



กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

Marketing Communication Strategies to Promote
Health Tourism in Nakhon Si Thammarat Province

สุพัตรา คำแหง^{1*} สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ¹
Supatra Khumhaeng^{1*}, Suthikan Keawkhongbun¹

(Received: June 24, 2021; Revised: August 31, 2021; Accepted: October 5, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาการตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาได้แก่ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม การพัฒนาการตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ด้านการบริการท่องเที่ยวและข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ
คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นครศรีธรรมราช

Abstract

The research aims 1) to study factors affected to tourists in making decision to visit local markets which this study targets to promote health tourism in Nakhon Si Thammarat province and

¹คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช

¹Faculty of Management Technology Rajamangala University of Technology Srivijaya

Nakhon Sri Thammarat province

*Corresponding author. E-mail: supatra.k@rmutsv.ac.th



2) to study the development of local markets in Nakhon Si Thammarat province. The population and samples are tourists whose their destinations were for health tourism in Nakhon Si Thammarat province, selected by purposive sampling and convenience sampling techniques. Descriptive statistics were used to analyze data including frequency, percentage, and standard deviation as well as inferential statistics analysis.

The results showed that factors affected to tourists in making decision to visit local markets in Nakhon Si Thammarat province were herbal products for health and beauty. The development of local markets to promote health tourism were travel services. In addition, the marketing communication of local tourism to promote health tourism was to organize special events.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Health tourism, Nakorn Sri Thammarat

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นการบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญ คือ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน นักท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนมุมมองการบริโภคการท่องเที่ยวที่ต้องได้รับการส่งเสริมสุขภาพขณะเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนทั้งจากกิจกรรมการท่องเที่ยวและบรรยากาศสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการในการส่งเสริมสุขภาพให้ดีขึ้น ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวต้องให้คุณค่าทางร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณแก่นักท่องเที่ยว (รวีวรรณ โรยรา, 2558) จากการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราชมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงสุดในกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองภาคใต้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2561 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) เช่น “โครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด” “โครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด” และมาตรการลดหย่อนภาษีในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองของภาครัฐในปี พ.ศ. 2561 อีกทั้งจังหวัดนครศรีธรรมราชมียุทธศาสตร์และกำหนดวิสัยทัศน์จังหวัดให้เป็น “นครแห่งการเรียนรู้ เกษตรท่องเที่ยว นวัตกรรม ชุมชนเข้มแข็ง” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 โดยนิยามนครแห่งการท่องเที่ยว หมายถึง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีคุณภาพได้มาตรฐานทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีแนวคิด



ส่งมอบประสบการณ์ที่ “ดีกว่าเดิม” ให้แก่นักท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ถึงความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ศาสนา ประวัติศาสตร์ ซึ่งกระจายตัวอยู่ใน 23 อำเภอ เหมาะแก่การท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมดูแลสุขภาพ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2557)

อย่างไรก็ตามจังหวัดนครศรีธรรมราชยังไม่มีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะกายภาพรูปแบบการจัดการและลักษณะการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช ยังไม่มีการศึกษาวิจัยเชิงลึกให้ชัดเจนว่าจะสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มากน้อยเพียงใด จึงเป็นช่องว่างของการวิจัยซึ่งต้องการคำตอบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ให้ตอบสนองยุทธศาสตร์ของชาติทันกระแสนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเสริมสร้างการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้เข้มแข็งเป็นระบบและมีกลไกการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรอบด้าน และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus) หรือโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงในระดับโลก รวมถึงประเทศไทยมีการประกาศภาวะฉุกเฉิน เพื่อควบคุมการแพร่ระบาด มีมาตรการ “ระยะห่างทางสังคม” (Social distancing) และ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาวิธีการเพื่อการปรับกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการปรับตัวในสังคมชีวิตวิถีใหม่ (New normal) (Adhphki, 2020)

ด้วยสาเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะค้นคว้าวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชและเพื่อศึกษาการพัฒนาการตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาพัฒนาการตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช



การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะ เพื่อป้องกัน ฟันผุ หรือปรับปรุงสุขภาพ เช่น การนวด การประคบสมุนไพร สูดนธบำบัด การอาบน้ำแร่ และฤๅษีดัดตน เป็นต้น (Kaiwansil, Sangpikul, & Ponggyelar, 2018) และเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจโดยตรงของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว (Mill & Morrison, 2012) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ (Pummanee, 2016) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบผสมผสาน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การทำสปา การนวด การอาบน้ำ ออกกำลังกายและการทำสมาธิ (Global Well ness Institute, 2015) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่แสดงถึงศักยภาพการท่องเที่ยวและสนับสนุนให้จุดหมายปลายทางมีความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม อาหาร และเครื่องดื่ม (ราณี อธิชัยกุล, 2560)

การสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำธุรกิจเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มในการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า (ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ, 2557; Kotler & Keller, 2016) การสื่อสารการตลาดเป็นกระบวนการนำการสื่อสารการตลาดจากหลากหลายช่องทางมาทำการผสมผสานและบูรณาการเพื่อใช้ในการทำการตลาดร่วมกัน โดยมุ่งเน้นการจูงใจและกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า (เหมือนจิต จิตสุนทรไชยกุล, 2561)

ตลาดท้องถิ่น

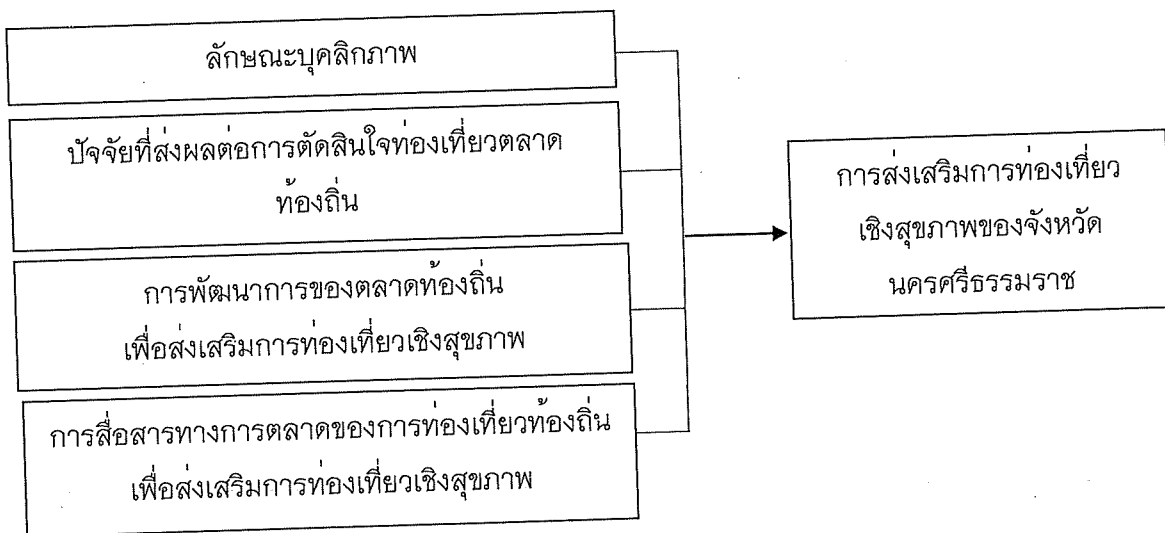
ตลาดท้องถิ่น หมายถึง ตลาดท้องถิ่นที่ชุมชนท้องถิ่นเป็นเจ้าของกิจการ มีการผลิตสินค้า การให้บริการโดยบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันในท้องถิ่นเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ ผลผลิตมาจากงานสร้างสรรค์โดยนวัตกรรมของชุมชนท้องถิ่น มีความสอดคล้องกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ (Noknoi et al., 2012) การเกิดขึ้นของตลาดท้องถิ่นส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของชุมชน เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพแก่คนในชุมชน ลดปัญหาการเคลื่อนย้ายของแรงงาน (Na Sakolnakorn, 2011) ตลาดท้องถิ่นมีหลักการพื้นฐานที่สำคัญ ดังนี้ (1) พัฒนาระบบภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (2) ชุมชนมีการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์และ (3) ชุมชนมีการสร้างทรัพยากรมนุษย์ (ธวัชชัย กฤติยาภิชาติกุล, 2547)



การพัฒนาการของตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนท้องถิ่น การเปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกขั้นตอนและชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสะดวกรวดเร็วและไม่ขัดแย้งกัน และช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืนและเกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวและในที่สุดชุมชนท้องถิ่นจะมีส่วนในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน (ทิพย์สุตา พุฒจรรยา, 2559)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการประมาณการสัดส่วนเพื่อคำนวณหาปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% (กัลยาภาณีชัยบัญชา, 2560)



ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 384.16 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลจึงใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่ายแบบบังเอิญของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในนครศรีธรรมราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตอนที่ 4 การพัฒนาการของตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษาจำนวน 3 ท่าน แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item object congruence: IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อ ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไปใช้ในแบบสอบถามสอดคล้องกับพงษ์เดช สารการ (2561) ถ้าค่า IOC ของข้อคำถามนั้น ≥ 0.50 ตัดสินใจได้ว่าข้อคำถามในข้อนั้นสามารถวัดในสิ่งที่ต้องการวัดได้ แสดงว่าให้คัดเลือกข้อคำถามข้อนั้นเก็บไว้ในแบบสอบถามต่อไป

