แรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

Motivation, Image and Potentials of tourist attractions affecting satisfaction in military tourist attraction: Baan Pongnak, Surasak montri Barrack, Lampang province

[1]นันทา หอมแก่นจันทร์ และ [2]ธนกร สิริสุคันธา

[1]Nanta Homkanchan and [2]Thanakorn Sirisugandha

[12]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ประเทศไทย

[12]Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University, Thailand

[2]Corresponding Author's E-mail: banana5128@hotmail.com

Received March 31, 2024; **Revised** June 10, 2024; **Accepted** June 25, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง และ 2) วิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรีจังหวัดลำปาง จำนวน 385 คน เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติอนุมาน วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของด้านภาพลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรีจังหวัดลำปาง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และ 2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter พบว่า ด้านภาพลักษณ์ และด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรีจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านแรงจูงใจไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, ภาพลักษณ์, ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, แหล่งท่องเที่ยว

Abstract

This research has the objectives to study 1) levels of opinions in motivation, images and tourist attraction potentials affecting satisfaction in military tourist attraction: Baan Pongnak, Surasak montri Barrack, Lampang province and 2) Analysis of opinions on motivation, image and potential of tourist attraction affecting satisfaction in military tourist attraction: Baan

Pongnak, Surasak montri Barrack, Lampang province. The sample group was the Thai tourists who had visited military tourist attractions at Baan Pongnak, Surasak montri Barrack, Lampang province totaled 385 persons. This is survey research, The tools used was a questionnaire and used descriptive statistics of percentage, means and standard deviations and inferential statistics of Enter Multiple Regression Analysis.

The research findings were 1) levels of opinion of image affected satisfaction in military tourist attraction: Baan Pongnak, Surasak montri Barrack, Lampang province at the highest level followed by motivation at the highest level and potential of the tourist attraction also at the highest level respectively and 2) the results of Enter Multiple Regression Analysis found that image and potentials of tourist attraction affected satisfaction in the military tourist attraction: Baan Pongnak, Surasak montri Barrack, Lampang province at the statistical significance level of .01 while motivation did not affect satisfaction in military tourist attraction: Baan Pongnak, Surasak montri Barrack, Lampang province at the statistical significance level of .05.

Keywords: Motivation, Image, Tourist Attraction Potential, Satisfaction, Tourist Attraction

บทนำ

รัฐบาลไทยได้มีนโยบายการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อเพิ่มความมั่นคงทางเศรษฐกิจในชุมชนทั่วประเทศ ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง กองทัพบก และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นการเปิดบริการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหารมุ่งเน้นให้ประชาชนได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ เช่น การพักผ่อนหรือร่วมกิจกรรมนันทนาการ ที่เป็นการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งจะเสริมสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ชุมชนทหารและครอบครัว รวมทั้งชุมชนในพื้นที่ใกล้ นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ทหารเพื่อให้เป็นแหล่งค้นคว้าทางประวัติศาสตร์ของชาติไทย และเป็นสถานที่เชิดชูเกียรติของบรรพบุรุษทหารที่เคยมีส่วนร่วมในการปกครองและป้องกันชาติ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่ช่วยให้คนไทยเข้าใจถึงภัยความแตกแยกและปัญหาทางการปกครองในอดีต และเป็นที่มาของการศึกษาหาความรู้และการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนทั่วไป โดยนโยบายการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหารไม่เพียงเพิ่มความสนุกสนานและการเรียนรู้ แต่ยังมีผลกระทบที่สำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญ และเป็นการสร้างโอกาสให้กับชุมชนในพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งยังเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจและสังคมในทุกมิติอย่างมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้น การท่องเที่ยวในพื้นที่ทหารเป็นส่วนสำคัญที่น่าสนใจและมีความสำคัญในการสร้างศักยภาพท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างยั่งยืน อีกทั้งเป็นการสร้างรายได้และโอกาสใหม่ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (คณะบรรณาธิการข่าว กองทัพภาคที่ 3, 2565, ออนไลน์)

นครลำปาง ที่มีชื่อเสียงว่าเป็น “เมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา” เป็น 1 ใน 12 เมืองที่ต้องห้ามพลาดตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เนื่องจากมีความพร้อมที่จะรับมือกับนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และยึดมั่นในแนวคิด "Less Volume More Value" ซึ่งเน้นการสร้างคุณค่าที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณ ด้วยการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ชุมชนและการสร้างสินค้าท้องถิ่นที่มีนวัตกรรมต่อยอดและสร้างสรรค์อาหารท้องถิ่น พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสนับสนุนสินค้าที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์ จากสถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางที่เพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 1,305,259 คน เพิ่มขึ้น 67,116 คนเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2565 โดยมี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.15 ซึ่งทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2566 ที่ประมาณ 4,170.8 ล้านบาท โดยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในนครลำปางได้รับการสนับสนุนอย่างมาก จากการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นและการเสนอสินค้าที่มีคุณค่า ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและประทับใจกับวัฒนธรรมและสิ่งสวยงามของท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

