

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

Thai Tourists' Opinions toward to Tourism Marketing Mix in Tak Special Economic Development Zone

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์ รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุณณะ เตชคณา
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

บทคัดย่อ

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่มีพร้อมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การลงทุน ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และด้านการท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความโดดเด่นเฉพาะตัว การศึกษาวิจัยนี้เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สุ่มจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตากต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เรียงตามอันดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ตามลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวทุก ๆ ด้าน ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความสำคัญ ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : ความคิดเห็น การท่องเที่ยว เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

Abstract

Tak Special Economic Development Zone has the potential to attract investment and economic development, including agricultural industry, nature-based and cultural tourism. This study was intended to study the opinions of tourists towards tourism marketing mix factors in the Tak Special Economic Development Zone. A survey of Thai tourists visiting this area was conducted among 400 participants. The research tools employed in this research were a structured questionnaire. Descriptive statistics employed to analyze the data were percentages, means, and standard deviation. The results of study findings revealed that the factors attracting them to visit the Tak Special Economic Development zone, in order of importance from the highest to the lowest importance, were geographical features of the area being of the highest importance, followed by tourism products, price, tourism promotion, the service process, human resources, and place. In summary, all tourism factors were perceived as very important.

Keywords : Opinions, Tourism, Tak Special Economic Development Zone

บทนำ

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเสมอมา องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้คาดการณ์ไว้ว่า ในปี ค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี และคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด (World Tourism Organization, 2014) โดยข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับเศรษฐกิจอาเซียนชี้ว่าประเทศไทย เป็นประเทศที่ถือได้ว่ามีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ในอาเซียน นับเป็นรายได้ให้กับประเทศไทยร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงมีการกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว และอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นหนึ่งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่รัฐบาลได้ประกาศออกมาในรอบแรก

โดยข้อมูลจากสำนักงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก (2557) พบว่า เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2557 ซึ่งมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในฐานะหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เป็นประธานที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ได้ให้ความเห็นชอบพื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทยใน 5 พื้นที่ชายแดนเพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ได้อย่างสมบูรณ์ โดย 1 ใน 5 พื้นที่ที่มีพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เนื่องจากความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน ทั้งความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจ การลงทุน ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และรวมไปถึงในเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งด้านการท่องเที่ยวถือเป็น 1 ใน 13 กลุ่มกิจการที่มีการประกาศสนับสนุนจากทาง

ภาครัฐบาล ในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ สำหรับขอบเขตพื้นที่ในระดับตำบลที่อยู่ติดชายแดนและไม้ทับซ้อนพื้นที่ป่าไม้ของจังหวัดตาก จำนวน 14 ตำบล 886,875 ไร่ (1,419 ตร.กม.) ในอำเภอแม่สอด อำเภอพบพระ และอำเภอแม่ระมาด เพื่อจัดตั้งพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ดังนี้ อำเภอแม่สอด ในพื้นที่ 8 ตำบล ในพื้นที่ตำบลแม่สอด ตำบลแม่ตาว ตำบลท่าสายลวด ตำบลพระธาตุผาแดง ตำบลแม่กาษา ตำบลแม่ปะ ตำบลแม่กุ ตำบลมทาวัน อำเภอพบพระ ในพื้นที่ 3 ตำบล คือ ตำบลพบพระ ตำบลช่องแคบ ตำบลวาลย์ และอำเภอแม่ระมาด ในพื้นที่ 3 ตำบล ดังนี้ ตำบลแม่จะเร้า ตำบลแม่ระมาด ตำบลชะเนงจือ พื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และพื้นที่ในอำเภอใกล้เคียงถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงโดยสถิติจากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยว พบว่า ในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตาก ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีจำนวนสูงถึง 1,055,118 คน โดยพื้นที่ดังกล่าวถือได้ว่าเป็นเส้นทางสำคัญในการค้า การเดินทาง สามารถเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจพิเศษเมียวดี (Myawady Trade Zone) ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาในระยะทางเพียง 10 กิโลเมตร และมีพื้นที่ตั้งอยู่ปลายแนวเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ (East-West Economic Corridor : EWEC) เป็นจุดตัดระหว่างแนวเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ North-South Economic Corridor (NSEC) มีโครงข่ายการคมนาคมทางบกที่สนับสนุนการขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้า มีสนามบินพาณิชย์เป็นแหล่งผลิตสินค้าทางการเกษตร มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ตลอดจนเป็นประตูสู่อันดามัน รวมถึงประเทศในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง คือ พม่า จีน และสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางการค้าขายเป็นประตูสู่ยุโรปได้

