

บทบาทของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว
จังหวัดระยอง

The Role of Local Communities in Tourism Areas and Its Relationship with the
Promotion of Tourism Business in Rayong Province

ศิริเพ็ญ รามนุช

siripen ramnut

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Graduate students of Master of Arts Faculty of Liberal Arts, Krirk University

Corresponding Author, E-mail: Modloves1999@gmail.com

Received: 24 Sep 2025

Revised: 24 Dec 2025

Accepted: 27 Dec 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาระดับการสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว แผนเตรียมความพร้อม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร (2) เพื่อศึกษาระดับปัญหาอุปสรรค ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว แผนเตรียมความพร้อม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร (3) เพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว แผนเตรียมความพร้อม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร (4) เพื่อศึกษาระดับและทิศทางความสัมพันธ์การสร้างโอกาส ปัญหาอุปสรรค กับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างคือประชาชน อาศัยภาคตะวันออกจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า การสร้างโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานและ ปัญหาอุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

คำสำคัญ: บทบาทชุมชนท่องเที่ยว ,พื้นที่ท่องเที่ยว, การส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว, การสร้างโอกาสธุรกิจท่องเที่ยว ,การประกอบธุรกิจท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to: (1) examine the level of tourism business opportunity creation, including tourist confidence, conservation of tourist attractions, preparedness planning, and personnel capacity development; (2) investigate the level of challenges and obstacles in the same dimensions; (3) explore the level of tourism business promotion in terms of tourist confidence, conservation efforts, preparedness planning, and human resource development; and (4) study the levels and directional relationships between opportunity creation, obstacles, and tourism business promotion in the Eastern region. The sample consisted of 400 residents from the Eastern region of Thailand. Data were analyzed using both descriptive statistics—mean and standard deviation—and inferential statistics, including t-test, ANOVA, and Pearson's correlation coefficient.

The research findings indicated that opportunity creation was positively and significantly correlated with the promotion of tourism business in Rayong Province at the 0.05 level, supporting the research hypothesis. Similarly, challenges and obstacles were also found to have a statistically significant positive correlation with tourism business promotion in Rayong Province at the 0.05 level, aligning with the hypothesis.

Keywords: Community tourism roles, tourist areas, tourism business promotion, tourism business opportunity creation, tourism entrepreneurship

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เริ่มมีการพัฒนาอย่างจริงจังในช่วงต้นทศวรรษที่ 2500 โดยการก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี พ.ศ. 2503 ซึ่งมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในระดับโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มเติบโตและกลายเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของประเทศ โดยเฉพาะหลังจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ถนน การคมนาคม และสถานที่พัก การท่องเที่ยวในประเทศไทยมุ่งเน้นที่การดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ทั้งในด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ในช่วงทศวรรษที่ 2530 ประเทศไทยได้พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการเปิดเสรีทางการบินและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้ ประเทศไทยเริ่มเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น ทะเล เกาะ วัด และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐในด้านการตลาดการท่องเที่ยวช่วยให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างรวดเร็วในระดับนานาชาติ

จากการสำรวจทางเศรษฐกิจ พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 39.8 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 1.91 ล้านล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) การท่องเที่ยวจึงถือเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการจ้างงานในประเทศ ในแง่ของการจ้างงาน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้สร้างงานในหลายภาคส่วนทั้งโรงแรม ร้านอาหาร การขนส่ง และบริการอื่น ๆ ซึ่งทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่นต่าง ๆ รวมถึงช่วยลดปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในหลายพื้นที่ การท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ยังไม่

พัฒนาอย่างทั่วถึง เช่น ภูมิภาคท่องเที่ยวในชนบท ยังสามารถช่วยเพิ่มรายได้และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่เหล่านั้น และการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ โบราณสถาน และพื้นที่มรดกโลกทางวัฒนธรรมช่วยให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม ภาครัฐและเอกชนได้ร่วมมือกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและช่วยให้ท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการจะพัฒนาให้ กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลกได้ ซึ่งจากรายงานผลการจัดอันดับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรก ที่จัดอันดับโดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ(UNWTO) ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวจากทั่วโลกใน ระหว่างปีพ.ศ. 2566 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศมากเป็น อันดับที่ 10 ของโลก จำนวน 28.6 ล้านคน ในปี พ.ศ 2567 เพิ่มขึ้น เป็น จำนวน 45.0 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.6 ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเป็น อันดับที่ 2 รองจากประเทศจีน

