง
หน่วยงานบริการการท่องเที่ยว	**3.35**	**0.86**	**ปานกลาง**
8) เครือข่ายหรือผู้รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ DMC/PCO มีการบริการอย่างเพียงพอ	3.39	0.64	ปานกลาง
9) หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีศูนย์ประสานงานและศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.38	2.14	ปานกลาง
10) หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีการให้บริการข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ	3.28	0.77	ปานกลาง
รวม	**3.25**	**0.56**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.5 พบว่าด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.35) รองลงมาคือความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.21) และหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.20) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพมากในด้านบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีจำนวนในการให้บริการที่เพียงพอ ($\bar{x}$ = 3.30) รองลงมาคือ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.20) บุคลากรมีทักษะการทำงานที่ดีและมีความสามารถในการสื่อสาร ($\bar{x}$ = 3.20) และบุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.15) ตามลำดับ

หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีศักยภาพมากในด้านหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.26) รองลงมาคือหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการร่วมกับโรงแรม บริษัทรับจัดท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.20) และหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการส่งเสริมการจัดโครงการหรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.16) ตามลำดับ

หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีศักยภาพมากในด้านเครือข่ายหรือผู้รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ DMC/PCO มีการบริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$ = 3.39) รองลงมาคือ หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีศูนย์ประสานงานและศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.38) และหน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีการให้บริการข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ($\bar{x}$ = 3.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านนโยบาย

ตัวชี้วัดด้านนโยบาย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
การส่งเสริมภาพลักษณ์	**3.32**	**0.65**	**ปานกลาง**
1) การส่งเสริมเมืองพัทยาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและส่งเสริมเมืองพัทยาให้เป็นที่รู้จัก	3.40	0.73	ปานกลาง
2) ภาพลักษณ์ทางการเมืองจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.29	0.86	ปานกลาง
3) ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของเมืองจะสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.27	0.81	ปานกลาง

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ตัวชี้วัดด้านนโยบาย	$\overline{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	**3.25**	**0.70**	**ปานกลาง**
4) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.32	0.82	ปานกลาง
5) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และประเมินผลร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.20	0.89	ปานกลาง
6) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.22	0.83	ปานกลาง
การวางแผน ติดตาม ประเมินผล นำนโยบายสู่การปฏิบัติ	**3.37**	**0.57**	**ปานกลาง**
7) การกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.44	0.75	มาก
8) การพัฒนา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.41	0.73	มาก
9) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.33	0.80	ปานกลาง
10) การแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.32	0.82	ปานกลาง
รวม	**3.31**	**0.54**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.6 พบว่าด้านนโยบายมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การวางแผน ติดตาม ประเมินผล นำนโยบายสู่การปฏิบัติพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.37) รองลงมาคือการส่งเสริมภาพลักษณ์พบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.32) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.25) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อยพบว่า การส่งเสริมภาพลักษณ์มีศักยภาพมากในด้านการส่งเสริมเมืองพัทยาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและส่งเสริมเมืองพัทยาให้เป็นที่รู้จัก ($\bar{x}$ = 3.40) รองลงมาคือภาพลักษณ์ทางการเมืองจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.29) และภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของเมืองจะสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.27) ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีศักยภาพมากในด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.32) รองลงมาคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.22) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และประเมินผลร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.20) ตามลำดับ

การวางแผน ติดตาม ประเมินผล นำนโยบายสู่การปฏิบัติมีศักยภาพมากในด้านการกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.44) รองลงมาคือ การพัฒนา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.41) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.33) และการแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองพัทยาด้านปัจจัยอื่นๆ

ตัวชี้วัดด้านปัจจัยอื่นๆ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
มาตรการความปลอดภัย	**3.33**	**0.64**	**ปานกลาง**
1) มาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ เช่นการตั้งจุดตรวจ การจัดให้มีกล้อง CCTV รวมถึงการเฝ้าระวังภัย	3.34	0.75	ปานกลาง
2) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีจำนวนเพียงพอและดูแลอย่างทั่วถึง	3.33	0.80	ปานกลาง
3) การติดตั้งป้ายและสัญญาณเตือนภัยอันตรายให้แก่นักท่องเที่ยว	3.31	0.84	ปานกลาง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตัวชี้วัดด้านปัจจัยอื่นๆ	$\overline{x}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
ความคุ้มค่า	**3.34**	**0.69**	**ปานกลาง**
4) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพการบริการที่ได้รับ	3.38	0.75	ปานกลาง
5) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของระยะเวลาและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น	3.34	0.80	ปานกลาง
6) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าด้านความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	3.32	0.84	ปานกลาง
การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น	**3.27**	**0.70**	**ปานกลาง**
7) ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมเครือข่ายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	3.33	0.81	ปานกลาง
8) ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนในการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.21	0.87	ปานกลาง
9) ผู้นำท้องถิ่นมีการสนับสนุน ส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่	3.27	0.85	ปานกลาง
รวม	**3.31**	**0.57**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.7 พบว่าด้านปัจจัยอื่นๆ มีศักยภาพอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคุ้มค่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.34) รองลงมาคือมาตรการความปลอดภัยพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.33) และการสนับสนุนจากผู้นำในท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.27) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มาตรการความปลอดภัยมีศักยภาพมากในด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ เช่นการตั้งจุดตรวจ การจัดให้มีกล้อง CCTV รวมถึงการเฝ้าระวังภัย ($\overline{x}$ = 3.34) รองลงมาคือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีจำนวนเพียงพอและดูแลอย่างทั่วถึง ($\overline{x}$ = 3.33) และการติดตั้งป้ายและสัญญาณเตือนภัยอันตรายให้แก่นักท่องเที่ยว ($\overline{x}$ =3.31) ตามลำดับ

ความคุ้มค่ามีศักยภาพมากในด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพการบริการที่ได้รับ ($\bar{x}$ = 3.38) รองลงมาคือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของระยะเวลาและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ($\bar{x}$ = 3.34) และการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าด้านความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.32) ตามลำดับ

การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่นมีศักยภาพมากในด้านผู้นำท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมเครือข่ายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ($\bar{x}$ = 3.33) ผู้นำท้องถิ่นมีการสนับสนุนส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ($\bar{x}$ = 3.27) และผู้นำท้องถิ่นมีส่วนในการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.21) ตามลำดับ

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยา

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยรวม 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยาโดยรวม

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรองรับ
ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ	3.47	0.52	มาก
ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคม	3.36	0.58	ปานกลาง
ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา	3.39	0.59	ปานกลาง
ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม	3.52	0.57	มาก
รวม	**3.43**	**0.47**	**มาก**

จากตารางที่ 4.8 ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยา โดยรวมรายด้าน พบว่า ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.43)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ในด้านขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ =3.52) รองลงมาคือ ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ ($\bar{x}$ = 3.47) อยู่ในระดับปานกลางคือ ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา ($\bar{x}$ =3.39) และขีดความสามารถการรองรับด้านสังคม ($\bar{x}$ =3.36) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยา ด้านกายภาพ

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรองรับ
1) แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนที่เพียงพอ	3.56	0.67	มาก
2) แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดเขตพื้นที่ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวและจัดทำป้ายประกาศเตือนในพื้นที่เปราะบางของแหล่งท่องเที่ยว	3.41	0.73	มาก
3) แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดระยะช่วงเวลาให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้พื้นที่	3.46	0.70	มาก
4) แหล่งท่องเที่ยวมีการแจ้งหรือประชาสัมพันธ์ข้อปฏิบัติกฎระเบียบในการใช้พื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว	3.44	0.78	มาก
5) แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดปริมาณของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่	3.48	0.80	มาก
รวม	**3.47**	**0.52**	**มาก**

จากตารางที่ 4.9 การประเมินขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเมืองพัทยาด้านกายภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =3.47)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีขีดความสามารถการรองรับมากในด้านแหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนที่เพียงพอ ($\bar{x}$ =3.56) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดปริมาณของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่ ($\bar{x}$ =3.48) แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดระยะช่วงเวลาให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้พื้นที่ ($\bar{x}$ =3.46) แหล่งท่องเที่ยวมีการแจ้งหรือประชาสัมพันธ์ข้อปฏิบัติ กฎระเบียบในการใช้พื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.44) และแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดเขตพื้นที่ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวและจัดทำป้ายประกาศเตือนในพื้นที่เปราะบางของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.41) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยา ด้านสังคม

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านสังคม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรองรับ
1) แหล่งท่องเที่ยวมีการประสานงานจากหน่วยงานอื่นๆ ในการดำเนินการท่องเที่ยว	3.39	0.77	ปานกลาง
2) แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยว	3.23	0.79	ปานกลาง
3) แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และร่วมประเมินผลในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	3.40	0.77	ปานกลาง
4) แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมและเรียนรู้การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น	3.38	0.80	ปานกลาง
5) ชุมชนมีความเป็นมิตรไมตรีและให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยที่ดี	3.39	0.83	ปานกลาง
รวม	**3.36**	**0.58**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.10 การประเมินขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเมืองพัทยาด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =3.36)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีขีดความสามารถในการรองรับมากในด้านแหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และร่วมประเมินผล

ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.40) รองลงมาคือ ชุมชนมีความเป็นมิตรไมตรีและให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยที่ดี ($\bar{x}$ = 3.39) แหล่งท่องเที่ยวมีการประสานงานจากหน่วยงานอื่นๆในการดำเนินการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.39) แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมและเรียนรู้การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น ($\bar{x}$ = 3.38) และแหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยา ด้านจิตวิทยา

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านจิตวิทยา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรองรับ
1) ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว	3.47	0.73	มาก
2) ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว	3.32	0.81	ปานกลาง
3) ความรู้ ประสบการณ์และทักษะในการทำงานจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้	3.36	0.78	ปานกลาง
4) ความสนุกสนานและประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้	3.36	0.80	ปานกลาง
5) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ความรู้ใหม่ๆ ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป	3.43	0.85	มาก
รวม	**3.39**	**0.59**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.11 การประเมินขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยาด้านจิตวิทยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =3.39)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีขีดความสามารถการรองรับมากในด้านความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.47) รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ความรู้ใหม่ๆ ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ($\bar{x}$ =3.43) ความสนุกสนานและประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้ ($\bar{x}$ =3.36) ความรู้

ประสบการณ์และทักษะในการทำงานจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้ ($\bar{x}$ =3.36) และความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียเขตเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อม

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรองรับ
1) แหล่งท่องเที่ยวมีความห่างไกลจากย่านอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่มีเสียงรบกวน	3.47	0.75	มาก
2) แหล่งท่องเที่ยวมีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่แออัดมากจนเกินไป	3.48	0.76	มาก
3) แหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและย่านชุมชน	3.50	0.73	มาก
4) สภาพแวดล้อมโดยรวมของเมืองเหมาะสมในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.63	0.79	มาก
รวม	**3.52**	**0.57**	**มาก**

จากตารางที่ 4.12 การประเมินขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.52)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีขีดความสามารถในการรองรับมากในด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมของเมืองเหมาะสมในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.63) รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและย่านชุมชน ($\bar{x}$ =3.50) แหล่งท่องเที่ยวมีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่แออัดมากจนเกินไป ($\bar{x}$ =3.48) และแหล่งท่องเที่ยวมีความห่างไกลจากย่านอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่มีเสียงรบกวน ($\bar{x}$ =3.47) ตามลำดับ

4.4 ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ขีดความสามารถการรองรับ	เพศ ชาย (n =288)		เพศ หญิง (n =122)		df	t-test	Sig (2-tailed)
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.			
ด้านกายภาพ	3.47	0.54	3.47	0.47	399	0.027	0.978
ด้านสังคม	3.35	0.60	3.37	0.53	399	-0.303	0.762
ด้านจิตวิทยา	3.37	0.61	3.44	0.54	399	-1.157	0.248
ด้านสิ่งแวดล้อม	3.51	0.57	3.54	0.58	399	-0.400	0.689
ภาพรวม	3.42	0.48	3.45	0.43	399	-0.573	0.567

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่า เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอายุ

ขีดความสามารถการรองรับ	อายุ	n	$\overline{x}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	≤ 25 ปี	71	3.45	0.48	399	0.068	0.934
	25-39 ปี	158	3.47	0.53			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.46	0.53			
ด้านสังคม	≤ 25 ปี	71	3.40	0.49	399	0.367	0.693
	25-39 ปี	158	3.33	0.58			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.34	0.61			
ด้านจิตวิทยา	≤ 25 ปี	71	3.34	0.52	399	0.236	0.790
	25-39 ปี	158	3.39	0.61			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.40	0.61			

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ขีดความสามารถการรองรับ	อายุ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านสิ่งแวดล้อม	≤ 25 ปี	71	3.43	0.55	399	1.317	0.269
	25-39 ปี	158	3.56	0.59			
	40 ปีขึ้นไป	171	3.50	0.57			
ภาพรวม	≤ 25 ปี	71	3.41	0.39	399	0.134	0.875
	25-39 ปี	158	3.44	0.49			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.43	0.48			

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่า อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามระดับการศึกษา

ขีดความสามารถการรองรับ	ระดับการศึกษา	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	มัธยมศึกษา	77	3.46	0.49	399	0.148	0.862
	ปริญญาตรี	260	3.46	0.52			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.50	0.57			
ด้านสังคม	มัธยมศึกษา	77	3.41	0.49	399	0.480	0.612
	ปริญญาตรี	260	3.34	0.60			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.33	0.60			
ด้านจิตวิทยา	มัธยมศึกษา	77	3.35	0.52	399	0.166	0.847
	ปริญญาตรี	260	3.39	0.61			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.37	0.62			
ด้านสิ่งแวดล้อม	มัธยมศึกษา	77	3.43	0.55	399	1.044	0.353
	ปริญญาตรี	260	3.53	0.59			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.55	0.55			
รวม	มัธยมศึกษา	77	3.41	3.41	399	0.052	0.949
	ปริญญาตรี	260	3.43	3.43			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.44	3.44			

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) ≥ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอาชีพ

ขีดความสามารถการรองรับ	อาชีพ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.43	0.48	399	3.265*	0.012
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.48	0.50			
	ข้าราชการ	51	3.26	0.59			
	พนักงาน	85	3.55	0.53			
	เกษียณอายุ	20	3.65	0.42			
ด้านสังคม	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.38	0.48	399	1.562	0.184
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.31	0.58			
	ข้าราชการ	51	3.26	0.63			
	พนักงาน	85	3.42	0.63			
	เกษียณอายุ	20	3.57	0.51			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ขีดความสามารถการรองรับการท่องเที่ยว	อาชีพ	n	$\overline{\chi}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านจิตวิทยา	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.33	0.52	399	2.186	0.070
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.36	0.60			
	ข้าราชการ	51	3.25	0.65			
	พนักงาน	85	3.51	0.59			
	เกษียณอายุ	20	3.55	0.57			
ด้านสิ่งแวดล้อม	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.42	0.54	399	3.404*	0.009
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.50	0.55			
	ข้าราชการ	51	3.37	0.70			
	พนักงาน	85	3.67	0.55			
	เกษียณอายุ	20	3.70	0.44			
รวม	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.39	0.38	399	3.287*	0.011
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.41	0.46			
	ข้าราชการ	51	3.29	0.55			
	พนักงาน	85	3.54	0.48			
	เกษียณอายุ	20	3.61	0.36			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพและด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านสังคมและด้านจิตวิทยาไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามอาชีพ

ขีดความสามารถการรองรับ	อาชีพ	n	$\overline{x}$	S.D.	นักเรียน / นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	พนักงาน	เกษียณอายุ
ด้านกายภาพ	นักเรียน/ นักศึกษา	72	3.43	0.48	-				
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.48	0.50		-	*		
	ข้าราชการ	51	3.26	0.59		*	-	*	*
	พนักงาน	85	3.55	0.53			*	-	
	เกษียณอายุ	20	3.65	0.42			*		-
ด้านสิ่งแวดล้อม	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.42	0.54	-			*	
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.50	0.55		-		*	
	ข้าราชการ	51	3.37	0.70			-	*	*
	พนักงาน	85	3.67	0.55	*	*	*	-	
	เกษียณอายุ	20	3.70	0.44			*		-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.17 พบว่ามีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับจำแนกตามอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านกายภาพ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงาน และเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงานมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการ

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.48) อาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.55) และเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.65) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพราชการ ($\bar{x}$ =3.26)

ด้านสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงาน นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงาน นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงานและเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงานมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการ

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.50) และข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.37) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.70) และอาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.37) และนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.42)

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ขีดความสามารถการรองรับ	รายได้เฉลี่ย	n	$\overline{x}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	≤ 20,000 ฿	56	3.48	0.48	399	1.122	0.327
	20,001-40,000 ฿	35	3.34	0.53			
	> 40,000 B	309	3.47	0.52			
ด้านสังคม	≤ 20,000 ฿	56	3.39	0.52	399	0.606	0.546
	20,001-40,000 ฿	35	3.44	0.50			
	> 40,000 ฿	309	3.33	0.59			
ด้านจิตวิทยา	≤ 20,000 ฿	56	3.36	0.49	399	0.045	0.956
	20,001-40,000 ฿	35	3.37	0.53			
	> 40,000 ฿	309	3.39	0.62			
ด้านสิ่งแวดล้อม	≤ 20,000 ฿	56	3.41	3.41	399	1.075	0.342
	20,001-40,000 ฿	53	3.49	3.49			
	> 40,000 ฿	309	3.54	3.54			
รวม	≤ 20,000 ฿	56	3.41	3.41	399	0.077	0.926
	20,001-40,000 ฿	35	3.41	3.41			
	> 40,000 ฿	309	3.43	3.43			

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า รายได้เฉลี่ยที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามประเภทองค์กร