เมื่อพิจารณาถึงโอกาสในการเจริญเติบโตของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากในด้านการท่องเที่ยว มีแนวโน้มสูงที่จะมีการเดินทางเข้ามาในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเป็นจำนวนมาก ทั้งจากวัตถุประสงค์ด้านธุรกิจหรือเดินทางเข้ามาเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจศึกษาความคิดเห็นด้านส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ที่สนใจ เช่น ภาคธุรกิจรวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่ด้านการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง หลักสำคัญที่จะทำให้การตลาดประสบความสำเร็จ เป็นตัวแปรที่ช่วยให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ตรงที่สุด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริการ

ยังมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงเพิ่มเติม คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของงานบริการ เนื่องจากสินค้าด้านการบริการมีลักษณะพิเศษต่างจากสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จับต้องไม่ได้ แยกออกจากกันไม่ได้ มีความหลากหลายเก็บรักษาไว้ไม่ได้ ดังนั้น การดำเนินการด้านการตลาดของสินค้าบริการจึงแตกต่างจากของสินค้าทั่วไป ด้วยองค์ประกอบทั้งหมดนี้ถูกนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากของกลุ่มตัวอย่าง

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยแบบสำรวจ มีการใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากร โดยข้อมูลจากระบบฐานข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว พบว่า ในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตาก ที่เป็นชาวไทยมีจำนวน 1,055,118 คน จากนั้นจึงทำการหากกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการแทนค่ากลุ่มประชากรโดยใช้สูตรการหากกลุ่มตัวอย่าง ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการการเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ในแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

2. เครื่องมือที่ใช้ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบด้วย คำถามเพื่อใช้วิเคราะห์เชิงสถิติ ทำการแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert, 1967)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ชำนาญการ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และสามารถครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา และหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผลการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.97

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมารวบรวม ตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จำแนกตามปัจจัยด้านต่าง ๆ

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ผลสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ระดับการศึกษา ผลสำรวจพบว่า อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ในด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานของรัฐ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และด้านรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 และรองลงมา คือ มีรายได้ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 89 คิดเป็นร้อยละ 22.25

ส่วนที่ 2 ผลสำรวจเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า	อันดับ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.34	0.55	สำคัญมาก	1
ด้านผลิตภัณฑ์	3.29	0.47	สำคัญมาก	2
ด้านราคา	3.20	0.51	สำคัญมาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.19	0.56	สำคัญมาก	4
ด้านกระบวนการ	3.14	0.53	สำคัญมาก	5
ด้านบุคลากร	3.12	0.58	สำคัญมาก	6
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.09	0.45	สำคัญมาก	7
ภาพรวม	3.19	0.43	สำคัญมาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นทางการท่องเที่ยว ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านมีความสำคัญในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 โดยปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมาก อันดับแรก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.29 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ โดยปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่น้อยที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.09

อภิปรายผล

สรุปภาพรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการแหล่งท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก พบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย คือ ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์มีจุดเด่นเฉพาะตัว ไม่เหมือนใครและมีความสวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากถือได้ว่ามีจุดเด่นด้านกายภาพที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ปัจจัยรองลงมาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจ ทั้งสถานที่ การบริการ รวมไปถึงสินค้าของที่ระลึก ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ เป็นอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวต้องการใช้จ่ายและได้รับสินค้าและบริการที่มีความเหมาะสม มีมาตรฐานเท่าเทียมกัน และมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามปัจจัยความคิดเห็น ทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดจากปัจจัยทุกด้าน โดยปัจจัยย่อยที่นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็นสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยวยังคงความอุดมสมบูรณ์ไว้ สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงมีความน่าสนใจ และความสะอาด ความปลอดภัยของที่พัก ตามลำดับ ซึ่งตรงกับที่ ราโพรธรณ แก้วสุริยะ (2543: 14-16) ได้กล่าวถึง การจัดการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนไว้ว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ การคงรักษาไว้ให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดั้งเดิมมากที่สุด และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และนอกจากนี้ยังตรงกับการวิจัยของ กมลรัตน์ รัตนพานพ (2550) ได้ศึกษาเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดปราจีนบุรี ผลการศึกษาพบว่า แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดปราจีนบุรีที่จำเป็นและเหมาะสม จำเป็นต้องพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่สืบไป

ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นอันดับ 2 จากปัจจัยทั้งหมด ดังนั้น ด้วยสภาพปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตากที่มีชื่อเสียงยังคงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวน้อย และขาดความหลากหลายและความแปลกใหม่ของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยที่นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็นสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความหลากหลายของการบริการทางการท่องเที่ยว ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก ยังคงมีเพียงแค่น้ำตกแม่แก้วและมีความคล้ายคลึงกันในด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จึงถือได้ว่ายังขาดความหลากหลายอยู่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ที่กล่าวว่า ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้นจำเป็นต้องมี การส่งเสริมใน 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึง เรียงตามลำดับ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุดมพร กงเพชร (2548) เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ นอกจากนี้ผลการศึกษานี้ ยังสอดคล้องกับข้อเสนอแนะทางเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2541: 61-63) ในประเด็นที่ 2 คือ ควรมีการสร้างควมหลากหลายทางการท่องเที่ยว ให้มีการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง การท่องเที่ยวเพื่อความพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายของการบริการด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสำคัญในการที่จะส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว

ด้านราคา เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 จากปัจจัยทั้งหมด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีราคาเหมาะสม รวมถึงราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสินค้ามีราคามีมาตรฐานเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการใช้จ่ายที่เหมาะสม และคุ้มค่ากับค่าบริการ รวมไปถึงหากสินค้าและบริการมีมาตรฐานเดียวกันก็จะสามารถควบคุม หรือกำหนดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก เพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งการตั้งราคาของสินค้านั้นยังเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากได้อีกด้วย และหากมีการตั้งราคาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เหมาะสมก็จะสามารถช่วยคัดกรองนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน ตรงกับความเห็นของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2555) ซึ่งได้ให้ความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไว้ว่า ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สินค้า และกลุ่มเป้าหมาย เพราะราคาจะเป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้า ดังนั้น จึงควรมีมาตรการในการกำหนดราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และการกำหนดราคาควรมีมาตรฐานเดียวกันในทุกแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 4 โดยนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยในด้านนี้มากที่สุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว ส่วนลดหรือโปรโมชั่นที่ได้รับ และการโฆษณาเชิญชวนให้มาท่องเที่ยว ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสนใจในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างสูง โดยหากนักท่องเที่ยวมีข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพียงพอ ก็จะช่วยให้นักท่องเที่ยวรับทราบถึงข้อมูล ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การเดินทาง และยังช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัฒนา

เศรษฐกิจพิเศษตากอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิตติกา ทางชั้น (2551) เรื่องกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ในเชิงบูรณาการ ที่พบว่า หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด อุบลราชธานีนั้น ด้านที่สำคัญที่ควรส่งเสริมสูงสุดคือ การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว และนอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรา บุตสีทา (2552) เรื่องการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ที่บอกว่า ศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่งที่น่าสนใจที่จะ พัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของ คนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยว ทุกคน โดยเสนอแนะว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักทั่วไป

ด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 5 โดยปัจจัยย่อยที่นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญเห็นสำคัญคือ ความสะดวกในการติดต่อขอความช่วยเหลือเกี่ยวกับปัญหาจากเจ้าหน้าที่ ความสะดวกในการท่องเที่ยว และความสะดวกในการติดต่อขอรับข้อมูลทางการท่องเที่ยว ตามลำดับ จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกในการติดต่อเพื่อรับบริการทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ทั้งการขอ ความช่วยเหลือ และได้รับการช่วยเหลือเกี่ยวกับปัญหาจากเจ้าหน้าที่ พนักงานในกรณีที่เกิดปัญหา หรือเมื่อต้องการ ข้อมูลสำคัญทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกรัตน์ เพ็ชรกอ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย คือ กลยุทธ์การพัฒนาด้านการบริการการท่องเที่ยว

