

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

Tourism Development Guideline at Phra Maha Chedi Chai Mongkhon in Amphoe Nong Phok, Roi-Et Province

ดวงดาว โยชิดะ

Duangdao Yoshida

อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ถนนประชาพัฒนา แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10570
Lecturer in Bachelor of Business Administration (Tourism Management) of Business Administration Faculty, Bangkok Suvarnabhumi University, Prachapattana Rd., Tamyao, Latkrabang, Thailand 10570
E-mail: phanita.phakdi@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และภูมิลำเนาที่ส่งผลต่อระดับความต้องการในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคลอำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 2 ส่วน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านสินค้าและบริการมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และมีค่าเฉลี่ยความต้องการในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน) ที่แตกต่างกันจะมีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อายุมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว พระมหาเจดีย์ชัยมงคล

Abstract

The purposes of this research were to: 1) study the marketing mix of tourists for tourism development at Phra Maha Chedi Chai Mongkhon in Amphoe Nong Phok, Roi-Et Province, 2) study the needs of the marketing mix factors related to the development of tourism in Amphoe Nong Phok, Roi-Et Province and 3) compare the difference between personal factors as demographic characteristics, including gender, age, education, occupation, marital status and homeland that affect the level of demand in the marketing mix. The samples were 385 Thai tourists. The tool used in this research was questionnaire consisting of two parts. The results of the study showed that the average produce and service needs of tourists were at the highest level, with the mean score of 4.36, while the average of place need was at the lowest level, with the mean score of 3.80. The tourists with demographic differences in gender, education level, occupation, revenue, income, marital status and domicile (current address) had no difference on the need of marketing mix factor with statistical significance of 0.05, while age differed with statistical significant level of 0.05.

Keywords: tourism development guideline, phra maha jadee chai mongkhon

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีขนาดใหญ่ เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของโลก (World Tourism Organization, 1998) ประเทศทั่วโลกได้ให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของอันดับแรกของอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศนั้นๆ (Goeldner and Ritchie, 2006). เพราะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ไปยังหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีพื้นที่ตั้งอยู่บนภูมิภาคที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่หลากหลายทำให้ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งหนึ่งในภูมิภาคของประเทศไทยที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย และบางแห่งองค์การยูเนสโกยังได้ขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลกอีกด้วย เช่น อุทยานประวัติศาสตร์หินพิมาย แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เขาใหญ่ เป็นต้น นอกเหนือจากนี้จังหวัดต่างๆในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่น่าสนใจอีกมากมาย ซึ่งจังหวัดร้อยเอ็ดก็เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่น่าสนใจ เช่น การท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีวิถีชีวิต เป็นต้น ร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดเล็กๆในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เช่น แหล่งโบราณคดีบ้านเมืองบัว วนอุทยานผาน้ำน้อย

กุ๋กาสิงห์ กุ๋พระโกนา บึงเกลือ บึงปลาช้วย บ่อพันขัน เป็นต้น โดยบางแห่งเป็นแหล่งโบราณคดีที่มีอายุเก่าแก่ประมาณ 1800-2500 ปี และยังเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางด้านการเกษตรเพราะเป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิส่งออกอันดับ 1 ของประเทศไทย แต่สำหรับภาคอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวกลับไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเพราะโดยส่วนมากนักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเฉพาะจังหวัดหลักๆที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของภูมิภาค เช่น ยโสธร สุรินทร์ มหาสารคาม กาฬสินธุ์ เป็นต้น ทำให้จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นแค่ทางผ่านในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากระบบการขนส่งที่ไม่เข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยว ขาดการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว และประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากนี้ภายในจังหวัดร้อยเอ็ดยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ คือ เจดีย์ชัยมงคล ซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลผาน้ำย้อย อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจุบันการแข่งขันทางการท่องเที่ยวมีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค เพราะการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ช่วยผลักดันระบบเศรษฐกิจให้กับชุมชนในท้องถิ่น ก่อให้เกิดรายได้ซึ่งจะนำมาสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จะเห็นได้จากตัวอย่างประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศญี่ปุ่น ที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว โดยการทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวเอเชียให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นที่จะต้องมีการทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว อันจะนำมาซึ่งรายได้ และคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น พระมหาเจดีย์ชัยมงคลเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน

เป็นสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้าที่อันเชิญมาจากประเทศอินเดีย ประดิษฐานบนเจดีย์ที่มีการก่อสร้างในรูปแบบการผสมผสานกันระหว่างศิลปะของพระปฐมเจดีย์และพระธาตุพนมที่มีความสวยงาม และใหญ่โตอีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย (การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, 2542) ในยุทธศาสตร์ของแผนการพัฒนาจังหวัดร้อยเอ็ด ส่วนที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2 ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิต การท่องเที่ยวและการบริการเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวหลักในการพัฒนา ซึ่งหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวหลักนั้นก็คือ พระมหาเจดีย์ชัยมงคลซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ห้ามล่าสัตว์ป่าผาน้ำทิพย์หรือวัดผาน้ำทิพย์เทพประสิทธิ์วราราม (การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, 2542) โดยในแผนพัฒนาได้กล่าวถึงการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ได้มาตรฐานสากล นอกจากนี้ในแผนการพัฒนายังกล่าวถึงการพัฒนาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนและอาหารให้ได้มาตรฐาน โดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและชุมชน ในการพัฒนาของฝากและของที่ระลึกในลักษณะเฉพาะของจังหวัดร้อยเอ็ด และยกระดับคุณภาพโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ได้มาตรฐาน ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวอีก (การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, 2542)

ดังนั้นจึงทำการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยว พระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด โดยการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ราคา ช่องทางการจัด

จำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมาใช้เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่มีมั่นคงของคนในพื้นที่ อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบกับเพื่อให้อสอดคล้องกับแผนการพัฒนาจังหวัดร้อยเอ็ดในปีงบประมาณ 2557 ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

2. เพื่อศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และภูมิลำเนาที่ส่งผลต่อระดับความต้องการในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคลอำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

สมมติฐานของการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความต้องการในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัย

สร้างแบบสอบถามจากการศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วจึงนำมาประยุกต์ปรับให้เข้ากับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้โดยมีการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน) ใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ภายใต้กรอบปัจจัยแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ สินค้าและบริการ (produce) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) พนักงาน (people) กระบวนการ (process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม

1.การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาไปทดสอบความตรงด้วย IOC (Index of item objective congruence) โดยได้รับการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยได้รับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยการเลือกแบบเจาะจง แล้วผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบข้อคำถามและแสดงความคิดเห็นเป็นรายชื่อ

หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบข้อคำถามและแสดงความคิดเห็นเป็นรายชื่อ พบว่า ผลการตรวจสอบค่า IOC มากกว่า 0.07 ดังนั้น จึงถือว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ได้

2. นำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาแต่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อทดสอบความ

เข้าใจในข้อความของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ได้ค่า 0.81 ซึ่งสามารถนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการใช้วิธีแบบสุ่มแบบสะดวก โดยทำการอธิบายแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนที่กำหนด คือ 385 ชุด

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายข้อมูล ประกอบด้วย จำนวนหรือความถี่ แสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่เก็บมาได้ ค่าร้อยละเพื่อใช้อธิบายข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลการวิเคราะห์

2) สถิติเชิงอนุมาน จะใช้ทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ได้แก่ ค่าทดสอบ t-test เพื่อใช้ในการนำมาวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 One-Way ANOVA เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในกรณีที่ผลการวิจัยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe method

4. ผลการวิจัย

4.1) ผลการวิเคราะห์การศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ภาพรวมความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ดอยู่ในระดับมาก มีระดับค่าเฉลี่ย 3.97 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สถานภาพสมรส และมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ส่วนที่ 2 การศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.36 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.95 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.94 ด้านพนักงาน ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.93 ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.88 และน้อยที่สุดคือ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.80 ตามลำดับ

4.2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 7 เมื่อพิจารณาตามลำดับค่าเฉลี่ยจะสามารถเรียงลำดับความต้องการ ดังนี้

1) ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนามากที่สุด คือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชดเชยจิตใจ ค่าเฉลี่ย 4.66 รองลงมาคือ มีจุดกราบไหว้พระพุทธรูปเกจิอาจารย์สายธรรมยุต 101 รูป ค่าเฉลี่ย 4.61 มีจุดสำหรับกราบไหว้พระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้า ค่าเฉลี่ย 4.58 มีจุดชมวิวกวทัศน์ ค่าเฉลี่ย

4.31 มีของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เฉพาะ ค่าเฉลี่ย 4.23 มีจุดบิวชาวดมมงคลภายในพระมหาเจดีย์ ค่าเฉลี่ย 4.17 และน้อยที่สุดคือ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

2) ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนามากที่สุด คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาได้คือ มีการจัดกิจกรรมงานประเพณีที่สำคัญของพระมหาเจดีย์ชัยมงคล ค่าเฉลี่ย 4.39 และน้อยที่สุดคือ มีรถรับ-ส่ง จากตัวเมืองถึงพระมหาเจดีย์ชัยมงคล ค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ

3) ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนามากที่สุด คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.25 และน้อยที่สุด คือ มีป้ายบอกราคาของฝากของที่ระลึกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

4) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนามากที่สุด คือ มีห้องสุขามีเครื่องสุขภัณฑ์เพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมาคือ มีห้องสุขาสำหรับคนพิการและคนชรา ค่าเฉลี่ย 4.41 สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวมสะอาด ค่าเฉลี่ย 3.44 และน้อยที่สุดคือ สิ่งก่อสร้างต่างๆภายในพระมหาเจดีย์ชัยมงคลมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