ขีดความสามารถการรองรับ	ประเภทองค์กร	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.46	0.52	399	1.517	0.171
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.50	0.52			
	ยานยนต์	28	3.25	0.48			
	การแพทย์	43	3.57	0.59			
	เวชสำอาง	13	3.66	0.36			
		45	3.40	0.52			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ขีดความสามารถการรองรับ	ประเภทองค์กร	n	$\overline{x}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
	อื่นๆ	35	3.47	0.47			
ด้านสังคม	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.42	0.53	399	3.060*	0.006
	ประกันภัย	60	3.23	0.63			
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.26	0.51			
	ยานยนต์	43	3.44	0.71			
	การแพทย์	13	3.76	0.39			
	เวชสำอาง	45	3.18	0.54			
	อื่นๆ	35	3.26	0.58			
ด้านจิตวิทยา	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.40	0.54	399	2.710*	0.014
	ประกันภัย	60	3.34	0.58			
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.26	0.45			
	ยานยนต์	43	3.62	0.76			
	การแพทย์	13	3.67	0.58			
	เวชสำอาง	45	3.31	0.57			
	อื่นๆ	35	3.18	0.66			
ด้านสิ่งแวดล้อม	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.50	0.57	399	1.966	0.069
	ประกันภัย	60	3.53	0.55			
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.53	0.44			
	ยานยนต์	43	3.70	0.65			
	การแพทย์	13	3.78	0.58			
	เวชสำอาง	45	3.46	0.52			
	อื่นๆ	35	3.40	0.62			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ขีดความสามารถการรองรับ	ประเภทองค์กร	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
รวม	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.44	0.45	399	2.714*	0.014
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.40	0.37			
	ยานยนต์	28	3.28	0.36			
	การแพทย์	43	3.58	0.60			
	เวชสำอาง	13	3.72	0.35			
	อื่นๆ	45	3.34	0.44			
		35	3.33	0.46			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า ประเภทองค์กรที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านสังคมและด้านจิตวิทยาแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และประเภทองค์กรที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพและด้านสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามประเภทองค์กรแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่า ประเภทองค์กรที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านสังคมและด้านจิตวิทยาแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามประเภทองค์กร

ขีดความสามารถการรองรับการท่องเที่ยว	ประเภทองค์กร	n	$\bar{x}$	S.D.	หน่วยงาน/บริษัท	ประกันภัย	อสังหาริมทรัพย์	ยานยนต์	การแพทย์	เวชสำอาง	อื่นๆ
ด้านสังคม	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.42	0.53	-	*			*	*	
	ประกันภัย	60	3.23	0.63	*	-			*		
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.26	0.51			-		*		
	ยานยนต์	43	3.44	0.71				-		*	
	การแพทย์	13	3.76	0.39	*	*	*		-	*	*
	เวชสำอาง	45	3.18	0.54	*			*	*	-	
	อื่นๆ	35	3.26	0.58					*		-
ด้านจิตวิทยา	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.40	0.54	-			*			
	ประกันภัย	60	3.34	0.58		-		*			
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.26	0.45			-	*	*		
	ยานยนต์	43	3.62	0.76	*	*	*	-		*	*
	การแพทย์	13	3.67	0.58			*		-		*
	เวชสำอาง	45	3.31	0.57				*		-	
	อื่นๆ	35	3.18	0.66				*	*		-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.20 พบว่าความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับจำแนกตามประเภทองค์กรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านสังคม นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัทมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียประเภทองค์กรประกันภัย การแพทย์ และเวชสำอาง นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัยมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัทและการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอาง นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอางมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ยานยนต์และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอื่นๆมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทด้านการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.76) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.23) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.26) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.18) และประเภทอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.26)

ด้านจิตวิทยา นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัทมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัยมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอาง และอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์และอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอางมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการ

บริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอื่นๆมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์และการแพทย์

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.62) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.40) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.34) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.26) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.31) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.18) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.26) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.18)

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ขีดความสามารถการรองรับ	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	พักผ่อน	92	3.36	0.53	399	1.939	0.087
	ได้รับรางวัล	100	3.57	0.53			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.47	0.51			
	แนะนำสินค้า	22	3.39	0.54			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.39	0.53			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.49	0.48			
ด้านสังคม	พักผ่อน	92	3.21	0.63	399	3.398*	0.005
	ได้รับรางวัล	100	3.48	0.61			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.24	0.57			
	แนะนำสินค้า	22	3.15	0.69			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.32	0.54			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.43	0.45			
ด้านจิตวิทยา	พักผ่อน	92	3.16	0.64	399	5.012*	0.000
	ได้รับรางวัล	100	3.58	0.61			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.35	0.56			
	แนะนำสินค้า	22	3.33	0.72			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.36	0.51			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.42	0.48			
ด้านสิ่งแวดล้อม	พักผ่อน	92	3.40	0.56	399	2.189	0.055
	ได้รับรางวัล	100	3.66	0.57			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.47	0.59			
	แนะนำสินค้า	22	3.44	0.63			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.54	0.52			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.49	0.58			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ขีดความสามารถการรองรับ	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
รวม	พักผ่อน	92	3.28	0.49	399	4.146*	0.001
	ได้รับรางวัล	100	3.57	0.49			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.38	0.46			
	แนะนำสินค้า	22	3.33	0.54			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.40	0.40			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.46	0.40			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านสังคมและด้านจิตวิทยาแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพและด้านสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านสังคมและด้านจิตวิทยาแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ขีดความสามารถการรองรับ	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	พักผ่อน	ได้รับรางวัล	เพิ่มยอดขาย	แนะนำสินค้า	เข้าร่วมงานเลี้ยง	ประชุม/สัมมนา
ด้านสังคม	พักผ่อน	92	3.21	0.63	-	*				*
	ได้รับรางวัล	100	3.48	0.61	*	-		*		
	เพิ่มยอดขาย	29	3.24	0.57			-			
	แนะนำสินค้า	22	3.15	0.69		*		-		*
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.32	0.54					-	
	ประชุม/สัมมนา	116	3.43	0.45	*			*		-
ด้านจิตวิทยา	พักผ่อน	92	3.16	0.64	-	*			*	*
	ได้รับรางวัล	100	3.58	0.61	*	-			*	*
	เพิ่มยอดขาย	29	3.35	0.56			-			
	แนะนำสินค้า	22	3.33	0.72				-		
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.36	0.51		*			-	
	ประชุม/สัมมนา	116	3.42	0.48	*	*				-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.22 พบว่าความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับจำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านสังคม นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อพักผ่อนมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลและการประชุมสัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนและการแนะนำสินค้า นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อแนะนำสินค้ามีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลและการประชุมสัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อประชุมสัมมนามีความ

คิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนและการแนะนำสินค้า

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.48) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.43) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15)

ด้านจิตวิทยา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อพักผ่อนมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล การเข้าร่วมงานเลี้ยง และการประชุมสัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน การเข้าร่วมงานเลี้ยงและการประชุมสัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเข้าร่วมงานเลี้ยงมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อประชุมสัมมนามีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนและการได้รับรางวัล

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.58) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16) การเข้าร่วมงานเลี้ยง ($\bar{x}$ =3.36) และการประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.42) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16)

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.8

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับตามรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ขีดความสามารถการรองรับ	รูปแบบการท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	แบบรายบุคคล	89	3.36	0.50	399	4.801*	0.009
	แบบครอบครัว	57	3.36	0.52			
	แบบองค์กร	254	3.52	0.51			
ด้านสังคม	แบบรายบุคคล	89	3.36	0.59	399	0.106	0.899
	แบบครอบครัว	57	3.32	0.56			
	แบบองค์กร	254	3.35	0.58			
ด้านจิตวิทยา	แบบรายบุคคล	89	3.37	0.59	399	0.260	0.771
	แบบครอบครัว	57	3.34	0.64			
	แบบองค์กร	254	3.40	0.58			
ด้านสิ่งแวดล้อม	แบบรายบุคคล	89	3.55	0.57	399	0.955	0.386
	แบบครอบครัว	57	3.59	0.58			
	แบบองค์กร	254	3.49	0.57			
รวม	แบบรายบุคคล	89	3.41	0.48	399	0.254	0.776
	แบบครอบครัว	57	3.40	0.50			
	แบบองค์กร	254	3.44	0.46			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ one way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.9

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ขีดความสามารถการรองรับ	ระยะเวลาการท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านกายภาพ	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.39	0.52	399	1.244	0.293
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.53	0.54			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.47	0.51			
	14 วัน ขึ้นไป	50	3.36	0.53			
ด้านสังคม	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.12	0.43	399	1.473	0.221
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.37	0.59			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.38	0.56			
	14 วัน ขึ้นไป	50	3.30	0.67			
ด้านจิตวิทยา	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.18	0.50	399	1.812	0.144
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.39	0.61			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.42	0.59			
	14 วัน ขึ้นไป	50	3.27	0.60			
ด้านสิ่งแวดล้อม	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.27	0.42	399	1.425	0.235
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.53	0.57			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.53	0.58			
	14 วัน ขึ้นไป	50	3.54	0.61			
รวม	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.24	0.32	399	1.722	0.162
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.46	0.48			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.45	0.46			
	14 วัน ขึ้นไป	50	3.37	0.51			

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ On-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า ระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ จำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่าระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับในด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	เพศ: ชาย (n = 288)		เพศ: หญิง (n = 122)		df	t	Sig (2-tailed)
	$\overline{x}$	S.D.	$\overline{x}$	S.D.			
ด้านทรัพยากรหลัก	3.39	0.52	3.51	0.57	399	-1.889	0.060
ด้านปัจจัยสนับสนุน	3.30	0.49	3.39	0.51	399	-1.562	0.119
ด้านการบริหารจัดการฯ	3.23	0.58	3.30	0.50	399	-1.229	0.220
ด้านนโยบาย	3.28	0.55	3.41	0.50	399	-2.265*	0.024
ด้านปัจจัยอื่นๆ	3.27	0.58	3.40	0.52	399	-2.037*	0.042
ภาพรวม	3.29	0.47	3.40	0.43	399	-2.100*	0.036

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนโยบายและด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามเพศไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 โดยเพศหญิง ($\bar{x}$ =3.40) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมมากกว่าเพศชาย ($\bar{x}$ =3.29)

สรุปได้ว่า เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนโยบายและด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านทรัพยากรหลัก	≤ 25 ปี	71	3.42	0.40	399	0.002	0.998
	25-39 ปี	158	3.43	0.54			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.42	0.59			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	≤ 25 ปี	71	3.37	0.46	399	1.533	0.217
	25-39 ปี	158	3.36	0.49			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.28	0.50			

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	อายุ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านการบริหารจัดการฯ	≤ 25 ปี	71	3.42	0.41	399	4.323*	0.014
	25-39 ปี	158	3.23	0.52			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.19	0.64			
ด้านนโยบาย	≤ 25 ปี	71	3.44	0.44	399	2.193	0.113
	25-39 ปี	158	3.30	0.55			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.28	0.56			
ด้านปัจจัยอื่นๆ	≤ 25 ปี	71	3.40	0.43	399	1.022	0.361
	25-39 ปี	158	3.30	0.57			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.28	0.62			
รวม	≤ 25 ปี	71	3.41	0.37	399	1.633	0.197
	25-39 ปี	158	3.32	0.47			
	40 ปี ขึ้นไป	171	3.29	0.49			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่า อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านทรัพยากรหลัก	มัธยมศึกษา	77	3.48	0.45	399	0.566	0.568
	ปริญญาตรี	260	3.41	0.55			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.39	0.59			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	มัธยมศึกษา	77	3.40	0.46	399	0.985	0.374
	ปริญญาตรี	260	3.31	0.50			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.31	0.52			
ด้านการบริหารจัดการ	มัธยมศึกษา	77	3.44	0.42	399	5.497*	0.004
	ปริญญาตรี	260	3.21	0.58			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.17	0.59			
ด้านนโยบาย	มัธยมศึกษา	77	3.46	0.44	399	3.922*	0.021
	ปริญญาตรี	260	3.29	0.55			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.23	0.57			
ด้านปัจจัยอื่นๆ	มัธยมศึกษา	77	3.43	0.42	399	2.597	0.076
	ปริญญาตรี	260	3.30	0.59			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.21	0.62			

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
รวม	มัธยมศึกษา	77	3.44	0.37	399	3.204*	0.042
	ปริญญาตรี	260	3.31	0.47			
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.26	0.50			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและด้านนโยบายแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน และด้านปัจจัยอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและด้านนโยบาย แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นระดับต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	n	$\overline{x}$	S.D.	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทขึ้นไป
ด้านการบริหารฯ	มัธยมศึกษา	77	3.44	0.42	-	*	*
	ปริญญาตรี	260	3.21	0.58	*	-	
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.17	0.59	*		-
ด้านนโยบาย	มัธยมศึกษา	77	3.46	0.44	-	*	*
	ปริญญาตรี	260	3.29	0.55	*	-	
	ปริญญาโทขึ้นไป	63	3.23	0.57	*		-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.28 พบว่าความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรีและปริญญาโทขึ้นไป นักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษา และนักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาโทขึ้นไปมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษา

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษา ($\overline{x}$ =3.44) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรี ($\overline{x}$ =3.21) และระดับปริญญาโทขึ้นไป ($\overline{x}$ =3.17)

ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรีและปริญญาโทขึ้นไป นักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษาและนักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาโทขึ้นไปมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษา

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษา ($\bar{x}$ =3.46) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรี ($\bar{x}$ =3.29) และระดับปริญญาโทขึ้นไป ($\bar{x}$ =3.23)

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพ	n	$\bar{x}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านทรัพยากรหลัก	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.44	0.42	399	5.537*	0.000
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.41	0.54			
	ข้าราชการ	51	3.16	0.47			
	พนักงาน	85	3.53	0.57			
	เกษียณอายุ	20	3.70	0.67			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.38	0.47	399	5.636*	0.000
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.33	0.47			
	ข้าราชการ	51	3.06	0.45			
	พนักงาน	85	3.38	0.51			
	เกษียณอายุ	20	3.57	0.55			

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านการบริหารจัดการฯ	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.41	0.41	399	2.645*	0.033
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.18	0.52			
	ข้าราชการ	51	3.21	0.78			
	พนักงาน	85	3.22	0.57			
	เกษียณอายุ	20	3.41	0.59			
ด้านนโยบาย	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.44	0.43	399	1.588	0.177
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.26	0.55			
	ข้าราชการ	51	3.30	0.55			
	พนักงาน	85	3.30	0.57			
	เกษียณอายุ	20	3.44	0.65			
ด้านปัจจัยอื่นๆ	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.39	0.41	399	2.782*	0.027
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.25	0.59			
	ข้าราชการ	51	3.20	0.60			
	พนักงาน	85	3.36	0.58			
	เกษียณอายุ	20	3.60	0.61			
ภาพรวม	นักเรียน / นักศึกษา	72	3.41	0.36	399	3.323*	0.011
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.29	0.47			
	ข้าราชการ	51	3.19	0.48			
	พนักงาน	85	3.36	0.48			
	เกษียณอายุ	20	3.55	0.56			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนโยบายไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่าอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพ	n	$\overline{X}$	S.D.	นักเรียน นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	พนักงาน	เกษียณอายุ
ด้านทรัพยากรหลัก	นักเรียน/นักศึกษา	72	3.44	0.42	-		*		*
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.41	0.54		-	*		*
	ข้าราชการ	51	3.16	0.47	*	*	-	*	*
	พนักงาน	85	3.53	0.57			*	-	
	เกษียณอายุ	20	3.70	0.67	*	*	*		-
ด้านปัจจัยสนับสนุน	นักเรียน/นักศึกษา	72	3.38	0.47	-		*		
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.33	0.47		-	*		*
	ข้าราชการ	51	3.06	0.45	*	*	-	*	*
	พนักงาน	85	3.38	0.51			*	-	

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพ	n	$\overline{X}$	S.D.	นักเรียน นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	พนักงาน	เกษียณอายุ
	เกษียณอายุ	20	3.57	0.55		*	*		-
ด้านการบริหารจัดการฯ	นักเรียน/นักศึกษา	72	3.41	0.41	-	*	*	*	
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.18	0.52	*	-			
	ข้าราชการ	51	3.21	0.78	*		-		
	พนักงาน	85	3.22	0.57	*			-	
	เกษียณอายุ	20	3.41	0.59					-
ด้านปัจจัยอื่นๆ	นักเรียน/นักศึกษา	72	3.39	0.41	-				
	ธุรกิจส่วนตัว	172	3.25	0.59		-			*
	ข้าราชการ	51	3.20	0.60			-		*
	พนักงาน	85	3.36	0.58				-	
	เกษียณอายุ	20	3.60	0.61		*	*		-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.30 พบว่าความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการและเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการและเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานและเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงานมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัวและข้าราชการ

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.44) ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.41) พนักงาน ($\bar{x}$ =3.53) และเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.70) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.16)

ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการและเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานและเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงานมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัวและข้าราชการ

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.38) ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.33) พนักงาน ($\bar{x}$ =3.38) และเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.57) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.06) นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.57) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.33)

ด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการและพนักงาน นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงานมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.41) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.18) ข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.21) และพนักงาน ($\bar{x}$ =3.22)

ด้านปัจจัยอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพข้าราชการมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุ

นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัวและข้าราชการ

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.60) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.25) และข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.20)

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ย	n	$\bar{x}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านทรัพยากรหลัก	≤ 20,000 ฿	56	3.45	0.46	399	11.479*	0.000
	20,001-40,000 ฿	35	3.83	0.69			
	> 40,001 ฿	309	3.37	0.52			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	≤ 20,000 ฿	56	3.37	0.47	399	3.621*	0.028
	20,001-40,000 ฿	35	3.53	0.48			
	> 40,001 ฿	309	3.30	0.49			
ด้านการบริหารจัดการฯ	≤ 20,000 ฿	56	3.41	0.42	399	3.345*	0.036
	20,001-40,000 ฿	35	3.32	0.51			
	> 40,001 ฿	309	3.21	0.59			
ด้านนโยบาย	≤ 20,000 ฿	56	3.46	0.46	399	3.301*	0.38
	20,001-40,000 ฿	35	3.42	0.46			
	> 40,001 ฿	309	3.28	0.56			

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ย	n	$\overline{\chi}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านปัจจัยอื่นๆ	≤ 20,000 ฿	56	3.41	0.43	399	1.461	0.233
	20,001-40,000 ฿	35	3.39	0.40			
	> 40,001 ฿	309	3.28	0.60			
ภาพรวม	≤ 20,000 ฿	56	3.42	0.38	399	4.465*	0.012
	20,001-40,000 ฿	35	3.49	0.34			
	> 40,001 ฿	309	3.29	0.48			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า รายได้เฉลี่ยที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และด้านนโยบาย แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05 และความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านปัจจัยอื่นๆไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และด้านนโยบายแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ย	n	$\overline{X}$	S.D.	≤ 20000 ฿	20001-40000 ฿	> 40001 ฿
ด้านทรัพยากรหลัก	≤ 20,000 ฿	56	3.45	0.46	-	*	
	20,001-40,000 ฿	55	3.83	0.69	*	-	*
	> 40,001 ฿	309	3.37	0.52		*	-
ด้านปัจจัยสนับสนุน	≤ 20,000 ฿	56	3.37	0.47	-		
	20,001-40,000 ฿	55	3.53	0.48		-	*
	> 40,001 ฿	309	3.30	0.49		*	-
ด้านการบริหารฯ	≤ 20,000 ฿	56	3.41	0.42	-		*
	20,001-40,000 ฿	55	3.32	0.51		-	
	> 40,001 ฿	309	3.21	0.59	*		-
ด้านนโยบาย	≤ 20,000 ฿	56	3.46	0.46	-		*
	20,001-40,000 ฿	55	3.42	0.46		-	
	> 40,001 ฿	309	3.28	0.56	*		-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.32 พบว่าความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ 20,001 – 40,001 บาท นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 20,001 – 40,001 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท และ รายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ 20,001 – 40,001 บาท