ด้านบุคลากร ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 6 ปัจจัยย่อยที่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเห็น คือ จำนวนเจ้าหน้าที่ พนักงานที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม เพียงพอ การแก้ปัญหาของเจ้าหน้าที่ และบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ จะเห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการ ให้มีจำนวนเจ้าหน้าที่ และพนักงานที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและเพียงพอ และสามารถ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ ตรงกับผลการศึกษาวิจัยของ รสสุคนธ์ ชันคำภาส (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้ บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่พบว่า สามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยว ชายแดนจังหวัดนครพนมภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์หลัก คือ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากร และกลยุทธ์ด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดน จะเห็นว่า ปัจจัย ด้านบุคลากรถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุดจากปัจจัยทุกด้าน แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตากรวมไปถึงการจอง การซื้อสินค้า และบริการยังไม่สะดวกมากนัก ก็ไม่ส่งผลกับการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยในด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกในการจองหรือซื้อบริการ ทางการท่องเที่ยว ดังนั้น หากช่องทางการจองสินค้า การซื้อสินค้า สะดวกก็จะตรงกับความต้องการของ

นักท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมากขึ้นตามไปด้วย โดยมีผลการวิจัยของ สุรวณี เชื้อครุฑ (2554) เรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ ทางอินเทอร์เน็ต พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลของสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตเร็วมาก คือ มีการซื้อทันทีหากถูกใจ ปัจจัยย่อยอีกอย่างที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ความสะดวกในการใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ตรงกับงานวิจัยของ กนกอร ศิริฐิติ (2549) เรื่องการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง ที่มีผลการวิจัยว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัย รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ สถานีบริการน้ำมัน ถนน เป็นต้น

สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยขอสรุปผลโดยตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

ด้านลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากนั้น ถือได้ว่ายังสามารถรักษาความเป็นลักษณะดั้งเดิมเอาไว้ได้ เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังน้อย และการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ และพื้นที่ใกล้เคียงยังไม่สะดวกสบายมากนัก เช่น น้ำตกทีลอซู น้ำพุร้อนแม่กาษา อุทยานแห่งชาติแม่เมย อีกทั้งในด้านวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่ง เช่น วัดหรือศาลเจ้ามีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร คือ เป็นการรวมกันของสองวัฒนธรรม ไทย-เมียนมาร์ ซึ่งแตกต่างจากที่อื่น จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากยังคงขาดความหลากหลายทางการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวหลักยังมีเพียงแค่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเท่านั้น ส่วนในด้านอื่น ๆ ยังขาดการส่งเสริมหรือสร้างเพิ่ม นอกจากนี้ในด้านสินค้าของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวก็ยังขาดเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ขาดการส่งเสริมจากภาครัฐ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา มีจำนวนไม่น้อยมีความต้องการซื้อของฝากของที่ระลึกกลับไปแต่ยังไม่มีสินค้าใดที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างชัดเจน

ด้านราคา ราคาสินค้าและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในปัจจุบันของพื้นที่ศึกษาวิจัย ยังไม่สูงมากนัก ถ้าเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ แต่ทั้งนี้พบว่า ยังขาดมาตรฐานการตั้งราคาหรือการแสดงราคาที่ชัดเจน ณ จุดขาย ดังนั้น จึงควรดำเนินการแก้ปัญหาตรงนี้ให้เร็วที่สุด นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับรายจ่ายที่นักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้พร้อมกันนั้นผู้ประกอบการก็พึงพอใจด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดของสินค้าและบริการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ในปัจจุบันนั้น ยังเป็นแบบต่างคนต่างทำ ขาดความร่วมมือซึ่งกันและกัน จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวค่อนข้างให้ความสำคัญกับส่วนลดหรือโปรโมชั่นที่ได้รับ หากสามารถรวมกันจัดทำโปรโมชั่นที่คุ้มค่าในสายตานักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวก็จะให้ความสนใจอย่างแน่นอน นอกจากนี้ในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นทางการท่องเที่ยวก็สำคัญ โดยผลการศึกษาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบอีกว่า นักท่องเที่ยวนิยมใช้โซเชียลมีเดีย อินเทอร์เน็ต ดังนั้น จึงควรจัดทำประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อเหล่านี้ด้วย