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงและแก้ไขให้ถูกต้องแล้วไปทดลองใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง (Try out) จำนวน 50 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการหาความสอดคล้องภายในของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 ซึ่งสอดคล้องกับธานินทร์ ศิลป์จารุ (2557) การกำหนดค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับไม่ต่ำกว่า 0.80 และข้อคำถาม



แต่ละข้อต้องมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อไม่ต่ำกว่า 0.30 แสดงว่าแบบสอบถามฉบับนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามแบบปิด จำนวน 6 ข้อ ดังนี้

- ข้อที่ 1 เพศ การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 2 อายุ การวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 5 อาชีพ การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในนครศรีธรรมราช ลักษณะของคำถามแบบ Semantic differential scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว คือ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert scale มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) เป็นระดับการวัดออกเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น

ตอนที่ 4 การพัฒนาการของตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert scale มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) เป็นระดับการวัดออกเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert scale มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)



เป็นระดับการวัดออกเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณ ช่วงกว้างของชั้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยลงพื้นที่แจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง

ขอบเขตด้านพื้นที่ที่เลือกศึกษา

ผู้วิจัยเลือกศึกษาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพครอบคลุมกระจายพื้นที่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 23 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช อำเภอพรหมคีรี อำเภอลานสกา อำเภอฉวาง อำเภอพิปูน อำเภอเชียรใหญ่ อำเภอชะอวด อำเภอท่าศาลา อำเภอทุ่งสง อำเภอนาบอน อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอปากพนัง อำเภอร่อนพิบูลย์ อำเภอบางขัน อำเภอนบพิตำ อำเภอสิชล อำเภอขนอม อำเภอหัวไทร อำเภอพระพรหม อำเภอถ้ำพรรณรา อำเภอจุฬาภรณ์ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และอำเภอช้างกลาง

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษาเป็นระยะเวลา 12 เดือน (ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2562 – 30 กันยายน 2563)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามครบตามจำนวน ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical package for sciences)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ตลาดท้องถิ่น การพัฒนาการของตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการสื่อสารทางการตลาดของการท่องเที่ยวท้องถิ่น โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)



ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ร้อยละ
เพศหญิง	57.50
อายุระหว่าง 30 - 39 ปี	33.75
สถานะภาพโสด	49.25
การศึกษาระดับปริญญาตรี	36.25
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	30.75
รายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000	33.75

จากตารางที่ 1 พบว่า การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.75 สถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.75 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 คิดเป็นร้อยละ 33.75

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะบุคลิกภาพ	ค่าเฉลี่ย
มีความคิดสร้างสรรค์	3.72
เป็นคนสนุกสนาน	3.62
เป็นคนทันสมัย	3.59
ชอบเดินทางในสถานที่แปลกใหม่	3.58
ชอบค้นหาพจนานุกรม	3.53
ชอบลองของใหม่	3.52
ชอบท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ	3.46
ชอบความหรูหรา	3.03
ชอบเข้าสังคม	2.85



จากตารางที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์ลักษณะบุคลิกภาพ คือ มีความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา เป็นคนสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ย 3.62 เป็นคนทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.59 ชอบเดินทางในสถานที่แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.58 ชอบค้นหาพจนานุกรม มีค่าเฉลี่ย 3.53 ชอบลองของใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ชอบท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ มีค่าเฉลี่ย 3.46 ชอบความหรูหรา มีค่าเฉลี่ย 3.03 และชอบเข้าสังคม มีค่าเฉลี่ย 2.85

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	
การนวดแผนไทย	ใช้บริการนวดไทยแผนโบราณตามโปรแกรม นวดในศูนย์บริการต่าง ๆ	3.17	1.13	ปานกลาง
การนวดเท้า	การใช้บริการนวดแผนเท้าแผนไทยตาม โปรแกรม นวดในศูนย์บริการ	3.09	1.05	ปานกลาง
การอบ / ประคบสมุนไพร	การอบสมุนไพรแบบ "เซาว์น่า" โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตา	3.09	1.01	ปานกลาง
สูดคนธบำบัด	การใช้กับผิวหนังโดยตรง โดยทาน้ำมันหอมระเหยบนผิวหนังแล้วนวดร่างกายด้วยมือเปล่าแบบลูบไล่ไปมาด้วยน้ำหนักที่สม่ำเสมอ ช่วยคลายเครียดและลดความปวดเมื่อย	3.48	1.03	มาก
การบริการอาบน้ำแร่	อาบน้ำแร่ในแหล่งบ่อน้ำแร่	3.52	1.04	มาก
วาริบำบัด	การออกกำลังกายแอโรบิกในน้ำ (ไฮโดรเทอร์ราปี)	3.45	1.01	มาก
การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน	การออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือที่เรียกว่า "โยคะ"	3.29	1.02	ปานกลาง
การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา	การนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาชั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ หรือสถานที่ปฏิบัติธรรม	2.61	1.29	ปานกลาง



ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
(ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
การบริการอาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ	3.07	1.04	ปานกลาง
การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	3.54	1.01	มาก
สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม			

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มากที่สุด คือ การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม การใช้สมุนไพรในการทำ ความสะอาดและบำรุงผิวพรรณเช่น พอก ชัด ตามร่างกาย ($\bar{x}=3.54$) ระดับมาก รองลงมาคือการบริการอาบน้ำแร่ อาบน้ำแร่ในแหล่งบ่อน้ำแร่ ($\bar{x}=3.52$) ระดับมาก สูดนอบำบัด การใช้กับผิวหนังโดยตรง โดยทาน้ำมันหอมระเหยบนผิวหนังแล้วนวดร่างกายด้วยมือเปล่าแบบลูบไล้ไปมาด้วยน้ำหนักที่สม่ำเสมอ ช่วยคลายเครียดและลดความปวดเมื่อย ($\bar{x}=3.48$) ระดับมาก วารีบำบัด การออกกำลังกายแอโรบิก ในน้ำ (ไฮโดรเทอราปี) ($\bar{x}=3.45$) ระดับมาก การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือที่เรียกว่า “โยคะ” ($\bar{x}=3.29$) ระดับปานกลาง การนวดแผนไทย ใช้บริการนวดไทยแผนโบราณตามโปรแกรมนวดในศูนย์บริการต่างๆ ($\bar{x}=3.17$) ระดับปานกลาง การนวดเท้า การใช้บริการนวดแผนเท้าแผนไทยตามโปรแกรมนวดในศูนย์บริการ ($\bar{x}=3.09$) ระดับปาน การอบ/ประคบสมุนไพร การอบสมุนไพรแบบ “เซาว์น่า” โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตา ($\bar{x}=3.09$) ระดับปานกลาง การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ทานอาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหาร มังสวิรัติ ($\bar{x}=3.07$) ระดับปานกลางและที่น้อยที่สุดคือ การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา การนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ หรือสถานที่ปฏิบัติธรรม ($\bar{x}=2.61$) ระดับปานกลาง



ตารางที่ 4 การพัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช

การพัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช		\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านการจัดการท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีบรรยากาศดี ร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ	3.48	0.9	มาก
ด้านการบริการท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสะอาดบริสุทธิ์	3.66	0.91	มาก
ด้านการจัดการตลาด	สินค้าเอกลักษณ์และโดดเด่นของชุมชน	3.48	0.97	มาก
ด้านการเข้าถึง	เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความปลอดภัย	3.63	0.89	มาก
ด้านที่พัก	มีที่พักอยู่ในรัศมีใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.49	0.81	มาก
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.57	0.98	มาก
ด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรอย่างชัดเจน	3.54	0.98	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	มีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้บริการ แก่ นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.62	0.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้านการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการบริการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.66$) ระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง ($\bar{x} = 3.63$) ระดับมาก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.57$) ระดับมาก ด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.54$) ระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 3.62$) ระดับปานกลาง ด้านที่พัก ($\bar{x} = 3.49$) ระดับมาก ด้านการจัดการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.48$) ระดับมาก ด้านการจัดการตลาด ($\bar{x} = 3.48$) ระดับมาก



และความหลากหลายหรือจะเป็นจุดหมายปลายทางที่ต้องมีความน่าสนใจและแปลกใหม่และที่น้อยที่สุด คือ ด้านโฆษณา ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ การรับรู้สื่อโฆษณา กับกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีความสัมพันธ์กัน ผู้ประกอบการชุมชนควรศึกษาเพิ่มเติมด้านโฆษณา เพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจและเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้นโดยการใช้สื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความพึงพอใจ ความต้องการและความคาดหวังกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อหาวิธีการพัฒนาและส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น

2.2 ควรศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์เพิ่มเติม เช่น ลักษณะการดำเนินชีวิต หรือพฤติกรรมอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและรองรับการท่องเที่ยวในยุคสังคมใหม่ Social distancing economy เศรษฐกิจ New normal

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). โควิด-19 คืออะไร. สืบค้นจาก <https://ddc.moph.go.th>
- กฤตชญา เทพสุวิวงศ์, และเขมิกา คุ่มเพชร. (2560). ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเกาะพยาม จังหวัดระนอง. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 17(1), 7-15.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 (*Tourism Statistics 2019*). สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- จิตาภา ทัดหอม. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้ประกอบการออนไลน์ใน กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.