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 20,001 – 40,001 บาท ($\overline{x}$ =3.83) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ($\overline{x}$ =3.45) และรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป ($\overline{x}$ =3.37)

ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 20,001 – 40,001 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ 20,001 – 40,001 บาท

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 20,001 – 40,001 บาท ($\bar{x}$ =3.53) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป ($\bar{x}$ =3.30)

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}$ =3.41) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ 40,001 บาท ($\bar{x}$ =3.21) ขึ้นไป

ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป และ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}$ =3.46) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ 40,001 บาท ($\bar{x}$ =3.28) ขึ้นไป

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทองค์กร

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทองค์กร	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านทรัพยากรหลัก	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.49	0.53	399	4.126*	0.000
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.32	0.45			
	ยานยนต์	28	3.22	0.39			
	การแพทย์	43	3.63	0.65			
	เวชสำอาง	13	3.70	0.62			
	อื่นๆ	45	3.29	0.45			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.42	0.53	399	4.799*	0.000
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.26	0.42			
	ยานยนต์	28	3.12	0.23			
	การแพทย์	43	3.42	0.56			
	เวชสำอาง	13	3.59	0.43			
	อื่นๆ	45	3.14	0.40			
ด้านการบริหารจัดการ	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.37	0.56	399	5.011*	0.000
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.11	0.48			
	ยานยนต์	28	3.12	0.40			
	การแพทย์	43	3.29	0.67			
	เวชสำอาง	13	3.59	0.48			
	อื่นๆ	45	3.06	0.49			
		35	3.03	0.60			

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทองค์กร	n	$\overline{x}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านนโยบาย	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.42	0.48	399	6.029*	0.000
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.17	0.54			
	ยานยนต์	28	3.13	0.43			
	การแพทย์	43	3.43	0.68			
	เวชสำอาง	13	3.74	0.50			
	อื่นๆ	45	3.12	0.45			
ด้านปัจจัยอื่นๆ	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.39	0.51	399	3.622*	0.002
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.26	0.62			
	ยานยนต์	28	3.10	0.52			
	การแพทย์	43	3.42	0.64			
	เวชสำอาง	13	3.66	0.62			
	อื่นๆ	45	3.15	0.52			
รวม	หน่วยงานราชการ/บริษัทประกันภัย	176	3.42	0.43	399	6.204*	0.000
	อสังหาริมทรัพย์	60	3.22	0.43			
	ยานยนต์	28	3.14	0.34			
	การแพทย์	43	3.44	0.56			
	เวชสำอาง	13	3.66	0.46			
	อื่นๆ	45	3.15	0.41			
		35	3.14	0.52			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า ประเภทองค์กรที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทขององค์กร แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่าประเภทองค์กรที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทองค์กร

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทองค์กร	n	$\overline{x}$	S.D.	หน่วยงาน/บริษัท	ประกันภัย	อสังหาริมฯ	ยานยนต์	การแพทย์	เวชสำอาง	อื่นๆ
ทรัพยากรหลัก	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.49	0.53	-	*	*			*	*
	ประกันภัย	60	3.32	0.45	*	-		*	*		
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.22	0.39	*		-	*	*		
	ยานยนต์	43	3.63	0.65		*	*	-		*	*
	การแพทย์	13	3.70	0.62		*	*		-	*	*
	เวชสำอาง	45	3.29	0.45	*			*	*	-	
	อื่นๆ	35	3.27	0.60	*			*	*		-

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทองค์กร	n	$\overline{X}$	S.D.	หน่วยงาน/ราชการ/บริษัท	ประกันภัย	อสังหาริมฯ	ยานยนต์	การแพทย์	เวชสำอาง	อื่นๆ
ปัจจัยสนับสนุน	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.42	0.53	-	*	*			*	*
	ประกันภัย	60	3.26	0.42	*	-			*		
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.12	0.23	*		-	*	*		
	ยานยนต์	43	3.42	0.56			*	-		*	*
	การแพทย์	13	3.59	0.43		*	*		-	*	*
	เวชสำอาง	45	3.14	0.40	*			*	*	-	
	อื่นๆ	35	3.16	0.45	*			*	*		-
การบริหารจัดการฯ	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.37	0.56	-	*	*			*	*
	ประกันภัย	60	3.11	0.48	*	-			*		
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.12	0.40	*		-		*		
	ยานยนต์	43	3.29	0.67				-		*	*
	การแพทย์	13	3.59	0.48		*	*		-	*	*
	เวชสำอาง	45	3.06	0.49	*				*	-	
	อื่นๆ	35	3.03	0.60	*			*	*		-
นโยบาย	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.42	0.48	-	*	*		*	*	*
	ประกันภัย	60	3.17	0.54	*	-		*	*		
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.13	0.43	*		-	*	*		
	ยานยนต์	43	3.43	0.68		*	*	-		*	*
	การแพทย์	13	3.74	0.50	*	*	*		-	*	*
	เวชสำอาง	45	3.12	0.45	*			*	*	-	
	อื่นๆ	35	3.14	0.63	*			*			-

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทองค์กร	n	$\overline{X}$	S.D.	หน่วยงาน/บริษัท	ประกันภัย	อสังหาริมฯ	ยานยนต์	การแพทย์	เวชสำอาง	อื่นๆ
ปัจจัยอื่นๆ	หน่วยงานราชการ/บริษัท	176	3.39	0.51	-	*	*		*	*	*
	ประกันภัย	60	3.26	0.62	*	-		*	*		
	อสังหาริมทรัพย์	28	3.10	0.52	*		-	*	*		
	ยานยนต์	43	3.42	0.64		*	*	-		*	*
	การแพทย์	13	3.66	0.62	*	*	*		-	*	*
	เวชสำอาง	45	3.15	0.52	*			*	*	-	
	อื่นๆ	35	3.12	0.63	*			*	*		-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.34 พบว่าความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทองค์กรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัทมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอาง และอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัยมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอาง และอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์ เวชสำอาง และอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอางมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ การแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอื่นๆ มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพ

แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ การแพทย์

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.70) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.32) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.22) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.29) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.27) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.63) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.32) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.22) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.29) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.27) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.49) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.32) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.22) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.29) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.27)

ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัทมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัยมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท การแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอาง และอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอางมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอื่นๆมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.59) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.14) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.16) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่า

นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.14) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.16) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.14) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.16)

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัทมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัยมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท เวชสำอางและอื่น นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอางมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากหน่วยงาน/บริษัท และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอื่นๆมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.59) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.11) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.06) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.03) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.29) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.06) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.03) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.37) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.11) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.06) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.03)

ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัทมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ การแพทย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัยมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภท

หน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอาง นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอางมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอื่นๆมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท และยานยนต์

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.74) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.17) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.13) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.12) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.14) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.17) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.13) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.12) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.14) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.43) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.17) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.13) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.12) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.14)

ด้านปัจจัยอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยราชการ/บริษัทมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ การแพทย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัยมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอางและอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ประกันภัย

อสังหาริมทรัพย์ เวชสำอาง นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอางมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอื่นๆมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากหน่วยงาน/บริษัท ยานยนต์ และการแพทย์

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.66) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.39) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.10) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.15) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.12) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.39) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.10) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.15) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.12) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.10) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.15) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.12)

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านทรัพยากรหลัก	พักผ่อน	92	3.25	0.53	399	4.534*	0.000
	ได้รับรางวัล	100	3.56	0.56			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.29	0.37			
	แนะนำสินค้า	22	3.31	0.56			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.37	0.41			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.52	0.56			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	พักผ่อน	92	3.17	0.43	399	5.162*	0.000
	ได้รับรางวัล	100	3.44	0.50			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.21	0.39			
	แนะนำสินค้า	22	3.16	0.49			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.27	0.40			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.44	0.54			
ด้านการบริหารฯ	พักผ่อน	92	3.08	0.54	399	4.597*	0.000
	ได้รับรางวัล	100	3.34	0.54			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.11	0.49			
	แนะนำสินค้า	22	3.08	0.56			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.18	0.53			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.39	0.59			
ด้านนโยบาย	พักผ่อน	92	3.17	0.56	399	4.370*	0.001
	ได้รับรางวัล	100	3.45	0.57			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.22	0.54			
	แนะนำสินค้า	22	3.12	0.49			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.22	0.53			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.41	0.47			

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านปัจจัยอื่นๆ	พักผ่อน	92	3.13	0.58	399	4.517*	0.001
	ได้รับรางวัล	100	3.46	0.62			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.19	0.55			
	แนะนำสินค้า	22	3.15	0.55			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.29	0.56			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.39	0.47			
รวม	พักผ่อน	92	3.16	0.46	399	6.277*	0.000
	ได้รับรางวัล	100	3.45	0.50			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.20	0.41			
	แนะนำสินค้า	22	3.16	0.43			
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.27	0.45			
	ประชุม/สัมมนา	116	3.43	0.41			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $<$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบหาความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	พักผ่อน	ได้รับรางวัล	เพิ่มยอดขาย	แนะนำสินค้า	เข้าร่วมงานเลี้ยง	ประชุม/สัมมนา
ทรัพยากรฯ	พักผ่อน	92	3.25	0.53	-	*				*
	ได้รับรางวัล	100	3.56	0.56	*	-	*			
	เพิ่มยอดขาย	29	3.29	0.37		*	-			*
	แนะนำสินค้า	22	3.31	0.56				-		
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.37	0.41					-	
	ประชุม/สัมมนา	116	3.52	0.56	*		*			-
ปัจจัยฯ	พักผ่อน	92	3.17	0.43	-	*				*
	ได้รับรางวัล	100	3.44	0.50	*	-	*	*		
	เพิ่มยอดขาย	29	3.21	0.39		*	-			*
	แนะนำสินค้า	22	3.16	0.49		*		-		*
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.27	0.40					-	*
	ประชุม/สัมมนา	116	3.44	0.54	*		*	*	*	-
การบริหารฯ	พักผ่อน	92	3.13	0.58	-	*				*
	ได้รับรางวัล	100	3.46	0.62	*	-	*	*	*	
	เพิ่มยอดขาย	29	3.19	0.55		*	-			
	แนะนำสินค้า	22	3.15	0.55		*		-		*
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.29	0.56		*			-	
	ประชุม/สัมมนา	116	3.39	0.47	*			*		-

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	พักผ่อน	ได้รับรางวัล	เพิ่มยอดขาย	แนะนำสินค้า	เข้าร่วมงานเลี้ยง	ประชุม/สัมมนา
นโยบาย	พักผ่อน	92	3.08	0.56	-	*				*
	ได้รับรางวัล	100	3.34	0.57	*	-	*	*		
	เพิ่มยอดขาย	29	3.11	0.54		*	-			*
	แนะนำสินค้า	22	3.08	0.49		*		-		*
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.18	0.53					-	*
	ประชุม/สัมมนา	116	3.39	0.47	*		*	*	*	-
ปัจจัยอื่นๆ	พักผ่อน	92	3.16	0.58	-	*				*
	ได้รับรางวัล	100	3.45	0.62	*	-	*	*		
	เพิ่มยอดขาย	29	3.20	0.55		*	-			
	แนะนำสินค้า	22	3.16	0.55		*		-		
	เข้าร่วมงานเลี้ยง	41	3.27	0.56					-	
	ประชุม/สัมมนา	116	3.43	0.47	*					-

หมายเหตุ: ทดสอบคู่ที่แตกต่างโดยวิธี LSD *ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการทดสอบ LSD ตารางที่ 4.36 พบว่าความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลและการประชุม / สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อพักผ่อนและเพิ่มยอดขาย นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเพิ่มยอดขายมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลและการประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อประชุม/สัมมนามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนและเพิ่มยอดขาย

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.56) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.25) การประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.52) และการเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.29) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.52) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.29)

ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล และการประชุม / สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน เพิ่มยอดขาย และแนะนำสินค้า นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเพิ่มยอดขายมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินจากการได้รับรางวัลและการประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อแนะนำสินค้ามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล และการประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเข้าร่วมงานเลี้ยงมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากการพักผ่อน การเพิ่มยอดขาย การแนะนำสินค้า และการเข้าร่วมงานเลี้ยง

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.44) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.17) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.16) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.44) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.17) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.16)

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลและประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการการได้รับรางวัลมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน เพิ่มยอดขาย แนะนำสินค้า และเข้าร่วมงานเลี้ยง นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเพิ่มยอดขายมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อแนะนำสินค้ามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล และการประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่

เดินทางเข้าร่วมงานเลี้ยงมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากพักผ่อน เพิ่มยอดขาย และแนะนำสินค้า

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.46) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางการพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.13) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.19) การแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15) และการเข้าร่วมงานเลี้ยง ($\bar{x}$ =3.29) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.39) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.13) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15)

ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล และการประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน เพิ่มยอดขาย แนะนำสินค้า และเข้าร่วมงานเลี้ยง นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเพิ่มยอดขายมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล และการประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางแนะนำสินค้ามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากการได้รับรางวัล และการประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเข้าร่วมงานเลี้ยงมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม /สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน เพิ่มยอดขาย แนะนำสินค้า และเข้าร่วมงานเลี้ยง

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.39) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าการพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.08) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.11) การแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.08) และการเข้าร่วมงานเลี้ยง ($\bar{x}$ =3.18) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.34) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าการพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.08) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.11) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.08)

ด้านปัจจัยอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อนมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล และการประชุม / สัมมนา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัลมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน เพิ่มยอดขาย และแนะนำสินค้า นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเพิ่มยอดขายมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

แตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อแนะนำสินค้ามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนามีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน

โดยนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.45) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.20) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.16) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.43) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16)

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	รูปแบบการท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านทรัพยากรหลัก	แบบรายบุคคล	89	3.34	0.51	399	1.691	0.186
	แบบครอบครัว	57	3.39	0.61			
	แบบองค์กร	254	3.46	0.53			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	แบบรายบุคคล	89	3.24	0.47	399	1.786	0.169
	แบบครอบครัว	57	3.32	0.49			
	แบบองค์กร	254	3.36	0.50			
ด้านการบริหารฯ	แบบรายบุคคล	89	3.21	0.54	399	0.633	0.531
	แบบครอบครัว	57	3.20	0.62			
	แบบองค์กร	254	3.27	0.56			
ด้านนโยบาย	แบบรายบุคคล	89	3.33	0.55	399	1.261	0.284
	แบบครอบครัว	57	3.21	0.57			
	แบบองค์กร	254	3.34	0.53			
ด้านปัจจัยอื่นๆ	แบบรายบุคคล	89	3.29	0.62	399	0.061	0.941
	แบบครอบครัว	57	3.30	0.58			
	แบบองค์กร	254	3.32	0.55			
รวม	แบบรายบุคคล	89	3.28	0.49	399	0.899	0.408
	แบบครอบครัว	57	3.28	0.51			
	แบบองค์กร	254	3.35	0.44			

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9

H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	**ระยะเวลาการท่องเที่ยวฯ**	**n**	$\overline{X}$	**S.D.**	**df**	**F-Test**	**Sig (2-tailed)**
ด้านทรัพยากรหลัก	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.24	0.32	399	1.522	0.208
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.44	0.54			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.45	0.53			
	มากกว่า14 วัน	50	3.34	0.63			
ด้านปัจจัยสนับสนุน	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.12	0.29	399	2.570	0.054
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.34	0.50			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.37	0.49			
	มากกว่า 14 วัน	50	3.22	0.55			

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระยะเวลาการท่องเที่ยวฯ	n	$\overline{X}$	S.D.	df	F-Test	Sig (2-tailed)
ด้านการบริหารจัดการ	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.25	0.33	399	1.547	0.202
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.21	0.58			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.29	0.56			
	มากกว่า 14 วัน	50	3.11	0.59			
ด้านนโยบาย	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.34	0.37	399	0.674	0.569
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.28	0.55			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.34	0.54			
	มากกว่า14 วัน	50	3.24	0.58			
ด้านปัจจัยอื่นๆ	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.23	0.36	399	0.715	0.543
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.27	0.60			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.34	0.55			
	มากกว่า 14 วัน	50	3.26	0.66			
รวม	เฉลี่ย 2-3 วัน	22	3.23	0.24	399	1.381	0.248
	เฉลี่ย 4-6 วัน	88	3.31	0.49			
	เฉลี่ย 7 วัน	240	3.36	0.45			
	มากกว่า 14 วัน	50	3.23	0.55			

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์พบว่า ระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

สรุปได้ว่าระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน Sig (2-tailed) $\geq$ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_0: นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

4.5 ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

H_0: ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

H_1: ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	b	S.E.	β	t	(Sig.)
ด้านทรัพยากรหลัก	0.152	0.108	0.175	3.279*	0.001
ด้านปัจจัยสนับสนุน	0.154	0.046	0.163	2.984*	0.003
ด้านการบริหารจัดการ	0.096	0.052	0.116	2.414*	0.016
ด้านนโยบาย	0.154	0.051	0.178	2.997*	0.003
ด้านปัจจัยอื่นๆ	0.227	0.045	0.275	5.018*	0.000

Note: R square (R^2) = 0.615, Adjusted R square = 0.610, F= 125.638 P < 0.000

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยใช้วิธีการ Enter ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ พบว่า ค่าสัมประสิทธ์การตัดสินใจที่ปรับปรุงแล้ว (Adjusted R square) มีค่าเท่ากับ 0.610 หมายถึง ตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ ร้อยละ 61 ส่วนอีกร้อยละ 39 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