ก็จะได้ผลดียิ่งขึ้น

ด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อช่วยแก้ปัญหาหรือขอรับข้อมูลทางการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันในพื้นที่ท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษตากยังขาดความสะดวกในด้านนี้อยู่มาก จึงควรจัดเจ้าหน้าที่บริการด้านการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวและขนาดของพื้นที่ รวมทั้งควรพัฒนาช่องทางการติดต่อที่สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นจากการที่นักท่องเที่ยวยังกังวลกับด้านการติดต่อเจ้าหน้าที่ สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวยังมีความกลัวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อยู่ จึงควรหาวิธีแก้ปัญหาโดยเร็วที่สุด

ด้านบุคลากร จากการที่จำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการยังไม่เพียงพอ และยังไม่เข้าใจในการบริการทางการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง จึงส่งผลให้ภาพลักษณ์โดยรวมของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเป็นไปในด้านลบ เพราะเจ้าหน้าที่เหล่านี้เปรียบเสมือนเจ้าบ้านที่คอยต้อนรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น นอกจากการต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่เพียงพอแล้วนั้น ยังต้องมีการอบรมเพิ่มความรู้ด้านการบริการให้กับเจ้าหน้าที่เหล่านั้นอีกด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในปัจจุบัน การซื้อ การจอง การใช้บริการสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากนั้น ยังขาดความสะดวกอยู่ ผู้ประกอบการจึงควรเร่งพัฒนาในด้านนี้อย่างเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาจดูแบบอย่างมาจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จแล้ว เช่น ช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือหากสามารถดำเนินการให้นักท่องเที่ยวสามารถจองสินค้าบริการจากมือถือได้ก็จะยิ่งตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชาวบ้านในพื้นที่ควรร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงความเป็นดั้งเดิมเอาไว้ให้คงอยู่สืบไป และสร้างมาตรการด้านการให้ความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยว ในพื้นที่เขตพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก นอกจากนี้ควรเร่งพัฒนาด้านการจองสินค้าและบริการให้สะดวกกับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น การให้บริการรับจองสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวเมียนมา ที่ในปัจจุบันมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเป็นจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีกำลังซื้อสูง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกรัตน์ เพ็ชรกอ. (2555). การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กนกอร ศิริจิตติ. (2549). การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กมลรัตน์ รัตนานพ. (2550). แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2541). ตีโจทย์อย่างไรการท่องเที่ยวไทยจึงยั่งยืน. วารสารเกษมบัณฑิต, 17 (1), 61-63.
- ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. 2553. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- เพชร บุดสีทา. (2552). การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- รสสุคนธ์ ชันคำกาศ. (2556). การจัดการกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). หลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. [Online]. Available: <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0007.pdf>. [มกราคม 24].
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ และวรินทร์า ศิริสุทธิกุล. (2555). แผนการตลาดเพื่อส่งเสริมคุณค่าครัวไทยสู่ตลาดอาเซียน: กรณีศึกษา ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สำนักงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก. (2557). ความเป็นมาและการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก. [Online]. Available: <http://www.takseze.com/th/page/establishment.html>. [มกราคม 24].
- สุรวณี เชื้อครุฑ. (2554). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุดมพร กงเพชร. (2548). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Likert, R. (1967). *The Human Organization; Its Management and Value*. New York: McGraw-Hill.

World Tourism Organization. (2014). **E-marketing for Tourism Destinations**. [Online]. Available: <http://www2.unwto.org/publication/handbook-e-marketing-tourism-destinations-fully-revised-and-extended-version-30>. [2016, January 27].