ตารางที่ 1 ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนสูงสุด 10 อันดับแรกของโลก

ในปี พ.ศ. 2566 (United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Online, 2024)

อันดับที่/ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเยือน (ล้านคน)		อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%)
	2566	2567	
ฝรั่งเศส	100.2	100.0	-0.2
สเปน	85.2	98.0	+15.0
สหรัฐอเมริกา	66.5	75.0	+12.8
อิตาลี	57.2	60.0	+4.9
ตุรกี	55.2	57.0	+3.3
เม็กซิโก	42.2	55.0	+30.3
สหราชอาณาจักร	37.2	50.0	+34.4
จีน	35.5	65.0	+83.1
เยอรมนี	34.8	48.0	+37.9
ไทย	28.2	45.0	+59.6

ที่มา : United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Online, 2024

ประเทศไทยยังมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 10 ของโลก (มูลค่า 48 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ดังนั้นศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ที่โดดเด่นกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน รองจากประเทศจีน โดยประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้ขึ้นมาอยู่ในลำดับต้น ๆ ของโลกได้ จนกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นภาคการบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบ เศรษฐกิจของไทย

สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ชายฝั่งทะเล หลากหลายวัฒนธรรม และชุมชนที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่น่าสนใจ เช่น ชุมชนประมงพื้นบ้าน ชุมชนเกษตรอินทรีย์ และชุมชนเชิงอนุรักษ์ การส่งเสริมบทบาทของชุมชนจึงเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับภาคธุรกิจการท่องเที่ยว หากชุมชนมีบทบาทอย่างแข็งขัน ก็จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่มีฐานอยู่บนความต้องการและศักยภาพของพื้นที่จริง ชุมชนมีส่วนเป็นเจ้าของคนในชุมชน นอกจากนี้บริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจหมุนเวียน การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถเป็นเวทีให้คนในท้องถิ่นสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ เช่น การผลิตของที่ระลึกจากวัสดุธรรมชาติ การจัดกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิต หรือการนำเสนออาหารพื้นถิ่น

ในรูปแบบที่ทันสมัย สิ่งเหล่านี้สามารถเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน หากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเหมาะสม

ปัจจุบันจะมีหลายหน่วยงาน ทั้งในระดับชาติและท้องถิ่นที่พยายามสร้างโอกาสและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว แผนเตรียมความพร้อม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากนักท่องเที่ยวที่หนาแน่นในบางพื้นที่ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริม โอกาส สนับสนุน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของชุมชนกับการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่สามารถนำไปใช้กำหนดแนวทางนโยบาย และกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชนให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1 เพื่อศึกษาระดับการสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว แผนเตรียมความพร้อม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร

2 เพื่อศึกษาระดับปัญหาอุปสรรค ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว แผนเตรียมความพร้อม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร

3 เพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว แผนเตรียมความพร้อม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร

4 เพื่อศึกษาระดับและทิศทางความสัมพันธ์การสร้างโอกาส ปัญหาอุปสรรค กับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดระยอง

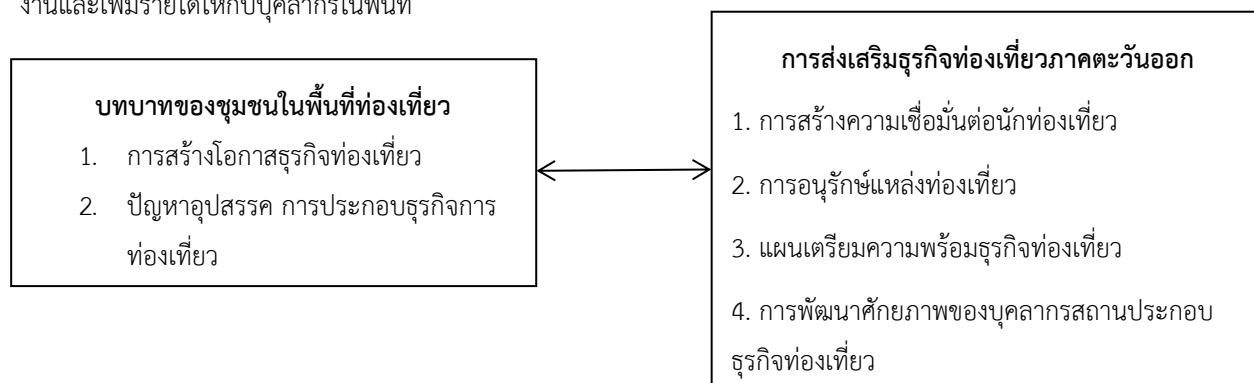
ประโยชน์ที่ได้รับ

1 ด้านความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว สามารถนำไปช่วยสร้างความเข้าใจความต้องการและลดความกังวลของนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น นำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการบริการและความปลอดภัยที่สอดคล้องกับความคาดหวัง และการเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

2 ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สามารถนำไปสนับสนุนการจัดทำนโยบายการอนุรักษ์ที่ตอบสนองต่อการใช้งานจริง ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ลดผลกระทบต่องานสิ่งแวดล้อม และกระตุ้นให้ชุมชนและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

3 ด้านแผนเตรียมความพร้อม สามารถนำไปช่วยให้ภาครัฐและเอกชนสามารถวางแผนรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การระบาดของโรค หรือภัยธรรมชาติ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

4 ด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร สามารถนำไปยกระดับคุณภาพของพนักงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านการฝึกอบรมและการศึกษา ส่งเสริมทักษะด้านการบริการและการใช้ภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสร้างโอกาสในการจ้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับบุคลากรในพื้นที่