- จิตพิสูทธิ์ หงษ์ขจร. (2560). ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนัญชิตา อนุชาติ. (2558). กลยุทธ์องค์กรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : กรณีศึกษาโรงพยาบาลไทย แพทย์แผนโบราณสกลนคร หลวงปู่แป๊ะ สุภัทโท. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10 (2), 84-94.
- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อภาคธุรกิจ. วารสารปัญญา ภิวัฒน์, 5(2), 246-253.
- ทิพย์สุตา พุฒจรรยา. (2559). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธวัชชัย กฤติยาภิชาติกุล. (2547). ร้อยเรื่องเมืองพานิชย์. กรุงเทพฯ: สันติภาพ พรินท์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: เอส อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- พงษ์เดช สารการ. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ. สืบค้นจาก <https://redcap.kku.ac.th/pongdech/images/การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.pdf>
- รจติ คงหาญ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการธุรกิจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงอายุเขตอันดามัน. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11 (ฉบับพิเศษ), 18-30.
- รวีวรรณ โรยรา. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียน สโตร์.
- ราณี อิลิชัยกุล. (2560). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรารักษ์ สักแสน. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารแปส ในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่.



- เหมือนจิต จิตสุนทรไชยกุล. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ADHPHKI. (2020). The New Coronavirus and Companion Animals – Advice for WSAVA Members. Retrieved from <http://adhphki.org/article/wsavascientific-and-one-health-commitees-advisory-document-updatedfebruary-29th2020-new>.
- Kaiwansil, P., Sangpikul, A. & Ponggyelar. (2018). Push-pull factors and behavior affecting Thai consumers decision to use day spa. Ph.D. in Social Sciences Journal, 8(2), 1-13. [in Thai]
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). Marketing Management (15th ed). Edinburgh: Pearson Education.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2012). *The Tourism System, 7th ed.* Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Noknoi, C., Boripunt, W. & Lungtae, S. (2012). Key success factors for obtaining a One Tambon One Product food five- star rating in Phatthalung and Songkhla provinces. European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, 48 (May), 96-103.
- Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2011). Economic and Social Development by Management Using Outsourcing and Subcontracting Strategy. The International Journal of Environmental, Cultural, Economic & Social Sustainability, 7(5), 273-286.
- Pummanee, T. (2016). *Tourism industry* (4th ed.). Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.
- The Global Wellness Institute. (2015). *Types of Wellness Tourism. The Global Wellness Tourism Economy Report 2013 & 2014.* In Global Spa & Wellness Economy Monitor (pp. 39-40). Miami: GWI.



ที่ อว ๐๖๐๘.๐๑.๔.๑/๗๖๗๓

กองบรรณาธิการวารสาร
มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
ต.โคกเคียน อ.เมือง จ.นราธิวาส ๙๖๐๐๐

๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ตอบรับลงตีพิมพ์บทความวิจัย
เรียน สุพัตรา คำแหง

ตามที่ ท่านได้ส่งบทความวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดท่องเที่ยว
ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช” มาเพื่อลงตีพิมพ์
เผยแพร่บทความในวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นั้น

กองบรรณาธิการวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ขอแจ้งผลการพิจารณาว่า
บทความดังกล่าวได้ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ (Peer review) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และกองบรรณาธิการ
วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ยินดีรับบทความดังกล่าว
ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ ประจำเดือนมกราคม – มิถุนายน ๒๕๖๕

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายทอง แก้วฉาย)
บรรณาธิการวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กองบรรณาธิการวารสาร
มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
โทร ๐-๗๓๗๐-๙๐๓๐-๕๕ ต่อ ๑๑๖๑
โทรสาร ๐-๗๓๗๐-๙๐๓๐-๕๕ ต่อ ๑๑๗๓
มือถือ ๐๙-๓๖๐๔-๓๒๔๗
E-mail: pnu_huso@hotmail.com
Website : <http://journalhuso.pnu.ac.th>

หมายเหตุ : หนังสือรับรองฉบับนี้จะสมบูรณ์เมื่อบทความดังกล่าวได้ลงตีพิมพ์ในวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาส
ราชนครินทร์เท่านั้น

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชชนครินทร์
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
Princess of Naradhiwas University
Journal of Humanities and Social Sciences

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
รับพิจารณาตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการประเภทบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์
บทความพิเศษ และบทความปกิณกะ ทั้งนี้บทความต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารอื่นใดมาก่อน
นับจากวันที่ผู้เขียนได้ส่งบทความต้นฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการ

- วัตถุประสงค์
1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย บทความทางวิชาการ ในด้านเศรษฐศาสตร์
บริหารธุรกิจและการจัดการ ครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์ จิตวิทยา สังคมวิทยา
นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน
มานุษยวิทยา โบราณคดี ประชากรศาสตร์ อักษรศาสตร์ ศิลปศาสตร์
และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 2. เพื่อสร้างเครือข่ายทางวิชาการทั้งในสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาชีพ
ที่เกี่ยวข้อง
 3. เพื่อตอบสนองพันธกิจหลักในการสร้างองค์ความรู้ และการเผยแพร่ผลงานวิจัย
และผลงานทางวิชาการของมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชชนครินทร์