5) ด้านพนักงาน นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนามากที่สุด คือ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ในการบริการ ค่าเฉลี่ย 4.60 มีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.19 เจ้าหน้าที่มีความสามารถดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.97 เจ้าหน้าที่มีความรู้ในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.32 และ

น้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 2.77 ตามลำดับ

6) ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนามากที่สุด คือ เส้นทางการเดินทางจากตัวเมืองร้อยเอ็ด ถึงพระมหาเจดีย์ชัยมงคลมีความสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมาคือ เส้นทางการเดินทางภายในพระมหาเจดีย์ชัยมงคลมีป้ายบอกทางชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.21 เส้นทางการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างศูนย์บริการข้อมูล ร้านอาหารร้านขายของฝากของที่ระลึก มีความสะดวกปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.57 และน้อยที่สุด คือ เส้นทางการเดินทางภายในพระมหาเจดีย์ชัยมงคลมีความสะดวก เข้าถึงง่าย ค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ

7) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนามากที่สุด คือ พระมหาเจดีย์ชัยมงคลเปิดศูนย์ให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ค่าเฉลี่ย 4.01 พระมหาเจดีย์ชัยมงคลเปิดศูนย์ให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประจำพระมหาเจดีย์ชัยมงคล ค่าเฉลี่ย 3.72 และน้อยที่สุดคือ ชำระเงินได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

5.1) การทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้ใช้สถิติค่าที (t-test) ทดสอบหาความแตกต่าง ในกรณีเปรียบเทียบของ 2 กลุ่ม และใช้สถิติทดสอบหาค่าความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (scheffe) ตามตารางที่ 1

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความต้องการในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความต้องการในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ค่า Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	.800	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน
อายุ	.045	สอดคล้องสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	.432	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน
อาชีพ	.100	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.614	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน
สถานภาพสมรส	.068	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน
ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ (ปัจจุบัน)	.106	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน

สรุป การเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลตามลักษณะประชากรศาสตร์ต่อที่ส่งผลต่อระดับความต้องการในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้สถานภาพสมรส และภูมิลำเนา (ที่อยู่ปัจจุบัน) มีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ส่วนด้านอายุ มีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า ด้านบุคลากรมีผลต่อความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล จึงทำการทดสอบรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) พบว่า ตัวแปรด้านอายุมีจำนวน 4 คู่ ที่มีผลต่อความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล ได้แก่ อายุ 50 ปีขึ้นไปมีความต้องการปัจจัยส่วน

ประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคลแตกต่างจากกลุ่มอายุ 20-49 ปี และกลุ่มอายุ 20 ปี มีความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคลแตกต่างจากกลุ่มอายุ 20-29 ปี ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่าง

6. บทสรุป

จากการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอนองพอก จ.ร้อยเอ็ด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป ทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สินค้าและบริการ รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคาและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พนักงานกระบวนการให้บริการ และค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาน้อยที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ดังนั้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจึงเป็นศิลป์ในการแสวงหา รักษา และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยความยั่งยืน สร้างรายได้ อาชีพ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้คนในท้องถิ่นอย่างมั่นคงสอดคล้องกับจิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) ได้กล่าวว่า ในธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดแค่ 4 P's ได้แก่ product, price, place, promotion คงไม่สามรถประสบความสำเร็จได้ จำเป็นที่จะต้องเพิ่มองค์ประกอบเพิ่มเติม ได้แก่ people, physical evidence process

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความคาดหวังว่าผลการศึกษานี้จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวพระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด และยังเป็นแนวทางในการพัฒนาให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้นำไปพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนา ดังนี้

พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือกันในการวางแผนและจัดการในการพัฒนาพระมหาเจดีย์ชัยมงคล โดยควรพัฒนาด้านสินค้าและบริการในด้านการพัฒนาจุดกราบไหว้พระพุทธรูปเกจิอาจารย์ จุดกราบไหว้พระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธรูปเจ้า จุฑมวิวิ ของฝากของที่ระลึกควรมีเอกลักษณ์เฉพาะของพระมหาเจดีย์ชัยมงคล และเพิ่มจุดเช่าวัดถลุงกลภายในพระมหาเจดีย์ และการบริการอาหารและเครื่องดื่มควรมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว แต่สำหรับการวางแผนและจัดการแหล่งท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรมเพื่อรักษาสินค้าและบริการของแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต

8. เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด. (2542)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประจำปี (ออนไลน์).

สืบค้น จาก: www.roiet.go.th/2013/. (9

ธันวาคม 2557) พิชิต สุจริตจินดานนท์.

(2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุป

สงค์ในเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้าย

จอมทอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.

เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). ธุรกิจท่องเที่ยวและ

บริการ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลก

ธุรกิจ.

Goeldner, R. and Ritchie, J.R.B. (2006). Tourism principles Practices Philosophies. 10th edition. Hoboken N.J.: John Wiley and Sons, Inc.

World Tourism Organization. (1998). Guide for local authorities on developing sustainable tourism. adrin: Author.