จากตาราง 4.39 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ) มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับมีค่าเท่ากับ 0.610 และมีการแปรผันร่วมกันทั้ง 5 ตัวแปร คิดเป็นร้อยละ 61.5 การพยากรณ์แต่ละด้านของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบคะแนนดิบ (b) มีค่าตั้งแต่ 0.096 – 0.227 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรหลัก (b = 0.152) ด้านปัจจัยสนับสนับสนุน (b = 0.154) ด้านการบริหารจัดการ (b = 0.096) ด้านนโยบาย (b = 0.154) และด้านปัจจัยอื่นๆ (b = 0.227) มีอิทธิพลทางบวกต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆที่มีศักยภาพมากจะมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพน้อยกว่า ดังนั้นถ้าหากศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ) เพิ่มขึ้นหรือมีศักยภาพที่ดีจะส่งผลให้มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับที่ดีอีกด้วย และรูปคะแนนมาตรฐาน (β) มีค่าตั้งแต่ 0.116 – 0.275 พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านปัจจัยอื่นๆมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับสูงสุด (β = 0.275) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รองลงมาคือ ด้านนโยบายมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ (β = 0.178) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านทรัพยากรหลักมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ (β = 0.175) ด้านปัจจัยสนับสนุนมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ (β = 0.163) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ (β = 0.116) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1: ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

ตารางที่ 4.40 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ลำดับ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	**ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน**	
1.1	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H1)
1.2	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H1)
1.3	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H1)
1.4	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ยอมรับ (H1)
1.5	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H1)
1.6	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ยอมรับ (H1)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ลำดับ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.7	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ยอมรับ (H1)
1.8	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H1)
1.9	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H1)
2	**สมมติฐานที่ 2 (H2) ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน**	
2.1	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ยอมรับ (H2)
2.2	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H2)
2.3	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ยอมรับ (H2)
2.4	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ยอมรับ (H2)
2.5	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ยอมรับ (H2)
2.6	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ยอมรับ (H2)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ลำดับ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.7	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ยอมรับ (H2)
2.8	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H2)
2.9	นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (H2)
3	**ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยว**	ยอมรับ (H3)

จากตารางที่ 4.40 สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านอาชีพ ประเภทขององค์กรและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถการรองรับในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแตกต่างกัน แต่ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทองค์กรและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน แต่ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและระยะเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับการท่องเที่ยว

4.6 ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือหน่วยงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ สมาคมโรงแรมไทย 2 ท่านและบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) 2 ท่าน โดยพิจารณาประเด็นในการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล แล้วนำผลสัมภาษณ์มาสรุป พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ตรงกันในหลายด้าน โดยแสดงผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาสรุปเป็นตารางและแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 4.41 ความคิดเห็นด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ข้อคิดเห็นด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูล			
	คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4
1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	✓	✓		✓
2) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล		✓	✓	
3) นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	✓	✓		
4) การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	✓		✓	
5) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	✓	✓		

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

ข้อคิดเห็นด้าน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูล คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4
6) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างไปจากเดิม			✓	✓

5.5.1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจสูงสุด ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวและการบริการทางการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความเห็นที่ตรงกันในแง่ของการที่ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว การมีเมืองที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้หลากหลาย หากมีการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและการบริการจะทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยมมากขึ้น นอกจากนี้การปรับปรุงมาตรฐานของโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านโรงแรมซึ่งเป็นปัจจัยอันดับต้นๆในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นสิ่งที่ควรกระทำ การผลักดันให้โรงแรมมีมาตรฐานและคุณภาพในด้านการรองรับหรือการมีโรงแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดีย ด้านระบบขนส่งที่ให้บริการสะดวกและมีมาตรฐาน การมีเที่ยวบินหลายเที่ยวบินสู่เมืองจุดหมายปลายทาง เช่น กรุงนิวเดลีมีเที่ยวบินบินตรงมาที่สนามบินสุวรรณภูมิ 59 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เป็นต้น จะส่งผลดีในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ให้ความเห็นว่า “ในบางสถานที่และการบริการเรายังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควรโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริการ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสิ่งที่ลูกค้าต้องการคือความพิเศษ เช่นการเลือกโรงแรม แน่นอนว่าต้องเลือกโรงแรมที่มีคุณภาพรวมไปถึงโรงแรมต้องให้ได้รับการบริการที่ดี บางครั้งหากลูกค้าเจอพนักงานบริการไม่สุภาพหรือการให้ลูกค้าคอยนานเกินไปเราอาจมองดูเป็นเรื่องเล็กน้อยแต่ลูกค้าอาจไม่พอใจและไม่ประทับใจในการบริการไปตลอด นอกจากนี้ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลอย่างมากในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เราจึงต้องยังพัฒนาและปรับปรุง ดูแลกันไปในระยะยาว”

ด้านผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ได้ให้ความเห็นว่า “ทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ต้องมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบและเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเช่น การเดินทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ

ต้องมีการตรียมพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเสมอ นอกจากนี้การเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ การจัดธีมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจจะทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทนี้ได้"

5.5.2 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความเห็นทางด้านการพัฒนาบุคลากรในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อยกระดับความรู้และความสามารถของบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวรวมถึงการพัฒนากำลังคนทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพให้สอดคล้องกัน การผลิตบุคลากรในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยส่วนใหญ่จะมีแค่ระดับปฏิบัติการควรส่งเสริมและเพิ่มบุคลากรในด้านหลักสูตรโดยการจัดฝึกอบรมบุคลากร การวัดระดับคุณภาพของบุคลากรและบริษัทรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การส่งเสริมสถาบันการศึกษาที่เน้นเฉพาะทางด้านไมซ์ การผลิตบุคลากรเพื่อรองรับรับนักท่องเที่ยวอินเดีย เช่น การฝึกอบรมไกด์อินเดีย หรือบริษัทรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของชาวอินเดีย โดยผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ได้ให้ความเห็นว่า "การจัดตั้งบริษัทรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเฉพาะทางจะทำให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ดีขึ้น ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นบริษัททัวร์แต่จะรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลด้วย หากมีบริษัทที่รับจัดการท่องเที่ยวแบบไมซ์หรือบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยเฉพาะ (DMC) จะทำให้เกิดการสนองความต้องการทางด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้จะได้ฝึกบุคลากรเฉพาะทางในทางด้านนี้ด้วย"

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ได้ให้ความเห็นว่า "ในปัจจุบันการทำงานทางด้านธุรกิจและการท่องเที่ยวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ทักษะทางด้านการสื่อสารโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เราจะเห็นได้ว่าบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของเรามีทักษะในด้านนี้น้อยมาก การจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานโรงแรม บริษัททัวร์ มัคคุเทศก์ในการใช้ภาษารวมถึงการฝึกให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถทำให้การบริการในด้านนี้ดียิ่งขึ้นไปอีก"

5.5.3 นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมและผลักดันให้เป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีรายได้ในระดับทางเศรษฐกิจที่เติบโตค่อนข้างรวดเร็ว ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้ให้ความคิดเห็นว่า นโยบายของรัฐบาลที่จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้เติบโตไปอย่างต่อเนื่องในทิศทางที่เหมาะสม การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่จะมองผลในเชิงธุรกิจการที่นโยบายของรัฐบาลผลักดันและส่งเสริมธุรกิจหรืออุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ยานยนต์ ซอฟแวร์

อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ อุตสาหกรรมเหล่านี้จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากขึ้น นอกจากนี้นโยบายของรัฐบาลในด้านอื่นๆ เช่น การลดหย่อนภาษีในการจัดงานประชุมและจัดนิทรรศการ การให้ความสะดวกทางด้านศุลกากร การอนุญาตให้ใช้สถานที่พิเศษในการจัดงาน เช่น สถานที่ราชการ สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ต่างๆ จะเป็นการขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากขึ้นแต่ในขณะเดียวกันทางรัฐบาลควรมีนโยบายในด้านกฎระเบียบของสถานที่ การจำกัดการเข้าใช้สถานที่สำคัญเพื่อให้เพียงพอต่อการรองรับไม่ให้เกิดความขัดแย้งและเป็นการรักษาสถานที่สำคัญ การบังคับใช้แหล่งท่องเที่ยวและจำกัดการรองรับเป็นสิ่งที่รัฐบาลควรให้ความสำคัญควบคู่กันไป โดยผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ให้ความเห็นว่า “ในเชิงด้านนโยบาย ทางรัฐบาลได้บรรจุการท่องเที่ยวแบบไมซ์เข้าไปในนโยบายจึงมีส่วนส่งเสริมให้การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านนี้ก็ยังดำเนินไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานต่างๆจากทางรัฐบาลที่ร่วมกันผลักดันนโยบายไปในระดับเมืองต่างๆ มีการสร้างเครือข่ายในหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวแบบประชุมหรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทำรายได้ได้มากยิ่งขึ้น”

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ได้ให้ความเห็นว่า “ นโยบายรัฐบาลที่ส่วนอย่างมากที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยเฉพาะการออกนโยบายการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้เที่ยวในประเทศมากกว่าการเที่ยวต่างประเทศ ถ้ามองผลรวมในระดับเศรษฐกิจถือว่าดีเพราะรายได้และเม็ดเงินจะหมุนเวียนในประเทศ แต่ถ้ามองในด้านบริษัทรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โปรแกรมลูกค้าของบริษัท หน่วยงาน หรือองค์กรที่จะไปดูงานต่างประเทศนั้นจะไม่มี ทำให้รายได้ส่วนนี้หายไป นอกจากนี้งบประมาณในการจัดสรรด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลก็มีส่วนสำคัญ มองภาพรวมแล้วนโยบายของรัฐบาลก็มีส่วนสำคัญและมีผลต่อการผลักดันการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ”

5.5.4 การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การส่งเสริมสนับสนุนการสร้างเครือข่ายเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ไปสู่ความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้เกิดองค์กรต่างๆในการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลร่วมกันมีการประสานงาน ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการช่วยเหลือและแก้ปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ได้ให้ความเห็นว่า “หน่วยงานและองค์กรด้านการท่องเที่ยวควรให้ความร่วมมือในการเป็นศูนย์กลางในการกระจายข้อมูลและข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลซึ่งกันและกันมีการร่วมมือกับหน่วยงานการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด

ผู้ประกอบการทั้งทางด้านโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก มีการจัดการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้มากขึ้น”

ทางด้านผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ได้ให้ความเห็นว่า “การทำงานร่วมกันแบบนี้มันเป็นสิ่งที่ดีและเอื้อประโยชน์มาก ปกติเมืองพัทยามีการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายอยู่แล้ว โดยเมืองพัทยาได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการในการสนับสนุนผู้ประกอบการโรงแรมทั้ง 7 แห่งในเขตพัทยาเหนือในการร่วมกันทำการตลาดการประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดีและต่อไปอาจมีการร่วมมือกันของธุรกิจและบริการอื่นๆ อย่างร้านอาหาร สถานที่เที่ยวต่างๆ”

5.5.5 การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การตลาดทางด้านการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารหรือการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความเห็นจากปัจจัยต่างๆในการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลการตลาดจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะการเจาะกลุ่มตลาดใหม่ๆของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น คาร์ซัคสถาน บราซิล และอินเดียซึ่งมีกำลังในการใช้จ่ายสูง การจัดทำการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้มีหลายแขนงขึ้น เช่น กีฬา เรือสำราญ หรือการแต่งงานที่ได้รับความนิยมจากชาวอินเดียในปัจจุบัน การจัดธีมงานแต่งงานประเพณีของอินเดียให้เห็นเป็นภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนอกจากจะดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวอินเดียแล้วยังเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยวอื่นๆ การสร้างการรับรู้ทางการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลร่วมกันเช่น การจัดโรดโชว์ต่างประเทศ การจัดทำโปรโมชั่นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น ดังที่ผู้ให้ความเห็นคนที่ 1 ได้ให้ความเห็นว่า “ในด้านการตลาดพยายามสร้างการรับรู้ให้รู้ว่าประเทศไทยสามารถให้ประสบการณ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พิเศษได้ การทำการตลาดทางตรงโดยการเข้าไปเจรจากับบริษัทใหญ่ๆที่รับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) การพาบริษัท DMC ต่างประเทศเข้ามาดูงานการท่องเที่ยวเป็นรางวัลเพื่อให้เห็นภาพลักษณ์ของประเทศไทย การทำการตลาดผ่านบริษัทนำเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ในขณะเดียวกันเราต้องเตรียมบ้านของตัวเองให้พร้อม ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่พัก สถานที่ใช้ประชุมสัมมนา รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยว”

5.5.6 การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างไปจากเดิม

ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความเห็นในด้านกิจกรรมการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์แปลกใหม่ให้ผู้เดินทางท่องเที่ยว

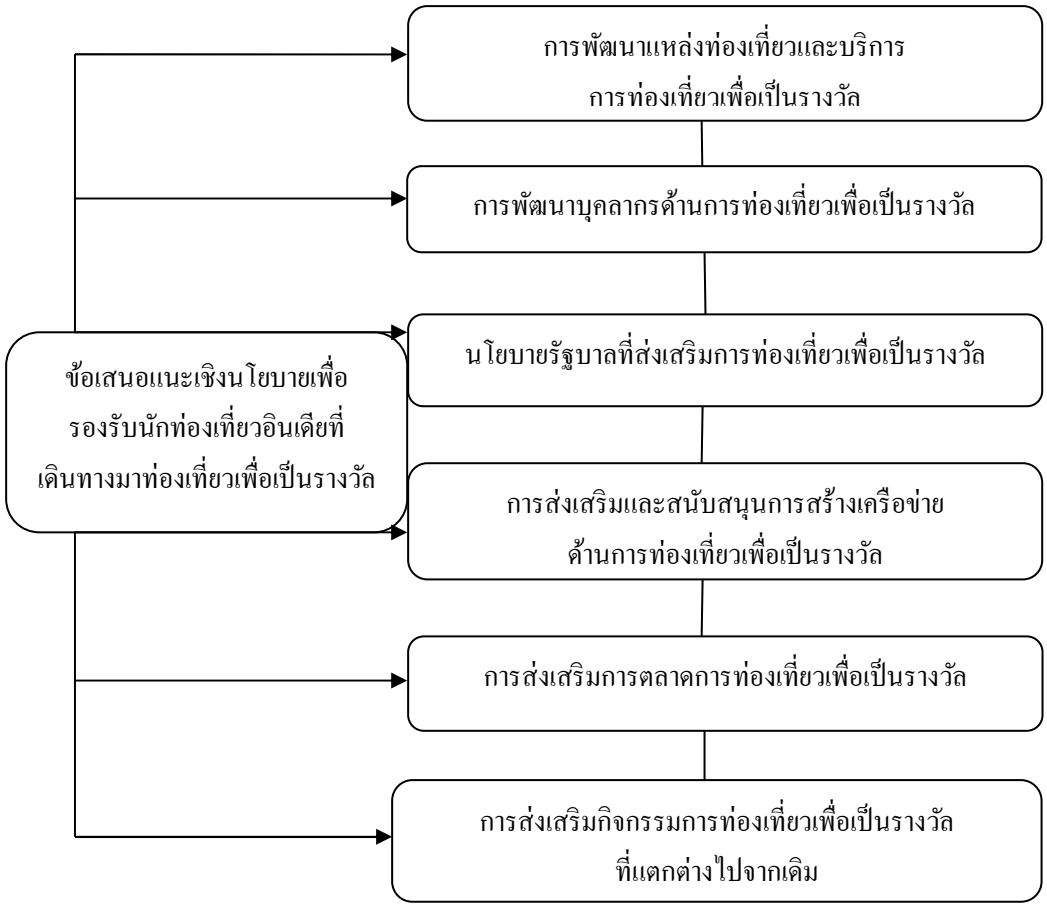
ประทับใจยิ่งผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมาก่อนจะต้องเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆนอกจากจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นแล้วยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำ จึงจำเป็นจะต้องมีการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ได้ให้ความเห็นว่า “การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเราขายเอกลักษณ์ สิ่งที่ทางสมาคมและหน่วยงานต่างๆพยายามส่งเสริมคือ การใช้ความพิเศษในการเข้าไปทำกิจกรรมและการเดินทางท่องเที่ยว เช่นการเข้าไปทำกิจกรรมในวัง การเข้าไปทำกิจกรรมในสวนสาธารณะต่างๆ แต่มันจะมีเรื่องกฎระเบียบที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมันเป็นเรื่องไม่ปกติที่อยู่ๆเราจะเข้าไปทำกิจกรรมในที่เจ้าของสถานที่สงวนไว้ ทางราชการก็ไม่ได้มีหน้าที่ที่จะเอาสถานที่เหล่านี้มาให้เช่าเพื่อทำกิจกรรม ดังนั้นจะต้องมีการประชุมพูดคุยกัน ทำอย่างไรให้สามารถเข้าใช้สถานที่ได้ ถ้าหากมีการปรับทัศนคติได้ว่า ถ้าเพิ่มบริการในด้านนี้ได้จะทำให้ประเทศไทยได้รับการพิจารณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้ชาวต่างชาติมากขึ้น”

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความเห็นที่ตรงกันในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริการของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างไปจากเดิม ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้การท่องเที่ยวเป็นรางวัลมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้มีแนวโน้มอยู่ได้ในระยะยาว เนื่องจากทุกบริษัทจะมีการจัดสัมมนาให้พนักงานในองค์กร มีการให้รางวัลแก่ลูกค้าเพื่อส่งเสริมการตลาดทำให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลยังให้ข้อเสนอแนะอื่นๆ เช่น การจัดทำโปรโมชั่นเฉพาะกลุ่ม ความพร้อมในด้านการจัดประชุมและสัมมนา เป็นต้น

ในด้านของการนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไปปฏิบัติ พัฒนาและปรับปรุงเป็นส่วนที่สำคัญที่จะทำให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายประสบความสำเร็จ ได้รับการรับรู้ เกิดความเข้าใจและเกิดทัศนคติที่ดีต่อผู้นำไปปฏิบัติและผู้ปฏิบัติตาม ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายข้างต้นจะเกิดประสิทธิผลที่ดีนั้นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมถึงชุมชนในพื้นที่ เกิดความร่วมมือกันในการปฏิบัติ โดยหน่วยงานภาครัฐจะเป็นหน่วยงานหลักในการประสานงาน การสร้างความรู้และความเข้าใจ พร้อมกับการชี้แจงรายละเอียดให้กับหน่วยงานอื่นๆ ส่วนหน่วยงานภาคเอกชนได้แก่ บริษัทรับจัดท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการต่างๆ หน่วยงานในท้องถิ่น ได้แก่

เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนเมื่อเกิดการรับรู้และเกิดความเข้าใจก็จะมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามนโยบาย ดำเนินการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ของตน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของพื้นที่ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมทั้งการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปปฏิบัติ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในพื้นที่ การคงไว้ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ หากทุกภาคส่วนเกิดความร่วมมือในการปฏิบัติข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเกิดความยั่งยืนรวมถึงจะทำให้เกิดการช่วยลดปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอีกด้วย

จากการสรุปผลสามารถนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสรุปได้ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา 2) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากสมาคมโรงแรมไทย หน่วยงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการและบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยประยุกต์จากทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว พร้อมเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เขตเมืองพัทยา ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการใช้การแจกแจงความถี่ การคำนวณหาค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามลักษณะของตัวแปร ในการแสดงผลใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ Independent Sample t-test การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA (F-test) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทาง

สังคมศาสตร์ ในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์แล้วนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยและคำถามวิจัยดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษาเขตเมืองพัทยา ทั้งหมด 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ซึ่งมีรายได้อยู่ระหว่าง 40,001-50,001 บาท จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 ประเภทองค์กรที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นหน่วยงานราชการ/บริษัท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อมาประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นแบบองค์กรหรือกลุ่มใหญ่ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเฉลี่ย 7 วัน จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60

5.1.2 ความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา

จากการศึกษาระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษาเขตเมืองพัทยา มีระดับศักยภาพโดยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.32) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านทรัพยากรหลักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.42) รองลงมาคือด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.33) ด้านนโยบายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.31) ด้านปัจจัยอื่นๆอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.31) และต่ำสุดคือด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.25) เมื่อพิจารณารายข้อย่อยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านทรัพยากรหลักมีระดับศักยภาพในระดับมาก ได้แก่ ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.42) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวยังคงมีสภาพสมบูรณ์ ไม่ชำรุดทรุดโทรมและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รองลงมาคือ โครงสร้างพื้นฐานพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.43) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ การเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก และด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ การบริการสัญญาณโทรศัพท์รวมถึงอินเตอร์เนตและกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยว พบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.37) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีรูปแบบที่หลากหลายและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ กิจกรรมหารท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ

ด้านปัจจัยสนับสนุนมีศักยภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.35) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ พนักงานบริการแต่งตัวสะอาดเรียบร้อยและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ พนักงานบริการมีความเต็มใจที่จะบริการ รองลงมาคือ การเข้าถึงมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.33) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ การเดินทางเข้าสู่ที่พักและแหล่งท่องเที่ยวและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ ระบบการตรวจคนเข้าเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.32) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือป้ายบอกเส้นทางและป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยวและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ ห้องน้ำและความสะอาด

ด้านนโยบายมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางแผน ติดตาม ประเมินผล นำนโยบายสู่การปฏิบัติพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.37) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ การกำหนดนโยบายและการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ การแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รองลงมาคือการส่งเสริมภาพลักษณ์พบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.32) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ การส่งเสริมเมืองให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของเมือง และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.25) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ด้านปัจจัยอื่นๆมีศักยภาพอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ความคุ้มค่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.34) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ ความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพของการบริการและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ ความคุ้มค่าด้านความสะดวกสบายกับสิ่งอำนวยความสะดวก

รองลงมาคือ มาตรการความปลอดภัยพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.33) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ มาตรการความปลอดภัยมีประสิทธิภาพและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ การติดตั้งป้ายและสัญญาณเตือนอันตราย และการสนับสนุนจากผู้นำในท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.27) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมเครือข่ายและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนในการขับเคลื่อนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.35) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ เครือข่ายหรือผู้รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีบริการอย่างเพียงพอและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีการให้บริการข้อมูลและคำแนะนำด้านการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.21) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีจำนวนที่เพียงพอและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.20) ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือ หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดคือ หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการจัดโครงการและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่

จากการศึกษาขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษาเขตเมืองพัทยา มีระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.43) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย มีรายละเอียดดังนี้

ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อมมีระดับขีดความสามารถในการรองรับมาก ($\bar{x}$ = 3.52) ด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับมากที่สุดคือ สภาพแวดล้อมโดยรวมของเมืองเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวมีความห่างไกลจากย่านอุตสาหกรรม

ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพมีระดับขีดความสามารถในการรองรับมาก ($\bar{x}$ = 3.47) ด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนที่เพียงพอและด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดเขตพื้นที่ในการทำกิจกรรมและป้ายประกาศเตือนในพื้นที่เปราะบางของแหล่งท่องเที่ยว

ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยามีระดับขีดความสามารถในการรองรับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.39) ด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับมากที่สุดคือ ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวและด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจในการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว

ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคมมีระดับขีดความสามารถในการรองรับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.36) ด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและด้านที่มีขีดความสามารถในการรองรับน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยว

5.1.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05

2) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05

3) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05

4) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายได้ด้านพบว่า ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพและขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านกายภาพ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.48) อาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.55) และเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.65) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพราชการ ($\bar{x}$ =3.26)

(2) ด้านสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.50) และข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.37) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.70) และอาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.37) และนักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพพนักงาน ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.42)

5) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05

6) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคมและขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านสังคม นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทด้านการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.76) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.23) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.26) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.18) และประเภทอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.26)

(2) ด้านจิตวิทยา นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.62) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.40) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.34) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.26) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.31) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.18) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.67) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.26) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.18)

7) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคมและขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านสังคม นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.48) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.43) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15)

(2) ด้านจิตวิทยา นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.58) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16) การเข้าร่วมงานเลี้ยง ($\bar{x}$ =3.36) และการประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.42) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16)

8) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05

9) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05

2) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05

3) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ

0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการและด้านนโยบายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษา ($\bar{x}$ =3.44) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรี ($\bar{x}$ =3.21) และระดับปริญญาโทขึ้นไป ($\bar{x}$ =3.17)

(2) ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียระดับมัธยมศึกษา ($\bar{x}$ =3.46) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียระดับปริญญาตรี ($\bar{x}$ =3.29) และระดับปริญญาโทขึ้นไป ($\bar{x}$ =3.23)

4) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ และด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.44) ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.41) พนักงาน ($\bar{x}$ =3.53) และเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.70) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.16)

(2) ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.38) ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.33) พนักงาน ($\bar{x}$ =3.38) และเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.57) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.06) นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพเกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.57) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.33)

(3) ด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{x}$ =3.41) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.18) ข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.21) และพนักงาน ($\bar{x}$ =3.22)

(4) ด้านปัจจัยอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เกษียณอายุ ($\bar{x}$ =3.60) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{x}$ =3.25) และข้าราชการ ($\bar{x}$ =3.20)

5) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 และ

เมื่อพิจารณาพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการและด้านนโยบายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 20,001 – 40,001 บาท ($\bar{x}$ =3.83) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}$ =3.45) และรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป ($\bar{x}$ =3.37)

(2) ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ 20,001 – 40,001 บาท ($\bar{x}$ =3.53) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป ($\bar{x}$ =3.30)

(3) ด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}$ =3.41) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ 40,001 บาท ($\bar{x}$ =3.21) ขึ้นไป

(4) ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ($\bar{x}$ =3.46) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่ารายได้ 40,001 บาท ($\bar{x}$ =3.28) ขึ้นไป

6) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประเภทองค์กรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบายและด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.70) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.32) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.22) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.29) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.27) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.63) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.32) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.22) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.29) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.27) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.49) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.32) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.22) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.29) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.27)

(2) ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.59) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.14) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.16)

นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.14) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.16) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทอสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.14) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.16)

(3) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.59) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.11) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.06) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.03) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.29) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทเวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.06) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.03) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.37) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.11) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.12) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.06) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.03)

(4) ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.74) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.17) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.13) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.12) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.14) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.17) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.13) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.12) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.14) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.43) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.17) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.13) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.12) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.14)

(5) ด้านปัจจัยอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทการแพทย์ ($\bar{x}$ =3.66) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.39) ประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.10) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.15) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.12) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทหน่วยงานราชการ/บริษัท ($\bar{x}$ =3.39) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.10) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.15) และ

อื่นๆ ($\bar{x}$ =3.12) นักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทยานยนต์ ($\bar{x}$ =3.42) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียองค์กรประเภทประกันภัย ($\bar{x}$ =3.26) อสังหาริมทรัพย์ ($\bar{x}$ =3.10) เวชสำอาง ($\bar{x}$ =3.15) และอื่นๆ ($\bar{x}$ =3.12)

7) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

(1) ด้านทรัพยากรหลัก นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.56) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.25) การประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.52) และการเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.29) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุมสัมมนา ($\bar{x}$ =3.52) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเพื่อเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.29)

(2) ด้านปัจจัยสนับสนุน นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.44) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.17) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.16) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.44) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.17) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.21) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.16)

(3) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.46) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางการพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.13) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.19) การแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15) และการเข้าร่วมงานเลี้ยง ($\bar{x}$ =3.29) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.39) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.13) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.15)

(4) ด้านนโยบาย นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.39) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าการพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.08) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.11) การแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.08) และการเข้าร่วมงานเลี้ยง ($\bar{x}$ =3.18) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.34) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าการพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.08) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.11) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.08)

(5) ด้านปัจจัยอื่นๆ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางจากการได้รับรางวัล ($\bar{x}$ =3.45) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16) การเพิ่มยอดขาย ($\bar{x}$ =3.20) และการแนะนำสินค้า ($\bar{x}$ =3.16) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางประชุม/สัมมนา ($\bar{x}$ =3.43) มีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางพักผ่อน ($\bar{x}$ =3.16)

8) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05

9) นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05

5.1.4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลทางบวกต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆที่มีศักยภาพมากจะมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพน้อยกว่า ดังนั้น ถ้าหากศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือมีศักยภาพที่ดีจะส่งผลให้มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับที่ดีอีกด้วย โดยที่ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านปัจจัยอื่นๆ มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับสูงสุดร้อยละ 27.5 รองลงมาคือด้านนโยบายมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ 17.8 ด้านทรัพยากรหลักมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ 17.5 ด้านปัจจัยสนับสนุนมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการการบริหารจัดการรองรับ 16.3 และด้านการบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการการบริหารจัดการรองรับ 11.6

5.2 อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาวิจัยมาพิจารณาประกอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

5.2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา

การศึกษาวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้กรอบแนวคิดขีดความสามารถทางการแข่งขันและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว Ritchie and Crouch (2010: 1051) เป็นเครื่องมือในการวัดระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมทั้ง 5 ด้านหลัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ซึ่งระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวยังสามารถพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ในระดับที่มากกว่านี้ โดยด้านที่มีระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากมีเพียงด้านเดียวคือ ด้านทรัพยากรหลัก ส่วนในด้านอื่นๆมีระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริการจัดการ ด้านนโยบาย และด้านปัจจัยอื่นๆ

การที่ด้านทรัพยากรหลักมีระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในอันดับต้นๆที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญนั้นคือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยว หากสิ่งเหล่านี้มีศักยภาพมากก็จะส่งผลดีในด้านการรองรับนักท่องเที่ยว ดังที่ Dwyer and Kim (2003: 380-399) ได้กล่าวไว้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการระบุคุณค่าหรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเทวีวรรณ ปทุมพร (2549) ที่ได้ทำการศึกษา ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์โดยรวมได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร และ

ภาพลักษณ์ของจังหวัด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ สองเมือง (2552) ที่ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาเทศบาลตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า แนวทางที่เหมาะสมในการเข้าสู่กระบวนการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การระดมทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการร่วมปลูกจิตสำนึก แนวทางทั้งหมดนี้ส่งผลให้เกิดการพัฒนาในพื้นที่ให้กลายเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในด้านที่มีศักยภาพในระดับปานกลางคือ ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบายและด้านปัจจัยอื่นๆล้วนเป็นด้านสำคัญที่ต้องพัฒนาและส่งเสริมเพื่อเพิ่มศักยภาพเช่นเดียวกับด้านทรัพยากรหลักเนื่องจากเป็นด้านที่ช่วยให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังที่ Ritchie and Crouch (2010: 1051) ได้กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถจัดตั้งขึ้นได้แค่มีทรัพยากรหลัก แต่ถ้าขาดปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนจะทำให้การพัฒนาหรือศักยภาพทางการท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ ปัจจัยสนับสนุนจะช่วยให้ทรัพยากรหลักทางการท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและก่อให้เกิดความสมดุลของการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพร จันลา (2556) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ จากการศึกษาพบว่า แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์สูงสุด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน ด้านการเข้าถึง ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด ซึ่งทั้งหมดเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิวัฒน์ วัชราภิรักษ์ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณี คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านพื้นที่ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้านการบริหารจัดการควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ การจัดระเบียบในแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมและกระบวนการควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ และด้านการมีส่วนร่วมควรมีเจ้าหน้าที่และระบบรักษาความปลอดภัยต่างๆ ซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้จะเป็นข้อที่สนับสนุนให้การท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ยังสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมือง Mice City พัฒนาศักยภาพการจัดประชุมและการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว

ทั้งระบบ จากยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวจะเป็นนโยบายที่ช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีศักยภาพมากยิ่งขึ้นและเป็นการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนโยบายและด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับการท่องเที่ยวในภาพรวมทั้ง 4 ด้านหลักมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ซึ่งมีระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวได้ซึ่งตรงกับที่ ดรรชนี เอมพันธุ์ (2555) กล่าวไว้ว่า ขีดความสามารถการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยขีดความสามารถในการรองรับด้านกายภาพและขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ส่วนขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคมและขีดความสามารถในด้านจิตวิทยาอยู่ในระดับปานกลาง

ขีดความสามารถในการรองรับกายภาพและขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถควบคุมและลดผลกระทบที่เกิดในแหล่งท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรีรัต หาญไชย (2552) ที่ได้ทำการศึกษา การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดศรีษะเกษเพื่อการกำหนดแนวนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด ผลจากการศึกษาพบว่า ระดับขีดความสามารถในการรองรับได้ในระดับสูงคือ ขีดความสามารถในการรองรับด้านกายภาพและขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พื้นที่ประกอบกิจกรรมนันทนาการของแหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับได้มากรวมถึงทรัพยากรทางสิ่งแวดล้อม อันจะส่งผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูกลิ่น อุนวิจิตรและคณะ (2556) ได้ทำการศึกษา การวิจัยขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านถ้ำปลาจังหวัดเชียงรายระยะที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ขีดความสามารถในการรองรับได้ดีคือ ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ ขีดความสามารถด้านนิเวศ และขีดความสามารถด้านสังคม ส่วนขีดความสามารถที่เกินการรองรับได้คือ ขีดความสามารถทางด้านเศรษฐกิจเนื่องจากเมื่อคำนวณรายรับและรายจ่ายย้อนหลังพบว่าค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายรับและสถานภาพทางเศรษฐกิจไม่ดี

ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคมและขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยาที่มีการรองรับในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในขณะเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวก็ต้องมีการติดตามและควบคุมการรองรับอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2557) ที่ได้ทำการศึกษา ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเกาะพิทักษ์จังหวัดชุมพร

ระยะที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า ขีดความสามารถในด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ขีดความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยาชุมชน ขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการบริหารจัดการเพื่อมุ่งให้นักท่องเที่ยวและชุมชนเกิดความตระหนัก ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและควบคุมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของโครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า ขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคมโดยวัดจากทัศนคติของนักท่องเที่ยวและทัศนคติของชุมชนมีขีดความสามารถในการรองรับในระดับปานกลางจนถึงในระดับที่น้อย อันเกิดจากความแออัดของนักท่องเที่ยวในการเข้าไปท่องเที่ยว ทางอุทยานแห่งชาติจึงมีการสำรวจขีดความสามารถทางด้านสังคมอย่างเสมอเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านสังคม

5.2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดียในด้านอาชีพ ประเภทขององค์กรและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถการรองรับการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันโดยที่มีประเภทขององค์กรและวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่งผลให้มีความสามารถในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับแตกต่างกันด้วย เช่น การรองรับพื้นที่ในการทำกิจกรรม การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เหมาะสมกับองค์กร จึงส่งผลให้มีขีดความสามารถในการรองรับแตกต่างกันและเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ บุญศรี (2554) ที่ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับในอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิแตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ระยะเวลาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถการรองรับการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องจากปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ไม่มีผลต่อขีดความสามารถในการรองรับเท่ากับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นปัจจัยทางประชากรศาสตร์จึงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันกับขีดความสามารถในด้านการรองรับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ บุญศรี (2554) ที่ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ช่วงเวลาท่องเที่ยวที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับในอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิแตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทองค์กรและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากเพศมีผลต่อการรับรู้ทางอารมณ์ การรับรู้ต่อความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยาสามารถเข้าชมได้ทุกช่วงอายุ ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจึงส่งผลให้มีความรู้ประสบการณ์เรียนรู้และการประเมินแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน ด้วยอาชีพที่แตกต่างกันทำงานในองค์กรที่ต่างกันทำให้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของแต่ละองค์กร ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์จะเปลี่ยนไปตามขั้นตอนต่างๆ ของช่วงชีวิตทำให้การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันไปจึงส่งผลให้มีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยและสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรษมน จันทดิษฐ์ (2552) ที่ทำการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษา กรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและระยะเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไม่ว่าจะเดินทางมาเป็นบุคคลหรือหมู่คณะและระยะเวลาในการท่องเที่ยวไม่มีผลต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Schiffman and Kanuk (2007) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาอย่างหนึ่งคือพฤติกรรมของผู้บริโภคจะสามารถตอบสนองความต้องการของตัวเองได้ โดยพฤติกกรมของนักท่องเที่ยวในเรื่องระยะเวลาการเดินทางจะมีผลต่อการตัดสินใจมาพักอาศัย ทำกิจกรรมและใช้สถานที่ท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว แต่เป็นไปตามสมมติฐานและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา จังหวัดเลย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันเนื่องจากการท่องเที่ยวเที่ยวในรูปแบบรายบุคล ครอบครัว เพื่อน หรือมาเป็นหมู่คณะจะไม่มีผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวในรูปแบบใดก็ได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (ด้านทรัพยากรหลัก ด้านปัจจัยสนับสนุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านนโยบาย ด้านปัจจัยอื่นๆ) มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวระบุและชี้วัดให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนที่จะให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อขีดความสามารถในการรองรับเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวว่าสามารถรองรับได้มากน้อยหรือเกินการรองรับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษฎา โชติช่วง (2557) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การคมนาคม การบริการการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดบริโภคเกินความจำเป็น การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสถานที่ท่องเที่ยวสามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้ ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ใส่ใจและร่วมกันให้ความร่วมมือในการรักษา

สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีและมีความพร้อมจะส่งผลให้มีขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่ดีอีกด้วย

5.2.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตเมืองพัทยา

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน ประชาชนในพื้นที่ รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืน การกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจะทำให้เห็นถึงแนวทางและทิศทางในการปฏิบัติเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แสดงผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาสรุปเป็นข้อในด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ดังนี้

1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความประทับใจและความสะดวกสบาย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริการเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ด้านการบริการการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.35) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}$ =3.32) อยู่ในระดับปานกลาง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจึงควรพัฒนาการบริการที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียได้ เช่น การปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจ มีความสะอาดอยู่เสมอ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวทางด้านโรงแรมที่ให้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวอินเดีย ร้านอาหารอินเดีย เที่ยวบินตรงจากอินเดียมายังประเทศไทย ระบบขนส่งในเมืองท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวกรวมถึงการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวอินเดีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ได้ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับ โรงแรมส่วนหน้าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมบูติกกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือและความไว้วางในการบริการและด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอับดับต้นๆ แสดงให้เห็นถึงการบริการที่ดีจะทำให้เกิดความพึงพอใจแกนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการ

2) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

บุคลากรเป็นสิ่งที่จำเป็นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล บุคลากรในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะต้องเป็นคนที่มีความรู้รอบด้าน มีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อสามารถประสานงานและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ทักษะการ

สื่อสารยังเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านความพร้อมของบุคลากรทางการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.21) อยู่ในระดับปานกลาง การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอินเดียควรมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอินเดียได้ มีการจัดบริษัทรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับชาวอินเดีย มีโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวอินเดีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชราภรณ์ สุรภี (2555) ได้ทำการศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นจะต้องเป็นบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน บุคลากรต้องมีความรู้ เช่นความรู้ภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ ความรู้ด้านลูกค้า นอกจากนี้การพัฒนาบุคลากรเช่น การฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ เทคนิคการเจรจา การฝึกบุคลิกภาพ การให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรส่งผลให้การบริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลดีขึ้นด้วย

3) นโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

จากแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว แผนนโยบายการท่องเที่ยวต่างๆ จะเห็นได้ว่ารัฐบาลมีนโยบายที่ชัดเจนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว การที่รัฐบาลผลักดันนโยบายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในด้านต่างๆ เช่น การขับเคลื่อนในด้านธุรกิจการส่งออก การลดหย่อนภาษีในด้านการท่องเที่ยว การประกาศหรือการออกกฎหมายต่างๆ ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว การอนุญาตให้ใช้สถานที่พิเศษในการทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า การกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ =3.44) อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรนุช โกศล (2557) ได้ทำการศึกษา การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผลการศึกษาด้านนโยบายรัฐบาลกับการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า นโยบายของรัฐบาลในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมและดึงดูดการลงทุนของธุรกิจในต่างประเทศ การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบต่างๆ เพื่อให้เอื้อต่อการลงทุน นโยบายเหล่านี้ก่อให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจและส่งผลต่อการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไมซ์ นโยบายทางการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยผลักดันให้การท่องเที่ยวดำเนินไปตามทิศทางที่วางไว้

4) การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การมีเครือข่ายที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลคือการที่องค์กรมีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน เพื่อทำกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย เป็นการสร้างความสัมพันธ์เพื่อการประสานงาน การกระจายข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้าน

หน่วยงานบริการการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.35) อยู่ในระดับปานกลาง การมีหน่วยงานที่ช่วยเหลือและแก้ปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกับประเทศอินเดียจะเกิดผลดีต่อการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับนักท่องเที่ยวอินเดีย การให้ความสะดวกกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศอินเดีย การติดต่อประสานงานรับ-ส่งนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากอินเดีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รศ.ดร.ราณี อิสิชัยกุล และคณะ (2550) ได้ทำการศึกษา การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย: แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว) ผลการศึกษาพบว่า หากภาครัฐต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากจีนสู่ประเทศไทยควรพิจารณากำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้ทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย เช่นการสร้างเครือข่ายระหว่าง สสปน.กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคม TICA และบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายกับซัพพลายเออร์ไทยที่มีคุณภาพทั้งศูนย์ประชุม บริษัท DMC จะเป็นแนวทางที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถดำเนินงานได้ง่ายและมีคุณภาพมากขึ้น

5) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การตลาดทางด้านการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารหรือการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวรวมถึงการสื่อสารด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ต่างๆ สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลควรส่งเสริมการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดีย โดยเฉพาะกลุ่มนักธุรกิจอินเดีย การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวอินเดีย การจัดทำโปรโมชั่นด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวอินเดีย เช่น การจัดงานแต่งงานที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวอินเดีย เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาพบว่า ด้านหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.26) อยู่ในระดับปานกลาง เป็นอีกประเด็นที่ควรพัฒนาทำแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์ชนก ดาบสมเด็จ (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อเกิดแรงขับเคลื่อนที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยกระบวนการ MICE คือ Marketing ต้องทำการวิจัย เตรียมแผนงาน แผนส่งเสริมโปรโมชั่น Information ต้องรวบรวมพัฒนาข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนากลุ่มเป้าหมาย Communication การมีเครือข่ายด้านการสื่อสารที่เปิดถึงกันตลอดเวลา และ Enablement การส่งเสริมการตลาดทางด้านตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศ

6) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่แตกต่างไปจากเดิม

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการเน้นประสบการณ์และความแปลกใหม่เพื่อสร้างความประทับใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยว การเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ หรือกิจกรรมที่แตกต่างไปจากเดิมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การใช้สถานที่พิเศษในการทำกิจกรรม กิจกรรมการล่องเรือสำราญ การทำกิจกรรมแปลกใหม่ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมที่พิเศษเหล่านี้จะมีในการท่องเที่ยวในกลุ่มไมซ์โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรหลักด้านกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.37) อยู่ในระดับปานกลาง การส่งเสริมและปรับกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จะทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยมจากชาวอินเดียมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาภาพรรณ จันทนาม (2556) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดแสดงนิทรรศการ โอท๊อป ซิตี้ จังหวัดขอนแก่น ภายใต้แนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์เชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงแผนการจัดงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในด้านกิจกรรมและรูปแบบกิจกรรม เช่น การสร้างความแตกต่างของกิจกรรมและการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ ด้านสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยหลักในการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะ

การประเมินศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว หน่วยงานบริการการท่องเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดนักท่องเที่ยวอินเดีย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

5.3.1.1 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถานศึกษา ควรมีการจัดตั้งองค์กรหรือชมรมในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเขตพื้นที่เมืองพัทยาและร่วมมือกับบริษัทรับจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อการประสานงาน การให้ความช่วยเหลือและต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านหน่วยงานบริการการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.35) และด้านหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.20) อยู่ในระดับปานกลาง

การร่วมมือและประสานงานระหว่างหน่วยงานจะทำให้การดำเนินการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสะดวกมากขึ้น

5.3.1.2 นอกจากการจัดตั้งกลุ่มประกอบการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาเหนือเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแล้ว ควรมีการจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ เช่นร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับรักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีศักยภาพมากในด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ($\bar{x}$ = 3.32) ยังอยู่ในระดับปานกลาง

5.3.1.3 ควรปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะเพื่อการท่องเที่ยวเป็นรางวัลและปรับภูมิทัศน์ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.34) การปรับปรุงสิ่งต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าสูงสุดย่อมทำให้สถานที่ท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล อาทิ การประชุมสัมมนา การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ เนื่องจากเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกันได้

5.3.2.2 ควรขยายขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่ในเมืองท่องเที่ยวอื่นๆรวมถึงเมืองที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการมีนโยบายและส่งเสริมให้เป็นเมืองไมซ์ของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น เพื่อทราบถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละเมือง แต่อาจจะมีข้อจำกัดในบางเมืองที่มีขนาดเมืองเล็กและไม่เพียงพอต่อการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

5.3.2.3 ควรศึกษาวิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา เอเชีย เพื่อประโยชน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มนักท่องเที่ยวและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

5.3.2.4 ควรศึกษาเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นและรายละเอียดต่างๆจากกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รวมถึงบริษัทรับจัดท่องเที่ยว ส่งผลให้ได้ข้อมูลที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและทำให้งานวิจัยมีคุณภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2557. **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว พฤษภาคม 2557.** กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช. 2549. **รายงานฉบับสุดท้าย โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี 2006**. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช.

กรรณิการ์ สองเมือง. 2552. **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาเทศบาลตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย 2558-2560**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กฤษฎา โชติช่วง. 2557. **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

กองบรรณาธิการ Biztempnews. 2556 (23 กรกฎาคม). ธุรกิจไมซ์ของไทยก้าวไปอย่างได้เปรียบ. **Biztempnew**. ค้นวันที่ 15 เมษายน 2558 จาก http://www.biztempnews.com/index.php/ economics/item/3732

กานต์ชนก ตาบสมเด็จ. (ม.ป.ป). **กลยุทธ์ทางการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย**. ค้นวันที่ 17 พฤษภาคม 2557 จาก http://www.arts.ksu.ac.th/manage/sub_file/Aim8K0sCdtG20120605173939.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้. 2555. **สถานการณ์นักท่องเที่ยวอินเดียปี 2554 -2555**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. 2554. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

จตุรงค์ คงแก้ว และคณะ. 2556. ขีดความสามารถในการรองรับและมาตรการการจัดท่องเที่ยวแนวปะการังน้ำตื้นเกาะไข่นอก จังหวัดพังงา. **วารสารสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ**, 11 (1): 70-87.

จิราพร จันลา. 2556. **แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา จังหวัดเลย. **วารสารการเงิน การตลาดและการบริหารธุรกิจ**. 3(4): 223-242.

ชูกลิ่น อุนวิจิต และคณะ. 2556. การวิจัยขีดความสามารถการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านถ้ำปลา จังหวัดเชียงราย ระยะที่ 1. **วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่**. 6(2): 62-72.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2546. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ย.** เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.

ดรรชนี เอมพันธุ์. 2555. แนวคิดและหลักการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวและนันทนาการ. ใน**เอกสารการสอนหลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2549. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เทวีวรรณ ปทุมพร. 2549. **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) จังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ธนกฤต สังข์เฉย. 2550. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ**. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

ธนวัฒน์ แสนคำวงษ์. 2553. **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนารอบบึงแก่นนคร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.** รายงานการศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ธีรยุทธ กำศิริพิมาน. 2553. **การจัดการความรู้สิ่งแวดล้อม**. ค้นวันที่ 15 กันยายน 2557 จาก http://km.reo15.net/index.php?option=com_content&view=article&catid=11:envi&id=40:2010-05-26-09-46-33

ธีรวุฒิ เอกะกุล. 2543. **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ธีระพงษ์ วนิชชานนท์. 2555. **เทรนด์มาแรง: บริษัทอินเดียซื้อใจพนักงาน ตบรางวัลทริปต่างประเทศ โอกาสธุรกิจไมซ์ไทย**. ค้นวันที่ 17 มีนาคม 2557 จาก http://www.thaiindia98-insight-india/397-2011-10-28-11-15-28.html

นิติ นวรัตน์. 2557 (28 กุมภาพันธ์). นักท่องเที่ยวอินเดียช่วยเศรษฐกิจไทย. **ThairatOnline**. ค้นวันที่ 3 เมษายน 2559 จาก http://www.thairath.co.th/content/406447 .net/

นิศา ชัยกุล. 2550. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548ก. **การพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรช แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548ข. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรช แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2549. **การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรช แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554. **ธุรกิจไมซ์**. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวงพริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2556. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ. 2557. ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเกาะพิทักษ์จังหวัดชุมพร ระยะที่ 2. **วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่**. 6(4): 81-93.

ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิมิต และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา. 2546. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ประกายรัตน์ สุวรรณ และอมรวิทย์ วิเศษสงวน. 2555. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ปาริฉัตร เศวจเศรณี. 2557. **แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.

เปรมจิต พรหมสาระเมธี. 2553. **การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พัชรีรัต หารไชย. (2552). **การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษเพื่อการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ราณี อิสิชัยกุล และคณะ. 2550. **การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย: แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจินและกวางโจว)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ราณี อิสิชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์. 2550. องค์ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. **จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. 3(3): 1-18.

วรรษมน จันทดิษฐ์. 2552. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษา กรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ.

วราภรณ์ ศรพรหม. 2554. **เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการธุรกิจและการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วัชราภรณ์ สุรภี. 2555. **ความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วารัชต์ มัธยมบุรุษ. ม.ป.ป. **รูปแบบการท่องเที่ยว**. ค้นวันที่ 21 กันยายน 2557 จาก http://tourism atbuu.wordpress.com

วาโร เพ็งสวัสดิ์. 2551. **วิธีวิทยาการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ศรัญญา วรกุลวิทย์. 2546. **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สามลดา.

ศาลาว่าการเมืองพัทยา. 2555ก. **ประวัติเมืองพัทยา**. ค้นวันที่ 19 กันยายน 2557 จาก http://www. pattaya.go.th/history

ศาลาว่าการเมืองพัทยา. 2555ข. **เกี่ยวกับพัทยา.** ค้นวันที่ 19 กันยายน 2557 จาก http://www. pattaya.go.th/city-information

ศาลาว่าการเมืองพัทยา. 2555ค. **แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ**. ค้นวันที่ 19 กันยายน 2557 จาก http:// www.pattaya.go.th/category/experiences/tourist-attraction/

ศุภกรณ์ อรรคนันท์. 2556 (กุมภาพันธ์). เปิดพิมพ์เขียว พัทยา-เกาะล้าน รับเออีซี. **คมชัดลึกออนไลน์**. ค้นวันที่ 7 พฤศจิกายน 2557 จาก http://www.komchadluek.net/detail /20130216/151928

ศุภลักษณ์ สุริยะ. 2556. **แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับโรงแรมส่วนหน้าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศูนย์เพื่อการวางแผนท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย. 2549. **แนวทางการวางแผนการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: แสงสว่างเวิลด์เพลส.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2555 (มิถุนายน). **ไทยครองตำแหน่ง The Best Destination ของนักท่องเที่ยวอินเดีย: ผลักดันรายได้ท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 37,000 ล้านบาทในปี 2555**. ค้นวันที่ 13 สิงหาคม 2558 จาก http://tourisminvest.tat.or.th/

ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2555. **ประเทศไทย Top Mice ในเอเชีย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 8 กาญจนบุรี. 2556 (13 มีนาคม). เปิดแผนพัฒนาเมืองพัทยา ศูนย์กลางท่องเที่ยวแห่งอาเซียน. **ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์**. ค้นวันที่ 25 กันยายน 2557 จาก http://ewt.prd.go.th/ewt/region8/ewt_news.php?nid=2653&filename=index

สำนักงานการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). 2555ก. **Introduction to Mice Industry**. กรุงเทพฯ: สำนักงานการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).

สำนักงานการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). 2555ข. แอมเวย์ไชน่า 2012 ที่ภูเก็ตทำลายสถิติผู้เข้าประชุม คาดสร้างรายได้ 2,500 ล้านบาท. **TCEB Newsletter**, 25(7): 6-7.

สำนักงานการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). 2556. พัทยาสีสันเมืองไมซ์ตะวันออก. **MICE JOURNAL**. 4(4): 4-6.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.). 2555. **ยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง. 2553. **คู่มือกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.** ระนอง: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง.

สุวิทย์ ยอดมณี. 2550 (6 สิงหาคม). เน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงทุกฤดูกาลตลอดทั้งปี. **ThaiPR.net**. ค้นวันที่ 20 กันยายน 2557 จาก http://www.ryt9.com/s/prg/95917

อภิไทย แก้วจรัส. 2555. **การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสงขลา: กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ตำบลคลองกวาง อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา**. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อภิวัฒน์ วัชราภิรักษ์. 2553. **แนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณี คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อรนุช โกศล. 2557. การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. **วารสารการเมืองการปกครองประเด็นปัญหาปัจจุบันในอาเซียน**. 4 (1): 220-232.

อรวรรณ บุญศรี. 2554. **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ**. ปัญหาพิเศษปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

อาภาพรรณ จันทนาม. 2556. **แนวทางการพัฒนาการจัดแสดงนิทรรศการ โอท๊อป ซิตี้ จังหวัดขอนแก่น ภายใต้แนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์เชิงสร้างสรรค์**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

CBT SPRING. 2550. โครงการนำร่องเพื่อสร้างความร่วมมือทางการตลาดเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน. ใน **รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการ การตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 30 ตุลาคม – 2 พฤศจิกายน 2550.** นครราชสีมา: CBT SPRING. หน้า 14.

Dwyer, Larry and Kim, Chulwon. 2003. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. **Current Issues in Tourism**. 6 (5): 369-414.

Enright, Michael J. and Newton, James. 2004. Tourism Destination Competitiveness: a Quantitative Approach. **Tourism Management**. 25(6): 777-788.

Gilsdorf, Johanna Dagbjort. 2009. **Iceland: A Potential Destination for Incentive Travelers**. Iceland: Sigillum University Icelandian.

In-touch Research & Consultacy. 2556. **บทสรุปผู้บริหารโครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวอาเซียนปี 2556**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

Ritchie, J. R. Brent and Crouch, Geoffrey I. 2010. Destination Competitiveness and Sustainability**. Revista Adminitration Publica**. 44 (5): 1049-1066.

Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. 2007. **Consumer Behavior.** 9th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

Severt , Kimberley S. and Beriter, Deborah. 2010. **The Anatomy of an Incentive Program**. Florida: University of Central Florida.

Shinew, Kimberly J. and Backman, Sheila J. 1995. Incentive Travel: an Attractive Option. **Tourism Management**. 16 (4): 285-293.