สำนักงาน

กองบรรณาธิการวารสาร

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชชนครินทร์

อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส 96000

โทร. 0-7370-9030 ต่อ 1611 โทรสาร 0-7370-9030

<http://journal/pnu.ac.th>, E-mail: pnu_jr@hotmail.com

บทบรรณาธิการ

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้ย่างก้าวเข้าสู่ปีที่ 9 ซึ่งในฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน) ของทุกปี ถือเป็นโอกาสอันดีที่จะได้ สวัสดิ์ดีปีใหม่มายังทุกท่าน และในปี พ.ศ. 2565 นี้ กองบรรณาธิการขอส่งความปรารถนาดี ให้ทุกท่านประสบแต่สิ่งดีงาม มีความสุขในการดำเนินชีวิต สุขภาพแข็งแรงปราศจากโรคภัย ที่ร้ายล้อมรอบตัว

ทั้งนี้วารสารขอแนะนำเรียนให้ทุกท่านทราบว่า ตั้งแต่ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 เป็นต้นไป วารสารได้มีการ ปรับเปลี่ยนขอบข่ายสำหรับสาขาย่อยเพื่อให้มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นตามนโยบาย ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย โดยสาขาหลักในด้านสังคมศาสตร์ ประกอบไปด้วยสาขาวิชา ศิลปะและมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ และสาขาวิชาบริหารธุรกิจ การจัดการและ การบัญชี ในแต่ละสาขาหลักมีสาขาย่อยดังนี้คือ ภาษาและภาษาศาสตร์ สังคมศาสตร์ทั่วไป ศึกษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ และบริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการ และการบัญชี ทั้งนี้เพื่อให้ วารสารมีความเฉพาะเจาะจงและบทความทางวิชาการที่มีความลุ่มลึกในศาสตร์มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะยัง ประโยชน์และคุณค่าต่อผู้ที่ได้นำองค์ความรู้ไปใช้ได้ต่อไป

วารสารยังคงยึดมั่นวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และแลกเปลี่ยน องค์ความรู้ของนักวิชาการทั้งภายในและภายนอก ภายใต้ขอบเขตของสาขาวิชา เพื่อเป็นการ ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรและนักวิชาการได้มีโอกาสเสนอผลงานทางวิชาการเพื่อเผยแพร่และ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ กองบรรณาธิการมีความมุ่งมั่น และตั้งใจอย่างเต็มเปี่ยมในการผลิตวารสารที่มี คุณภาพตามมาตรฐานทางวิชาการ

บทความฉบับนี้มีทั้งสิ้น 17 เรื่อง ซึ่งประกอบไปด้วยบทความวิจัย จำนวน 16 เรื่อง และ บทความวิชาการจำนวน 1 เรื่อง ล้วนแล้วแต่เป็นบทความที่น่าสนใจในการค้นพบองค์ความรู้ ในแต่ละเรื่องราวเหล่านั้น ทางกองบรรณาธิการรู้สึกยินดียิ่ง ที่ยังคงได้รับความไว้วางใจจาก นักวิชาการหลากหลายหน่วยงานส่งผลงานลงตีพิมพ์ในวารสาร และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความ สนใจติดตามวารสารมาอย่างต่อเนื่อง ทำหน้าที่คาดหวังว่าบทความจากวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ ต่อผู้อ่านทั้งในทางวิชาการ และวิชาชีพทุกท่าน

บรรณาธิการ

สารบัญ...

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Princess of Naradhiwas University

Journal of Humanities and Social Sciences

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาสามน้ำแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา นิจกานต์ หนูอุไร	76	The Packaging Development of Processed Amphidromous Fish to Increase Economic Value in the Watershed Area of Songkhla Lake, Khuan Niang District, Songkhla Province Nitchakam Noo-urai
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามและการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมคราม ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาตำบลพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร เปรม โภษาแสง จิรศักดิ์ โภกาวิณ	91	Indigo Dyeing Product Development and Marketing Promotion of Indigo Dyeing Products of Natural Dyeing Weaving Group at Ban Phanna, Phanna Sub-district, Sawang Daen Din District, Sakon Nakhon Province Prem Kosasaeng Jeerasak Pokawin
กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช สุพัตรา คำแหง สุทธิกาญจน์ แก้วคงบุญ	114	Marketing Communication Strategies to Promote Health Tourism in Nakhon Si Thammarat Province Supatra Khumhaeng Suthikan Keawkhongbun
ทุนทางสังคมกับองค์การการเงินชุมชนหมู่บ้านนิคมพัฒนาหมู่ 7 ตำบลท่าชะมวง อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา ณัฐฐา เลิศปัญญาวิวัฒน์ วันชัย ธรรมสัจการ เอมอร เจียรมาศ ธิตีพัทธ์ บุญปก	133	The Social Capital and Community Financial Organization of Nikompattana Village 7, Tachamuang Sub-district Rattaphum District Songkhla Province Nattha lertpanyawiwat Wanchai Dhammasaccakarn Aim-on Jiamat Thitipat boonpok

สารบัญ...