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form จัดทำหนังสือขอความร่วมมือในการเผยแพร่แบบสอบถาม ส่งหนังสือพร้อม QR Code และลิงก์ของแบบสอบถาม Google Form ไปยัง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง ช่วยกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายในชุมชน ผ่าน Line กลุ่มหมู่บ้าน Facebook กลุ่มชุมชน การประชาสัมพันธ์ผ่านเจ้าหน้าที่อาสาสมัครหมู่บ้าน และผู้ใหญ่บ้าน การส่งแบบสอบถามกลับคืน เมื่อประชาชนกรอกแบบสอบถามผ่าน Google Form แล้ว ข้อมูลจะถูกจัดเก็บอัตโนมัติในระบบของ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลการปกครองภาคตะวันออก ปี 2567 ประชาชนที่อาศัยอยู่ จังหวัดระยอง 771,189 คนประชากร ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยใน จังหวัดระยอง 771,189 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยใน จังหวัด ระยอง การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ได้ กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยองจำนวน 400 คน คุณลักษณะผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ 1 เพศชาย เพศหญิง 2 อายุ 20 ปี ขึ้นไป 3 พักอาศัยใน จังหวัดระยอง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยสร้างเครื่องมือจากการศึกษาจากวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เครื่องมือการวิจัยมีจำนวน 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนปีพักอาศัยจังหวัดในจังหวัดระยอง เป็นแบบสอบถามเป็นการสำรวจรายการ (Checklist) ส่วนที่ 2 การสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ได้แก่ การส่งเสริมคุณภาพการบริการ การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ การร่วมมือกันในทุกภาคส่วน และการใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์ของภูมิภาคนี้ เพื่อให้เกิดผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยองได้แก่ ความท้าทายในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม บุคลากร การบริหารจัดการ การตลาด และผลกระทบจากปัจจัยภายนอก จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขและปรับปรุงเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและเติบโตในอนาคตเพื่อให้การพัฒนามีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำเป็นต้องร่วมมือกันหาทางออกที่สร้างสรรค์และใช้กลยุทธ์ที่สามารถรองรับทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว นอกจากนี้ยังรวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างแคมเปญการตลาดและการบริหารจัดการที่ทันสมัย พร้อมทั้งการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อให้บริการที่ตรงกับมาตรฐานสากลในยุคปัจจุบันและอนาคต ส่วนที่ 4 การส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมและนโยบายเชิงรุกที่มุ่งเน้นการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดระยองอย่างครอบคลุมและยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานการบริการ และการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งในและต่างประเทศ 4.1 ความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ได้แก่ การสร้างความไว้วางใจและความรู้สึกปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาที่เข้ามาสัมผัสประสบการณ์ในภูมิภาคนี้ กระบวนการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะมันเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต 4.2 การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ได้แก่ กระบวนการและมาตรการที่มุ่งเน้นการรักษาและปกป้องคุณค่าธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระยองในขณะเดียวกันกับการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจแบบยั่งยืน 4.3 แผนเตรียมความพร้อมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ได้แก่ การวางรากฐานและกำหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน 4.4 การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ได้แก่ การเสริมสร้างและยกระดับความรู้ ทักษะ และความสามารถของบุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง เพื่อให้พวกเขาสามารถให้บริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำได้อย่างมีมาตรฐานและมีคุณภาพเป็นมืออาชีพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิจัย ดังนี้ 1 สถิติเชิงพรรณนา เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ สถิติเบื้องต้นในการอธิบายผล ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 2 สถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) ตัวแปร การสร้างโอกาส ปัญหาอุปสรรค กับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง และการวิเคราะห์ t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ การวิเคราะห์ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างหลายกลุ่มตามลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิจัย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัย อยู่ในจังหวัดระยองที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง ร้อยละ 53.58 อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 33.57 ประกอบอาชีพ ส่วนตัว ร้อยละ 41.42 สถานภาพสมรส ร้อยละ 74.04 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5001 – 20,000 บาท ร้อยละ 52.61 และจำนวนปีพักอาศัยจังหวัดในจังหวัดระยอง 4 - 6 ปี ร้อยละ 49.62 ภาพรวมการสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง $\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.11 ภาพรวมปัญหาอุปสรรคธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยองมีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้ $\bar{X} = 4.72$ S.D. = 0.27n ภาพรวมการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.66$ S.D. = 0.37 (1) ภาพรวมด้านความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวธุรกิจท่องเที่ยว ระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.63$ S.D. = 0.72 (2) ภาพรวมด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธุรกิจท่องเที่ยว ระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.72$ S.D. = 0.44 (3) ภาพรวมด้านแผนเตรียมความพร้อมธุรกิจท่องเที่ยว ระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.78$ S.D. = 0.41 (4) ภาพรวมด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรธุรกิจท่องเที่ยว ระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.68$ S.D. = 0.26 และ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ผลการเปรียบเทียบการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองประเทศไทยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติ p-value < .05 (2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนปีพักอาศัยจังหวัดในจังหวัดระยองที่แตกต่างกันการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองประเทศไทยแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และมีความเห็นการสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยว ปัญหาอุปสรรคธุรกิจการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (3) เพศของมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน (4) อาชีพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน (5) สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน (6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน (7) ความคิดเห็นผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยองของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับโอกาสส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน (8) จำนวนปีพักอาศัยในจังหวัดระยองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน (9) การสร้างโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน (10) ปัญหาอุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผล

การศึกษาระดับการสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยว ผลวิจัย ภาพรวมการสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิโสภา ริวัฒนา, ภัทรธรา ผลงาม, และ กำพล ศรีวัฒนกุล.(2566). ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วยปัญหาเชิงนโยบายของภาครัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัญหาเชิง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และปัญหาด้านความรู้และความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ ความต้องการในการจัด กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการกิจกรรมรูปแบบ ใหม่ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันยังไม่มีการพัฒนาผสมผสานกันระหว่างการท่องเที่ยว แบบส่งเสริมฟื้นฟูสุขภาพ และ การท่องเที่ยวแบบบำบัดหรือรักษาสุขภาพ ส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายยังคง จัดรายการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเฉพาะแบบใดแบบหนึ่ง ส่งผลให้ขาดกิจกรรมที่หลากหลายและแปลกใหม่ 2) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ถูกพัฒนาขึ้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 2.1 กิจกรรมฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพ อาทิ กิจกรรมปรุงอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมออกกำลังกาย 2.2 กิจกรรมบำบัดรักษาโรค อาทิ กิจกรรมนวดกดจุดฝ่าเท้ารักษาอาการ 3) การนำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพไปให้นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 5 คน มีความพึงพอใจในทุกกิจกรรม ภาพรวมปัญหาอุปสรรคธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรลดา ปิ่นทอง.(2565). ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการเมือง และเมื่อท าการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง ยืนยัน ปรากฏว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยองค์ประกอบทุกตัวมีความสอดคล้องกลมกลืนในระดับดี โดยมีค่าดัชนี $\chi^2/df = 2.08$, TLI = 0.90, CFI = 0.92, NNFI = 0.90 และ RMSEA = 0.07 นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมืองเกิดผลกระทบเชิงบวก ส่วนผลกระทบด้านสังคม และ ผลกระทบสิ่งแวดล้อม พบว่ามีผลกระทบเชิงลบกับคนในชุมชนของ และสอดคล้องกับ ทิพย์รุ่ง เพิ่มพูนศรีศิลป์ และ สโรชนี ศิริวัฒนา.(2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนเกาะเสม็ด และ 2) เปรียบเทียบ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนเกาะเสม็ด ผลการวิจัยแสดงว่า 1) นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนเกาะเสม็ด ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการคมนาคม อยู่ในระดับมาก และ 2) นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนเกาะเสม็ด แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านเพศ และด้านอาชีพ ไม่แตกต่างกัน และภาพรวมการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิโรภา วัฒนา, ภัทรธิดา ผลงาม, และ กำพล ศรีวัฒนกุล.(2566). ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการกิจกรรมรูปแบบ ใหม่ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันยังไม่มีการพัฒนาผสมผสานกันระหว่างการท่องเที่ยว แบบส่งเสริมฟื้นฟูสุขภาพ และ การท่องเที่ยวแบบบำบัดหรือรักษาสุขภาพ ส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายยังคง จัดรายการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเฉพาะแบบใดแบบหนึ่ง ส่งผลให้ขาดกิจกรรมที่หลากหลายและแปลกใหม่ 2) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ถูกพัฒนาขึ้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 2.1 กิจกรรมฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพ อาทิ กิจกรรมปรุงอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมออกกำลังกาย 2.2 กิจกรรมบำบัดรักษาโรค อาทิ กิจกรรมนวดกดจุดฝ่าเท้ารักษาอาการ 3) การนำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพไปให้นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 5 คน มีความพึงพอใจในทุกกิจกรรม ผลการเปรียบเทียบการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยองตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติ $p\text{-value} < .05$ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธร, วิลาสินี เขมะปัญญา, และพชรฐ วันเรืองโชค (2566) พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ ด้านอายุ และ ด้านการศึกษา ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความหลากหลายทางเพศชาวไทย(LGBT) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนปีพักอาศัยจังหวัดในจังหวัดระยอง ที่แตกต่างกันการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และมีความเห็นการสร้างโอกาสธุรกิจการท่องเที่ยว ปัญหาอุปสรรคธุรกิจการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของเพชรลัดดา เพ็ชรภักดี (2563) ผลการวิจัยพบว่า กรุงเทพมหานครประกอบหลักและองค์ประกอบรองที่ดีเป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยวเนื่องจากมี

ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ร้านอาหาร การช้อปปิ้ง ความหลากหลายมีชีวิตชีวา อย่างไรก็ตาม แม้กรุงเทพและสิงคโปร์จะเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในภูมิภาค แต่ทั้งสองเมืองก็มีความแตกต่างในบริบท กล่าวคือ สิงคโปร์กำลังพยายามสร้างความหลากหลายบนพื้นที่ที่จำกัด กรุงเทพยังต้องการการส่งเสริมในด้านการอำนวยความสะดวกในด้านองค์ประกอบส่วนเพิ่มคือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้วยแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางซึ่งยังคงเป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพเนื่องจากแนวโน้มการท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวโซโลโม (So Lo Mo) และนักท่องเที่ยวที่เที่ยวด้วยตนเองแบบอิสระ (FIT-Foreign Independent Tourism) มากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิพร ลักษณะวิลาส (2564) พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางไปท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เลือกในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านส่วนระสมทางการตลาด (7P's) กระบวนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลและพนักงาน และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐาน (H1) และ ปฏิเสธสมมติฐาน (H0) หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนระสมทางการตลาดที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ การสร้างโอกาส ปัญหาอุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิชัย สุนทรสมัย และ วรรณพร จะสุวรรณ .(2564). ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ระดับความคืดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่สุด 3) ปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า ความรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมส่งผล ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย และ 4) ปัจจัย ด้านศักยภาพการท่องเที่ยว พบว่า สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง ความปลอดภัย และการบริการ การรองรับ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย โดย ผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปบริหาร จัดการ กาทนดกลยุทธ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด เป็น แนวทางในการปรับปรุง พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว เพื่อให้ เหมาะสมและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย

ข้อเสนอแนะ

- 1พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว โดยปรับปรุงระบบขนส่ง เช่น รถไฟความเร็วสูง หรือระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยว และ สนับสนุนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหารที่มีมาตรฐานสูง
- 2 เพิ่มประสิทธิภาพการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยใช้การตลาดเชิงรุกบนแพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ส่งเสริมภาพลักษณ์ของจังหวัดระยอง ในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และสร้างแคมเปญร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยสนับสนุนการจัดกิจกรรมและเทศกาลที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมสินค้าชุมชนและผลิตภัณฑ์พื้นเมืองเพื่อสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรม
- 4 เน้นความยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้และแหล่งน้ำ และ ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและการลดขยะพลาสติกในแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

- 1 การวิเคราะห์ตลาดและแนวโน้มอุตสาหกรรม โดยศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ วิเคราะห์แนวโน้มของการท่องเที่ยว เช่น การเติบโตของตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นเพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อน

2 ผลกระทบของนโยบายและมาตรการภาครัฐ โดยวิเคราะห์นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อจังหวัดระยอง ประเมินผลกระทบของมาตรการสนับสนุน เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษี งบประมาณสนับสนุน และศึกษาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3 การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน โดยประเมินคุณภาพของระบบขนส่งและอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ศึกษาผลกระทบของการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สนามบิน โรงแรม วิเคราะห์เทคโนโลยีที่ช่วยปรับปรุงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความยั่งยืน โดยศึกษาความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และประเมินความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวคิดด้านความยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธร, วิลาสินี เขมะปัญญา, และ พชรรัฐ วันเรืองโชค. (2566). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้บริการที่พักแรม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 8(2)
- ธราพร ลักษณะวิลาศ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์. (2562). ผลกระทบทางท่องเที่ยวต่อชุมชนรอบบริเวณอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 20(2), 139-150.
- เพชรลัดดา เพ็ชรภักดี. (2563). การท่องเที่ยวในเขตเมืองและการพัฒนา: กรุงเทพมหานคร. *วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 2(2)
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, และ วรณพร วะสุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา].
- ศิโสภา วัฒนา, ภัทรธิดา ผลงาม, และ กำพล ศรีวัฒนกุล. (2566). การพัฒนารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(10), [เพิ่มเลขหน้า].
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2566). *รายงานแผนพัฒนาพื้นที่ EEC*.