Strachan, Paul. 2014. (July 04). North Pattaya Alliance Launched to Boost Targeted Tourism Sectors. **Pattaya Mail**. Retrieved November 07, 2014 from http://www. pattay amail.com/features/north-pattaya-alliance-launched-to-boost-targeted-tourism-sectors-39145

Wagar, J. A. 1964. **The Carrying Capacity of Wildland for Recreation.** Wachington D.C.: Society of American Forester.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามนักท่องเที่ยว เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

ฉบับภาษาไทย

ชุดที่

แบบสอบถาม

เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยแบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และสำหรับใช้ศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ในการทำวิจัย

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การประเมินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา

นักศึกษาปริญญาโท

คณะการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

✍ คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ หน้าข้อความที่เหมาะสม หรือกรอกข้อความในช่องว่าง

1. เพศ
   ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
   ☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25-39ปี
   ☐ 40-59ปี ☐ 60ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
   ☐ มัธยมต้น ☐ มัธยมปลาย ☐ ปริญญาตรี
   ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก ☐ อื่นๆ .....
4. อาชีพ
   ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ พนักงานรัฐ
   ☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ เกษียณอายุ ☐ อื่นๆ .....
5. รายได้
   ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ม000 บาท ☐ 20,001-30,000 บาท ☐ 30,001-40,000 บาท
   ☐ 40,001-50,000 บาท ☐ มากกว่า 50,000 บาท
6. ประเภทขององค์กร
   ☐ หน่วยงานราชการ ☐ ประกันภัย ☐ อสังหาริมทรัพย์ ☐ยานยนต์
   ☐ การแพทย์ ☐ เวชสำอาง ☐ อื่นๆ
7. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
   ☐ พักผ่อนและท่องเที่ยว ☐ รางวัลจากผู้สนับสนุน ☐ เพื่อเพิ่มยอดขาย
   ☐ แนะนำสินค้า/เปิดตัวสินค้า ☐ เข้าร่วมงานเลี้ยงทางธุรกิจ ☐ ประชุม/สัมมนา
8. รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
   ☐ แบบรายบุคคล ☐แบบครอบครัว/กลุ่มเพื่อน ☐แบบองค์กร/แบบกลุ่มใหญ่
9. ระยะเวลาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
   ☐ เฉลี่ย 2-3 วัน ☐ เฉลี่ย 4-6 วัน ☐ เฉลี่ย 7 วัน
   ☐ เฉลี่ย 14 วัน ☐มากกว่า 15วัน ☐ อื่นๆ

ส่วนที่ 2 การสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

✍ คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ ที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงหรือเห็นด้วยที่สุดเพียงข้อเดียว

โดยกำหนดให้ หมายเลข 5 มีศักยภาพมากที่สุด หมายเลข 4 มีศักยภาพมาก
หมายเลข 3 มีศักยภาพปานกลาง หมายเลข 2 มีศักยภาพน้อย
หมายเลข 1 มีศักยภาพน้อยมาก

ข้อ	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
	1. ด้านทรัพยากรหลัก					
1.1	**ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว**					
1	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวยังคงมีสภาพสมบูรณ์ ไม่ชำรุดทรุดโทรม มีความสวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
2	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม					
3	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
4	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
5	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืนทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม					
1.2	**กิจกรรมรองรับการท่องเที่ยว**					
6	ท่านคิดว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีธีมงานและการสร้างสรรค์กิจกรรม เช่น กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กอล์ฟ สปา รวมถึงการจัดงานแต่งงาน					
7	ท่านคิดว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนขนาดและขอบเขตของงานได้ตามความเหมาะสม					
8	ท่านคิดว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถปรับเปลี่ยนระยะเวลาได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกัน					
9	ท่านคิดว่า มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆที่สามารถทดแทนได้ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินได้ตามโปรแกรมการท่องเที่ยว					

ข้อ	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
1.3	**โครงสร้างพื้นฐาน**					
10	ท่านคิดว่า สภาพถนนการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเส้นทางเชื่อมโยงกับถนนสายต่างๆมีความสะดวก					
11	ท่านคิดว่า การบริการไฟฟ้า ประปา แหล่งน้ำสะอาดในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการอย่างเพียงพอ					
12	ท่านคิดว่า การบริการโทรศัพท์สาธารณะ สัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์ รวมถึงอินเตอร์เนตอยู่ในระดับดี					
2.1	**<u>2. ด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว</u>** **การเข้าถึง**					
13	ท่านคิดว่า ระบบการตรวจคนเข้าเมืองสะดวก รวดเร็ว มีการเปิดช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
14	ท่านคิดว่า การเดินทางเข้าสู่ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่ต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย					
15	ท่านคิดว่า สภาพภูมิประเทศของที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้หลากหลาย					
2.2	**การบริการ**					
16	เมื่อท่านมีข้อสงสัยหรือมีปัญหาในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พนักงานบริการสามารถให้ความสนใจและแก้ปัญหาให้ท่านได้เป็นอย่างดี					
17	ท่านคิดว่า พนักงานบริการมีความเข้าใจในความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างแท้จริง					
18	ท่านคิดว่า พนักงานบริการมีความเต็มใจที่จะบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
19	ท่านคิดว่า พนักงานบริการมีความอ่อนน้อมถ่อมตนบริการอย่างสุภาพกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
20	ท่านคิดว่า พนักงานบริการแต่งตัวสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมในการปฏิบัติงาน					

ข้อ	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
2.3	**สิ่งอำนวยความสะดวก**					
21	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกเส้นทางและป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยวแสดงไว้อย่างชัดเจน					
22	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีห้องน้ำรวมทั้งการรักษาความสะอาด บริการอย่างเพียงพอ					
23	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลความรู้คำแนะนำด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยว					
24	ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ					
25	ท่านคิดว่า ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและบริการนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย					
3.1	**<u>3. ด้านการบริหารจัดการ</u> ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยว**					
26	ท่านคิดว่า บุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีจำนวนในการให้บริการที่เพียงพอ					
27	ท่านคิดว่า บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
28	ท่านคิดว่า บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
29	ท่านคิดว่า บุคลากรมีทักษะการทำงานที่ดีและมีความสามารถในการสื่อสาร					
3.2	**หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว**					
30	ท่านคิดว่า หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว					
31	ท่านคิดว่า หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการส่งเสริมการจัดโครงการหรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว					
32	ท่านคิดว่าหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการร่วมกับโรงแรม บริษัทรับจัดท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว					

ข้อ	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
3.3	**หน่วยงานบริการการท่องเที่ยว**					
33	ท่านคิดว่า เครือข่ายหรือผู้รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ DMC/PCO มีการบริการอย่างเพียงพอ					
34	ท่านคิดว่า หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีศูนย์ประสานงานและศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
35	ท่านคิดว่า หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีการให้บริการข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ					
4.1	**<u>4. ด้านนโยบาย</u>** **การส่งเสริมภาพลักษณ์**					
36	ท่านคิดว่า มีการส่งเสริมเมืองพัทยาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและส่งเสริมเมืองพัทยาให้เป็นที่รู้จัก					
37	ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์ทางการเมืองจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
38	ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของเมืองจะสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
4.2	**การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**					
39	ท่านคิดว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
40	ท่านคิดว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และประเมินผลร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
41	ท่านคิดว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
4.3	**การวางแผน ติดตามประเมินผล นำนโยบายสู่การปฏิบัติ**					
42	ท่านคิดว่า มีการกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
43	ท่านคิดว่า มีการพัฒนา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					

ข้อ	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
44	ท่านคิดว่า มีการประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
45	ท่านคิดว่า มีการแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
	5. ด้านปัจจัยอื่นๆ					
5.1	**มาตรการความปลอดภัย**					
46	ท่านคิดว่า มาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ เช่นการตั้งจุดตรวจ การจัดให้มีกล้อง CCTV รวมถึงการเฝ้าระวังภัย					
47	ท่านคิดว่า เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีจำนวนเพียงพอและดูแลอย่างทั่วถึง					
48	ท่านคิดว่า มีการติดตั้งป้ายและสัญญาณเตือนภัยอันตรายให้แก่นักท่องเที่ยว					
5.2	**ความคุ้มค่า**					
49	ท่านคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพการบริการที่ได้รับ					
50	ท่านคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของระยะเวลาและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น					
51	ท่านคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าด้านความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว					
5.3	**การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น**					
52	ท่านคิดว่า ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมเครือข่ายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน					
53	ท่านคิดว่า ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนในการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					
54	ท่านคิดว่า ผู้นำท้องถิ่นมีการสนับสนุน ส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่					

ส่วนที่ 3 การประเมินขีดความสามารถทางการรองรับ

✍ คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ ที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงหรือเห็นด้วยที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อ	ขีดความสามารถทางการรองรับ	ระดับขีดความสามารถทางการรองรับ				
		5	4	3	2	1
	1. ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ					
1	แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนที่เพียงพอ					
2	แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดเขตพื้นที่ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวและจัดทำป้ายประกาศเตือนในพื้นที่เปราะบางของแหล่งท่องเที่ยว					
3	แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดระยะช่วงเวลาให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้พื้นที่					
4	แหล่งท่องเที่ยวมีการแจ้งหรือประชาสัมพันธ์ข้อปฏิบัติกฎระเบียบในการใช้พื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว					
5	แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดปริมาณของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่					
	2. ขีดความสามารถทางการรองรับด้านสังคม					
6	แหล่งท่องเที่ยวมีการประสานงานจากหน่วยงานอื่นๆในการดำเนินการท่องเที่ยว					
7	แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยว					
8	แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และร่วมประเมินผลในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
9	แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมและเรียนรู้การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น					
10	ชุมชนมีความเป็นมิตรไมตรีและให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยที่ดี					

ข้อ	ขีดความสามารถทางการรองรับ	ระดับขีดความสามารถทางการรองรับ				
		5	4	3	2	1
	3. ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา					
11	ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว					
12	ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว					
13	ท่านได้ความรู้ ประสบการณ์และทักษะในการทำงานจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้					
14	ท่านได้รับความสนุกสนานและประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้					
15	ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ความรู้ใหม่ๆ ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป					
	4. ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม					
16	แหล่งท่องเที่ยวมีความห่างไกลจากย่านอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมอื่นๆที่มีเสียงรบกวน					
17	แหล่งท่องเที่ยวมีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่แออัดมากจนเกินไป					
18	แหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและย่านชุมชน					
19	สภาพแวดล้อมโดยรวมของเมืองเหมาะสมในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ_____

_____

_____

_____

_____

ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามนักท่องเที่ยว เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

ฉบับภาษาอังกฤษ

No.

Questionnaire

An Empirical study of Potential tourist attractions and Carrying Capacity Management of Incentive Tourists: A case study of Indian Tourists in Pattaya city

---

The questionnaire submitted in partial fulfillment of the thesis of the degree of master of Graduate School of Tourism Management, The National Institute of Development Administration. This questionnaire is aimed to study the level of potentiality and the carrying capacity for Indian tourists who come to the special administrative region of Pattaya for incentive travel. The data will be analyzed and only used in educational field. Please fill the questionnaire honestly.

The questionnaire consists of four parts as follows:

Part1: Personal Information

Part2: Tourist Destinations Capacity Assessment

Part 3: The Assessment of the Carrying Capacity of Tourist Destinations

Part 4: Other Suggestions

Thank you for your corporation on this project

Benjamaporn Chumnanchar

Master Student

Graduate School of Tourism Management

The National Institute of Development Administration

Part1: Personal Information

✍Direction: Please put a tick/in the box ☐ of your choice or fill in the blank.

1. Gender

   ☐Male ☐Female

2. Age

   ☐Adulthood ☐Young adulthood

   ☐Middle age ☐Adult/senior citizen

3. Education background

   ☐Elementary school ☐High school ☐Bachelor's degree

   ☐Master's degree ☐Doctorate's degree ☐Other .....

4. Occupation

   ☐Student ☐Enterprise ☐Officer

   ☐Employee ☐Retiree ☐Other .....

5. Income per month

   ☐ ≤ 35,980 INR ☐ 35,981 – 53,969 INR ☐ 53,970 -71,960 INR

   ☐ 71,961 – 89,949 INR ☐ ≥ 89,950 INR

6. Type of organization

   ☐ Government ☐ Insurance ☐ Immovable Property ☐ Atomotive

   ☐ Medical ☐ Cosmetics ☐ Other.....

7. The purpose of Incentive travel

   ☐ Rest/Travel ☐ Reward ☐ Sales Increase

   ☐ Product Launch ☐ Welcoming party ☐ Meeting/ Conference

8. Type of Incentive travel

   ☐ Individual Incentive ☐ Family/Friends Incentive ☐ Group Incentive

9. Period of time for Incentive travel

   ☐ Average 2-3 days ☐ Average 4-6 days ☐ Average 7 days

   ☐ Average 14 days ☐ > 15 days ☐ Other .....

Part2: Tourist Destinations Capacity Assessment

✍Direction: Please put a tick/in the box☐that you totally agree (Choose only one choice)

By allocated to Number 5 = Highest Potential Number 4 = High Potential

Number 3 = Average Potential Number 2 = Low Potential

Number 1 = Lowest Potential

Item	Tourist Destinations Capacity	Level of Potentiality				
		5	4	3	2	1
	1. The main Resources					
1.1	**The readiness of Tourist Destinations**					
1	You think that the tourist destinations are intact, beautiful and appropriate for incentive travel.					
2	You think that you can gain historical, social and cultural knowledge from the tourist destinations.					
3	You think that the tourist destinations have the identities which are appropriate for incentive travel.					
4	You think that the tourist destinations have the preventive measure and solution for the effects of incentive travel.					
5	You think that the tourist destinations have sustainable society, economy and environment.					
1.2	**Activities for Supporting Tourism**					
6	You think that the incentive travel has the theme, several activities and creative ability such as corporate social responsibility (CSR), golf, spa, and wedding party.					
7	You think that the incentive travel should be flexible and can adjust the dimensions and scope as appropriate.					
8	You think that the incentive travel can adjust time duration to meet the tourists' demand in each group that has different demands.					
9	You think that there are other tourism activities which are replaceable in case of the incentive travel program can not be carried on.					

Item	Tourist Destinations Capacity	Level of Potentiality				
		5	4	3	2	1
1.3	**Infrastructure**					
10	You think that the roads to tourist destinations, including the routes which are connected with the other roads, are convenient.					
11	You think that the utility such as electricity, municipal water supply in tourist destinations are sufficient.					
12	You think that public telephone service, mobile phone network signal, including internet, are stable.					
2.1	**2. Tourism Promoting Factors** **Accessibility**					
13	You think that the inspecting and checking immigrants system is convenient and fast, and increase special channel for incentive travel tourists.					
14	You think that it is convenient to go to hotel accommodations and tourist attractions.					
15	You think that the geographical features of tourist destination locations can connect with other several places.					
2.2	**Services**					
16	When you have any problem concerning incentive travel, a service person pay attention to you and solve the problem well.					
17	You think that a service person truly understand the specific demand of incentive travel tourists.					
18	You think that a service person is willing to provide service and help the tourists.					
19	You think that a service person is humble and well-mannered with tourists.					
20	You think that a service person dresses up appropriately whilst working.					

Item	Tourist Destinations Capacity	Level of Potentiality				
		5	4	3	2	1
2.3	**Facilities**					
21	You think that the tourist destinations present guide posts and tourist destination signs clearly.					
22	You think that the tourist destinations have enough restrooms with high standard of cleanliness.					
23	You think that the tourist destinations have service center for giving information and suggestions to tourists.					
24	You think that the tourist destinations provide parking place adequately.					
25	You think that the vehicles for traveling are convenient.					
	3. Management					
3.1	**Tourism Staff Preparedness**					
26	You think that the number of staff is sufficient for providing service.					
27	You think that a staff has incentive travel knowledge and understand truly.					
28	You think that a staff is an expert on tourism and can be able to solve unexpected problem for incentive travel.					
29	You think that a staff has a good working skill and communicative skill.					
3.2	**Tourism Promoting Authority**					
30	You think that the tourism promoting authority publicizes the incentive travel information in traveling area.					
31	You think that the tourism promoting authority promotes to arrange a project or an activity concerning incentive travel in traveling area.					
32	You think that the tourism promoting authority cooperates with hotel, tourist agency and entrepreneur to promote incentive travel.					

Item	Tourist Destinations Capacity	Level of Potentiality				
		5	4	3	2	1
3.3	**Tourism Services Authority**					
33	You think that agencies for incentive travel such as DMC and PCO are sufficient for providing services.					
34	You think that tourism services authority has enough coordinating center and facilitating center for incentive tourists.					
35	You think that tourism services authority inform the information and suggestions concerning incentive travel for tourists and entrepreneur.					
4.1	**4. Policies** **Promoting Image**					
36	You think that Pattaya is promoted to be incentive travel and well-known city.					
37	You think that political image has an effect on tourist's decision for incentive travel.					
38	You think that security image of city can increase tourist's reliance for incentive travel.					
4.2	**The Participation of Stakeholder**					
39	You think that the stakeholders such as government sector, private sector and citizen have a part in protection sustainable tourist destinations and promote incentive travel.					
40	You think that the stakeholders have a part in thinking, planning, conducting, making a decision and evaluating in tourism management.					
41	You think that the stakeholders participate in giving opinion concerning incentive travel.					
4.3	**Planning, Following up and conducting policies to performance**					
42	You think that the policies for planning incentive travel development are assigned.					

Item	Tourist Destinations Capacity	Level of Potentiality				
		5	4	3	2	1
43	You think that tourist destinations for incentive travel are developed and restored.					
44	You think that the effects of incentive travel are evaluated.					
45	You think that the problems from incentive travel are solved.					
	5.Other factors					
5.1	**Security Measures**					
46	You think that the security measures in tourist destinations are effective; for example, setting the checkpoint, setting up CCTV includes security surveillance.					
47	You think that the number of security guards is sufficient, and they can take care of tourists thoroughly.					
48	You think that caution signs are set up for tourists.					
5.2	**Worthiness**					
49	You think that this incentive travel is worth the price and services received.					
50	You think that this incentive travel is worth time duration and traveling program provided.					
51	You think that this incentive travel is worth convenience and facilities for traveling.					
5.3	**Civic Leader's Support**					
52	You think that the civic leader supports the cooperation between government sector and private sector.					
53	You think that the civic leader has a part in supporting and promoting incentive travel.					
54	You think that the civic leader supports, promotes the image and publicizes the incentive travel to local people and tourists.					

Part 3: The Assessment of the Carrying Capacity of Tourist Destinations

✍Direction: Please put a tick/in the box☐that you totally agree (Choose only one choice)

By allocated to Number 5 = Highest Potential Number 4 = High Potential

Number 3 = Average Potential Number 2 = Low Potential

Number 1 = Lowest Potential

Item	The Carrying Capacity	Level of Carrying Capacity				
		5	4	3	2	1
	1. Physical Carrying Capacity					
1	Tourist destinations have tourist carrying area sufficiently.					
2	Tourist destinations fix the area for tourism activities and make warning sign for delicate area.					
3	Tourist destinations fix the time duration for entrance.					
4	Tourist destinations inform the disciplines concerning using tourism area to tourists.					
5	Tourist destinations limit the number of tourists for entering the area.					
	2. Social Carrying Capacity					
6	Tourist destinations are coordinated from another authority to manage tourism.					
7	Tourist destinations give an opportunity to external authority to play a role in promoting tourism.					
8	Tourist destinations give an opportunity to people in community to think, plan, conduct, decide and evaluate in tourism management.					
9	Tourist destinations give an opportunity to tourists to do activity and learn together with other people					
10	People in community are friendly, and they welcome tourists warmly.					