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Princess of Naradhiwas University

Journal of Humanities and Social Sciences

กลยุทธ์การแข่งขัน ความสามารถทางการตลาด และ ความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อ ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการมุสลิม ขนาดกลางและขนาดย่อม ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดน ภาคใต้ มีเดียน จูมะ ยุพวดี ศรีสุวรรณ นพดล เจ๊ะมะ แวรอสนีย์ สะเมาะ	216	Competitive Strategy, Marketing Capability and Adaptability Influenced the Competitiveness of Small and Medium-Sized Muslim Entrepreneurs in the Three Southern Border Provinces Meedian Chumat Yupawadee Sreesuwan Nopdon Chema Wqerosnee Samoh
การพัฒนาศักยภาพครูด้านการจัดทำวิจัยปฏิบัติการใน ชั้นเรียนเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะผู้เรียนตามแบบ CCPR ไชยวัฒน์ ชูมนาเสียว อาคม อึ้งพวง	239	Development of Teachers' Potential in Conducting a Classroom Action Research to Enhance Learners' Characteristics based on CCPR Model Chaivat Chumnasiao Arkorn Eungpuang
การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ เรื่อง พลังงาน ทดแทน ในจังหวัดนราธิวาส สำหรับนักเรียนโรงเรียน เอกชนสอนศาสนาอิสลาม อาเร็ง รอมแม จามจური จุลพูล อรอนงค์ อิสระนรากุล	258	Development of Multimedia for Learning on Alternative Energy in Narathiwat Province for Students in Private Islamic Schools Arreng Romae Chamchuri Chunphun Onanong Isaranarakul
แนวทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการจัดการ เรียนการสอนของโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ เอกภักดิ์ มีชัย แวรอสนีย์ สะเมาะ สุदारตน์ ทองซ่า อาปิตะ บริพันธ์	275	Guidelines for the use of Information Technology Implementation in Teaching and Learning Management within Islamic Private Schools in 3 Southern Border Provinces Ekkapak Meechai Wae-rosnee Samoh Sudarat Thongkhum Abida boripant



คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รับผิดชอบเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ ด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ จิตวิทยา สังคมวิทยา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน มานุษยวิทยา โบราณคดี ประชากรศาสตร์ อักษรศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยบทความที่จะตีพิมพ์เผยแพร่ ถ้าเป็นผลงานวิจัยต้องดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน 5 ปี (ในกรณีที่บทความวิจัยที่เป็นหรือเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ต้องมีหนังสือรับรองและลงนามทั้งอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และนักศึกษาผู้ทำวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์) บทความที่จะตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ในระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น และกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับเพื่อความเหมาะสมและเป็นไปตามเกณฑ์ที่กองบรรณาธิการกำหนด

ประเภทของบทความ

1. บทความวิจัย
2. บทความวิชาการ
3. บทความปริทัศน์ บทความพิเศษ และปกิณกะ

การเตรียมบทความต้นฉบับ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป MS Word 97/03 for Windows แบบอักษร TH Niramit AS ขนาดตัวอักษร 16 อักษรปกติ พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษ A4 ระยะขอบกระดาษ ด้านบน-ด้านล่าง 2.54 ซม. ด้านใน 3.17 ซม. ด้านนอก 2.54 ซม. ไม่เกิน 12 หน้า (ไม่รวมรายการอ้างอิง)
2. ชื่อเรื่อง พิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลาง ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา มีชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. ชื่อผู้เขียน พิมพ์ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อยู่ใต้ชื่อเรื่องโดยชิดขอบกระดาษด้านขวา ขนาดตัวอักษร 14 อักษรปกติ และให้ระบุตัวเลขเป็นตัวยกท้ายชื่อผู้เขียน เพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ทำงาน และ E-mail ของผู้เขียนบทความหลักไว้เป็นเชิงบรรทัดในหน้าแรก
4. ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน พิมพ์ชื่อหน่วยงานผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อยู่บรรทัดด้านล่างสุด ในหน้าแรก ขนาดตัวอักษร 12 อักษรปกติ ระบุ หน่วยงานต้น เรียงไปจนถึง หน่วยงานหลัก และ E-mail (สำหรับผู้เขียนหลัก) และให้ระบุตัวเลขเป็นตัวยกท้ายชื่อหน่วยงานผู้เขียน เพื่อแสดงรายละเอียดชื่อผู้เขียนบทความ ทุกท่าน ไว้เป็นเชิงบรรทัดในหน้าแรก
5. บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 300 คำ
6. คำสำคัญ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 3-5 คำ



ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิง

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

ใช้ระบบนาม-ปี (Name – year system) ตัวอย่างเช่น

ผู้เขียน 1 คน

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ, 2516)

(Siriphan, 2016)

ผู้เขียน 2 คน

(สายทอง แก้วฉาย และสรัญณี อุเสินยาง, 2562)

(Kaewchai & U-senyang, 2019)

ผู้เขียน 3-5 คน

การอ้างครั้งแรกให้ใส่ชื่อสกุลของทุกคน และการอ้างครั้งต่อไปให้ใส่เฉพาะชื่อสกุลของคนแรก แล้วตามด้วย และคณะ

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ, สายทอง แก้วฉาย และสรัญณี อุเสินยาง, 2563) ในการอ้างครั้งแรก

(Siriphan, Kaewchai, & U-senyang, 2020)

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ และคณะ, 2563) ในการอ้างครั้งต่อไป

(Siriphan et al., 2020)

ผู้เขียนมากกว่า 6 คน

การอ้างครั้งแรกและครั้งต่อ ๆ ไป ให้ใส่เฉพาะชื่อสกุลของคนแรกแล้วตามด้วย และคณะ

(ศิริพันธ์ุ ศิริพันธ์ุ และคณะ, 2563)

(Siriphan et al., 2020)

2. รายการอ้างอิง

2.1 การอ้างอิงทั่วไป

- 1) ถ้าผู้เขียนไม่เกิน 7 คน ใส่ชื่อผู้เขียนทุกคน ผู้เขียนตั้งแต่ 8 คน ขึ้นไป ให้ใส่ชื่อ 6 คนแรก และตามด้วย...และชื่อผู้เขียนคนสุดท้าย
 - 2) ถ้าแหล่งอ้างอิงมาจากหนังสือ หนังสือออนไลน์ หรือ e-book ให้เอียงชื่อหนังสือ
 - 3) ถ้าแหล่งอ้างอิงมาจากวารสาร ให้เอียงชื่อวารสาร
 - 4) ถ้าแหล่งอ้างอิงเป็นเอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ให้เอียงชื่อการประชุม
- ตัวอย่างเช่น

Akbar, M. A., Mahmood, S., Alsanad, A., Alsanad, A. A.-A., Gumaei, A., & Qadri, S. F.

(2020). A multivocal study to improve the implementation of global. *Journal Soft: Evaluation and Process*, e2252, 1–28.



2.5 วิทยานิพนธ์ ตัวอย่างเช่น

สร้อยณี อุสินยาง. (2559). สุขภาพองค์การขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่ภาคใต้
ประเทศไทย : การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างและการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของ
โมเดลตามบริบทวัฒนธรรมและประเภทขององค์การ (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุญญิตบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

2.6 บทความในวารสาร ตัวอย่างเช่น

U-senyang, S., Trichandhara, K., & Rinthaisong, I. (2017). Antecedents of organizational
health in Southern Thailand. *International Journal of Behavioral Science*, 12(1), 79–94.

ข้อแนะนำในการส่งต้นฉบับ

เมื่อผู้เขียนเตรียมไฟล์ต้นฉบับตามการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย/บทความวิชาการแล้ว สามารถส่งไฟล์
ต้นฉบับทาง

E-mail: pnu_huso@hotmail.com และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/login>

โดยลงทะเบียนสมาชิกเข้าเว็บไซต์ แล้วทำตามคำแนะนำสำหรับการใช้งานเบื้องต้นของระบบ

ThaiJO (สำหรับผู้แต่ง Author) ซึ่งมีรายละเอียดตามหัวข้อดังนี้

- การสมัครสมาชิกวารสาร (Author Register) (ผู้ที่ยังไม่มี Username, Password ในระบบ ThaiJO)
- การส่งบทความ (Submission)
- รอดตรวจสอบสถานะ การตอบรับ/ปฏิเสธ ทาง E-mail

ข้อแนะนำการส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผู้เขียนศึกษา ตรวจสอบขั้นตอนการส่งบทความวิจัย/วิชาการ และต้องดาวน์โหลดเอกสารที่เกี่ยวข้อง
ที่เว็บไซต์ <http://journal.pnu.ac.th> หลังจากนั้นส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องและบทความต้นฉบับ 1 ชุด ทางไปรษณีย์
ส่งมาที่

บรรณาธิการวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

ชั้น 3 อาคารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

99 ม.8 ต. โศกเคียน อ. เมือง

จ. นราธิวาส 96000

การติดต่อวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

ติดต่อได้ที่ งานวารสาร (คุณปิยนุช วัจนศิริ หรือ คุณชัมชัชชะห์ เจ๊ะสาเม๊ะ)

Tel 073-709-030 ต่อ 1161, Fax 073-709-030 ต่อ 1173

Mobile phone 09-3604-3247 E-mail: pnu_jr@hotmail.com