Item	The Carrying Capacity	Level of Carrying Capacity				
		5	4	3	2	1
	3. Psychological Carrying Capacity					
11	Are you satisfied with the staff's service at tourist destinations?					
12	Are you satisfied with tourist destinations management?					
13	You can get knowledge, experience and working skill from this incentive travel.					
14	You are happy and impressed with this incentive travel.					
15	You think that the incentive travel can increase your new experiences and knowledge which are different from general travel.					
	4. Environmental Carrying Capacity					
16	Tourist destinations are far away from industrial area and activities that cause disturbance sound.					
17	Tourist destinations are ventilate and not much crowded.					
18	The environment around the tourist destinations are kept in good condition.					
19	The overall image of surrounding is appropriate to be the destinations for incentive travel.					

Part 4: Other Suggestions

Suggestions:_____

_____

_____

_____

_____

_____

Thank you very much for your time and answers

ภาคผนวก ค

แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

แบบสัมภาษณ์ชุดที่.....วันที่สัมภาษณ์.....

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยแบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเขตเมืองพัทยา โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และสำหรับใช้ศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา
นักศึกษาปริญญาโท
คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ตอนที่ 1 ศักยภาพของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1. ท่านคิดว่าศักยภาพโดยรวมของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปัจจุบันเป็นอย่างไร

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

2. ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

3. ท่านคิดว่าแนวโน้มการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในอนาคตเป็นอย่างไร

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีอุปสรรคหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

5. ท่านคิดว่าควรมีแนวทางการเพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1. ท่านมีมุมมองต่อการวางแผนและการกำหนดนโยบายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปัจจุบันอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity)
เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity)

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยการหาค่า IOC โดยคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านดังนี้

1. ดร. พนิดา สุขศรีเมือง ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา
อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
2. อาจารย์ ดร. แสงแข บุญศิริ อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
3. ดร. สุขยืน เทพทอง อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ความสอดคล้องของคำถามกับเนื้อหา
N แทน ผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกคน

ส่วนที่ 2 การสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	ผลรวม	IOC
1. ด้านทรัพยากรหลัก ความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว					
1. ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวยังคงมีสภาพสมบูรณ์ ไม่ชำรุดทรุดโทรม มีความสวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
2.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม	+1	+1	+1	3	1.00
3.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
4.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
5.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืนทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม	+1	-1	+1	1	0.33*
กิจกรรมรองรับการท่องเที่ยว					
6.ท่านคิดว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีธีมงานและการสร้างสรรค์กิจกรรม เช่น กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กอล์ฟ สปา รวมถึงการจัดงานแต่งงาน	0	+1	+1	2	0.67*
7.ท่านคิดว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สามารถยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนขนาดและขอบเขตของงานได้ตามความเหมาะสม	+1	+1	+1	3	1.00
8.ท่านคิดว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สามารถปรับเปลี่ยนระยะเวลาได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกัน	+1	0	+1	2	0.67*
9.ท่านคิดว่า มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆที่สามารถทดแทนได้ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินได้ตามโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	ผลรวม	IOC
โครงสร้างพื้นฐาน					
10.สภาพถนนการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเส้นทางเชื่อมโยงกับถนนสายต่างๆ	-1	+1	+1	1	0.33*
11.สาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น การบริการไฟฟ้า ประปา แหล่งน้ำสะอาดในพื้นที่ท่องเที่ยว	-1	+1	+1	1	0.33*
12.การบริการ โทรศัพท์สาธารณะ สัญญาณเครือข่ายโทรศัพท์ รวมถึงอินเตอร์เนต	-1	+1	+1	1	0.33*
2. ด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว					
การเข้าถึง					
13.ท่านคิดว่า ระบบการตรวจคนเข้าเมืองสะดวกรวดเร็ว มีการเปิดช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
14.ท่านคิดว่า การเดินทางเข้าสู่ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่ต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย	+1	+1	+1	3	1.00
15.ท่านคิดว่า สภาพภูมิประเทศของที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสามารถเชื่อมไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้หลากหลาย	+1	+1	+1	3	1.00
การบริการ					
16.เมื่อท่านมีข้อสงสัยหรือมีปัญหาในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พนักงานบริการสามารถให้ความสนใจและแก้ปัญหาให้ท่านได้เป็นอย่างดี	+1	-1	+1	1	0.33
17.ท่านคิดว่า พนักงานบริการมีความเข้าใจในความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างแท้จริง	+1	-1	+1	1	0.33*
18.ท่านคิดว่า พนักงานบริการมีความเต็มใจที่จะบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	-1	+1	1	0.33*
19.ท่านคิดว่า พนักงานบริการมีความอ่อนน้อมถ่อมตนบริการอย่างสุภาพกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
20.ท่านคิดว่า พนักงานบริการแต่งตัวสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมในการปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	3	1.00

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	ผลรวม	IOC
สิ่งอำนวยความสะดวก					
21.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกเส้นทางและป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยวแสดงไว้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.00
22.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีห้องน้ำรวมทั้งการรักษาความสะอาด บริการอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00
23.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลความรู้ คำแนะนำด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
24.ท่านคิดว่า แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00
25.ท่านคิดว่า ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและบริการนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย	+1	+1	+1	3	1.00
3. ด้านการบริหารจัดการ **ความพร้อมบุคลากรทางการท่องเที่ยว**					
26.ท่านคิดว่า บุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีจำนวนในการให้บริการที่เพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00
27.ท่านคิดว่า บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
28.ท่านคิดว่า บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
29.ท่านคิดว่า บุคลากรมีทักษะการทำงานที่ดีและมีความสามารถในการสื่อสาร	+1	-1	+1	1	0.33*
หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว					
30.ท่านคิดว่า หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว	+1	-1	+1	1	0.33*
31.ท่านคิดว่า หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการส่งเสริมการจัดโครงการหรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่ท่องเที่ยว	+1	-1	+1	1	0.33*

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	ผลรวม	IOC
32.ท่านคิดว่าหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการร่วมกับโรงแรม บริษัทรับจัดท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0	+1	+1	2	0.67*
หน่วยงานบริการการท่องเที่ยว					
33.ท่านคิดว่า เครือข่ายหรือผู้รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ DMC PCO มีการบริการอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00
34.ท่านคิดว่า หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีศูนย์ประสานงานและศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
35.ท่านคิดว่า หน่วยงานบริการการท่องเที่ยวมีการให้บริการข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ	+1	+1	+1	3	1.00
<u>4. ด้านนโยบาย</u> **การส่งเสริมภาพลักษณ์**					
36.ท่านคิดว่า มีการส่งเสริมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและส่งเสริมเมืองให้เป็นที่รู้จัก	0	+1	+1	2	0.67*
37.ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์ทางการเมืองจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	0	+1	2	0.67*
38.ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของเมืองจะสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	0	+1	2	0.67*
การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
39.ท่านคิดว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
40.ท่านคิดว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจ และประเมินผลร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	ผลรวม	IOC
41.ท่านคิดว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0	+1	+1	2	0.67*
การวางแผน ติดตามประเมินผลนำนโยบายสู่การปฏิบัติ					
42.ท่านคิดว่า มีการกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0	+1	0	1	0.33*
43.ท่านคิดว่า มีการพัฒนา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0	+1	0	1	0.33*
44.ท่านคิดว่า มีการประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	0	2	0.67*
45.ท่านคิดว่า มีการแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0	+1	0	2	0.67*
<u>5. ด้านปัจจัยอื่นๆ</u> **มาตรการความปลอดภัย**					
46.ท่านคิดว่า มาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ เช่นการตั้งจุดตรวจ การจัดให้มีกล้อง CCTV รวมถึงการเฝ้าระวังภัย	+1	+1	+1	3	1.00
47.ท่านคิดว่า เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีจำนวนเพียงพอและดูแลอย่างทั่วถึง	+1	+1	+1	3	1.00
48.ท่านคิดว่า มีการติดตั้งป้ายและสัญญาณเตือนภัยอันตรายให้แก่นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
ความคุ้มค่า					
49.ท่านคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพการบริการที่ได้รับ	+1	0	+1	2	0.67*
50.ท่านคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าของระยะเวลาและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น	+1	+1	+1	3	1.00

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	ผลรวม	IOC
51.ท่านคิดว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้มีความคุ้มค่าด้านความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น					
52.ท่านคิดว่า ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมเครือข่ายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	+1	+1	+1	3	1.00
53.ท่านคิดว่า ผู้นำท้องถิ่นมีส่วนในการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
54.ท่านคิดว่า ผู้นำท้องถิ่นมีการสนับสนุนส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่	+1	+1	+1	3	1.00
ผลรวม	**41**	**36**	**50**	**127**	**0.78**

ส่วนที่3 การประเมินขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	ผลรวม	IOC
1.ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ					
1.แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนที่เพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00
2.แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดเขตพื้นที่ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวและจัดทำป้ายประกาศเตือนในพื้นที่เปราะบางของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
3.แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดระยะช่วงเวลาให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้พื้นที่	+1	+1	+1	3	1.00
4.แหล่งท่องเที่ยวมีการแจ้งหรือประชาสัมพันธ์ข้อปฏิบัติ กฎระเบียบในการใช้พื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	ผลรวม	IOC
5.แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดปริมาณของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่	+1	+1	+1	3	1.00
2. ขีดความสามารถทางการรองรับด้านสังคม					
6.แหล่งท่องเที่ยวมีการประสานงานจากหน่วยงานอื่นๆในการดำเนินการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
7.แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
8.แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจและร่วมประเมินผลในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
9.แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมและเรียนรู้การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น	+1	+1	+1	3	1.00
10.ชุมชนมีความเป็นมิตรไมตรีและให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยที่ดี	+1	+1	+1	3	1.00
3.ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา					
11.ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
12.ท่านมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00
13.ท่านได้ความรู้ ประสบการณ์และทักษะในการทำงานจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้	+1	+1	+1	3	1.00
14.ท่านได้รับความสนุกสนานและประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในครั้งนี้	+1	+1	+1	3	1.00
15.ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ความรู้ใหม่ๆ ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป	+1	+1	+1	3	1.00

ขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับ	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3	ผลรวม	IOC
4. ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม					
16.แหล่งท่องเที่ยวมีความห่างไกลจากย่านอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมอื่นๆที่มีเสียงรบกวน	+1	+1	+1	3	1.00
17.แหล่งท่องเที่ยวมีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่แออัดมากจนเกินไป	+1	+1	+1	3	1.00
18.แหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและย่านชุมชน	+1	+1	+1	3	1.00
19.สภาพแวดล้อมโดยรวมของเมืองเหมาะสมในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	+1	+1	+1	3	1.00
ผลรวม	**19**	**19**	**19**	**57**	**1.00**

หมายเหตุ * ได้มีการเปลี่ยนแปลง แก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยการหาค่า IOC โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ข้อคำถามในแบบสอบถามของเนื้อหามีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.50 ได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชียวชาญเพื่อให้สามารถนำข้อคำถามไปใช้ได้

ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์ค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)
เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (RELIABILITY)

นำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-test) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวนทั้งสิ้น 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอน-บาสของแบบสอบถามในส่วนวัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามมารถในการรองรับ พร้อมทั้งปรับปรุงข้อผิดพลาดเพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป

หาความเชื่อมั่นโดยใช้สูตร $\alpha = \frac{n}{n-1}\left\{1-\frac{\sum s_i^2}{s_t^2}\right\}$

กำหนดให้

α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามรายข้อ

S_t^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนของการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถการรองรับ ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามดังตาราง

ค่าความเชื่อมั่น การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ด้านที่ 1 ด้านทรัพยากรหลัก

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.919	.921	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	41.63	44.033	.790	.742	.909
A2	41.43	44.530	.557	.701	.918
A3	41.40	44.938	.532	.703	.919
A4	41.77	44.944	.657	.657	.913
A5	41.67	42.023	.754	.695	.909
A6	41.57	44.737	.593	.605	.916
A7	41.57	44.461	.710	.741	.911
A8	41.47	43.844	.679	.727	.912
A9	41.63	42.930	.712	.607	.911
A10	41.53	44.878	.589	.757	.916
A11	41.53	42.671	.728	.784	.910
A12	41.47	43.016	.763	.870	.909

ด้านที่ 2 ปัจจัยสนับสนุน

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.951	.952	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A13	45.77	69.909	.639	.750	.950
A14	45.57	69.633	.688	.826	.949
A15	45.53	69.223	.782	.891	.946
A16	45.67	67.885	.820	.842	.945
A17	45.87	66.395	.842	.863	.944
A18	45.73	67.651	.815	.788	.945
A19	45.80	70.579	.508	.691	.955
A20	45.50	67.638	.884	.887	.944
A21	45.40	72.041	.555	.701	.952
A22	45.53	67.361	.837	.850	.945
A23	45.67	68.023	.810	.847	.945
A24	45.80	67.062	.843	.905	.944
A25	45.77	66.944	.819	.828	.945

ด้านที่3 ด้านนโยบาย

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.907	.913	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A26	33.03	32.447	.793	.878	.891
A27	33.13	33.706	.667	.810	.899
A28	32.93	32.478	.827	.864	.890
A29	32.90	34.231	.669	.659	.899
A30	32.90	31.955	.588	.771	.905
A31	33.00	32.069	.639	.776	.900
A32	33.07	31.099	.729	.886	.894
A33	33.13	33.223	.565	.805	.905
A34	33.10	32.093	.728	.853	.894
A35	33.10	32.990	.592	.554	.903

ด้านที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.937	.938	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A36	33.20	46.855	.752	.783	.931
A37	33.20	46.648	.656	.854	.935
A38	33.13	45.085	.747	.781	.931
A39	33.17	44.764	.797	.888	.928
A40	33.40	43.283	.838	.915	.926
A41	33.40	45.007	.793	.757	.929
A42	33.50	46.397	.781	.728	.930
A43	33.27	44.547	.821	.803	.927
A44	33.37	46.930	.629	.793	.937
A45	33.37	45.551	.685	.768	.934

ด้านที่ 5 ด้านปัจจัยอื่นๆ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.940	.944	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A46	30.30	34.079	.791	.714	.933
A47	30.60	34.662	.732	.843	.936
A48	30.53	33.361	.737	.837	.938
A49	30.07	35.099	.834	.808	.930
A50	30.20	34.510	.782	.760	.933
A51	30.07	35.099	.834	.884	.930
A52	30.20	35.476	.759	.751	.934
A53	30.33	36.506	.777	.778	.934
A54	30.23	36.392	.782	.779	.934

ค่าความเชื่อมั่น แบบสอบถามขีดความสามารถในการบริหารจัดการรองรับ

ด้านที่ 1 ขีดความสามารถการรองรับด้านกายภาพ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.911	.912	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	15.37	10.654	.626	.537	.920
B2	15.37	9.206	.900	.820	.865
B3	15.47	10.326	.744	.599	.898
B4	15.40	9.834	.787	.671	.889
B5	15.47	8.464	.845	.760	.879

ด้านที่ 2 ขีดความสามารถการรองรับด้านสังคม

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.928	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B6	15.33	9.471	.727	.581	.926
B7	15.40	8.455	.835	.707	.906
B8	15.43	8.461	.871	.766	.898
B9	15.40	8.524	.818	.713	.909
B10	15.23	9.220	.805	.715	.912

ด้านที่ 3 ขีดความสามารถการรองรับด้านจิตวิทยา

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.930	.930	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B11	15.03	8.654	.814	.718	.914
B12	15.07	9.030	.818	.688	.913
B13	15.13	8.947	.819	.712	.913
B14	14.93	8.823	.817	.741	.913
B15	14.90	8.714	.809	.709	.915

ด้านที่ 4 ขีดความสามารถการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.922	.922	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B16	11.20	6.097	.828	.769	.896
B17	11.10	5.886	.909	.862	.867
B18	11.13	6.878	.719	.522	.931
B19	10.97	6.516	.832	.739	.895

ภาคผนวก ฉ

หนังสือแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ
เรื่อง “การศึกษาเชิงสำรวจระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการบริหารจัดการการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวอินเดียในเขตเมืองพัทยา”

ที่ ศธ ๐๕๒๖.๑๖/ ๒๗๒

คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๘ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน อาจารย์ ดร. แสงแข บุญศิริ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๕๖๑๑๗๑๑๐๐๗ นักศึกษาปริญญาโท ภาคปกติ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เขตเมืองพัทยา" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทรียา หลักเพ็ชร เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา เพื่อให้เครื่องมือการทำวิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง)
คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ
โทรศัพท์ ๐ ๒๗๒๗ ๓๖๙๘
นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา โทร. ๐๘๓ ๑๐๓ ๕๐๓๗ Email eingnoi@hotmail.com

ที่ ศธ ๐๕๒๖.๑๖/ ๒๓๒

คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ดร.พนิดา สุขศรีเมือง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๕๖๑๑๗๑๑๐๐๗ นักศึกษาปริญญาโท ภาคปกติ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เขตเมืองพัทยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทรียา หลักเพ็ชร เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับนางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา เพื่อให้เครื่องมือการทำวิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง)
คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ
โทรศัพท์ ๐ ๒๗๒๗ ๓๖๙๘
นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา โทร. ๐๘๓ ๑๐๓ ๕๐๓๗ Email eingnoi@hotmail.com

ที่ ศธ ๐๕๒๖.๑๖/ ๒๗๒

คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ดร.สุขยืน เทพทอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๕๖๑๑๗๑๐๐๗ นักศึกษาปริญญาโท ภาคปกติ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ได้ศึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เขตเมืองพัทยา" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทรียา หลักเพ็ชร เป็นที่ปรึกษา ซึ่งนักศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้กับนางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา เพื่อให้เครื่องมือการทำวิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์รับเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง)
คณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

สำนักงานเลขานุการคณะ
โทรศัพท์ ๐ ๒๗๒๗ ๓๖๙๘
นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา โทร. ๐๘๓ ๑๐๓ ๕๐๓๗ Email eingnoi@hotmail.com

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2555