"บ้านป่องนัก" ค่ายสุรศักดิ์มนตรี อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวสร้างการรับรู้ประวัติศาสตร์พลับพลาที่ประทับ สถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่าให้ประชาชนชาวจังหวัดลำปาง และนักท่องเที่ยวได้เห็นความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สมบัติอันล้ำค่าของชาวไทย และ ชาวจังหวัดลำปาง เคยใช้เป็นพลับพลาที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ในการเสด็จพระราชดำเนินเยือนมณฑลพายัพ เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2469 ต่อมาเดือนมีนาคม พ.ศ. 2501 พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 เสด็จประทับระหว่างทรงเยี่ยมราษฎรภาคเหนือก็ใช้พลับพลาที่ประทับอีกครั้งหนึ่ง การเรียกชื่อ "บ้านป่องนัก" เป็นการเรียกตามลักษณะการก่อสร้างบ้านในภาษาเหนือ ซึ่งคำว่า "ป่อง" หมายถึง "หน้าต่าง" และคำว่า "นัก" หมายถึง "มาก" เมื่อรวมกันแล้วจึงมีความหมายคือ บ้านที่มีหน้าต่างจำนวนมาก มีลักษณะเป็นอาคารไม้ 2 ชั้น ยกพื้นเตี้ย ขนาดกว้าง 19 เมตร ยาว 25 เมตร ชั้นล่างสูงจากพื้นดิน 80 เซนติเมตร มีหน้ามุขแบบ 5 เหลี่ยม จำนวน 5 มุข หลังคาทรงพีระมิดตัวบ้านเป็นสถาปัตยกรรมยุโรปแบบคลาสสิก สมัยกรีก ราวศตวรรษที่ 13 ผสมผสานกับสถาปัตยกรรมแบบไทย มีหน้าต่างแบบแป้นเกล็ดทั้งบานแบะ และบานกระทุ้งมากถึง 250 บาน ช่องหน้าต่าง 469 ช่อง ควบคุมการก่อสร้างโดย พันโท พระมหาณรงค์เรืองเดช ผู้บังคับกองทัพที่ 1 กรมทหารราบที่ 17 ซึ่งใช้งบประมาณในการก่อสร้างจำนวน 16,000 บาท (ในยุคสมัยนั้น) หากคิดเป็นราคาในปัจจุบันนี้คงประมาณค่ามิได้ ภายในบ้านป่องนัก ได้มีการแสดงเรื่องราวความเป็นมาของจังหวัดลำปาง และศิลปะวัฒนธรรม ตลอดทั้งอาวุธยุทธภัณฑ์สมัยสงครามโลก ครั้งที่ 2 และเครื่องใช้สมัยสงคราม และของทหารกล้าในอดีต ในแต่ละสมรภูมิ อีกทั้งเครื่องใช้ส่วนพระองค์อีกจำนวนหนึ่ง ภายในบ้านป่องนัก ยังคงสภาพห้องทรงงาน ห้องเสวย ห้องบรรทม ซึ่งยังคงเก็บรักษาไว้อย่างดี เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาและเกิดความภาคภูมิใจ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนให้ "บ้านป่องนัก" มีความงดงาม และคงสภาพเดิมไว้ทุกประการ เพื่อเป็นสถานที่ที่รวบรวมข้อมูล และเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ อันเกี่ยวเนื่องกับความเป็นเอกราชและความเป็นไทย ไว้ให้ลูกหลานสืบไป (คณะบรรณาธิการข่าว กองทัพภาคที่ 3, 2565, ออนไลน์)

จากที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการวิจัยถึงประเด็นเรื่องแรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง และผลงานวิจัยนี้จะมีประโยชน์อย่างมากสำหรับธุรกิจและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการพัฒนาภาพลักษณ์และศักยภาพที่ดีขึ้น เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและแรงจูงใจให้กับการเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และสามารถนำผลลัพธ์ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าประทับใจอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจ ภาพลักษณ์ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ซึ่งวิธีการดำเนินงานวิจัยประกอบด้วย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรีจังหวัดลำปางที่ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วยเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนคนที่มาท่องเที่ยวด้วยกันในแต่ละครั้ง ภูมิลำเนา ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง เพื่อวัดระดับความคิดเห็นลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ประยุกต์ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert, 1970)

3. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรีจังหวัดลำปาง ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566 - มกราคม พ.ศ. 2567

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

4.2 การวิเคราะห์แรงจูงใจภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ซึ่งผู้วิจัยใช้สถิติอนุมาน (inferential statistic) เพื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ด้วยเทคนิค Enter

ผลการวิจัย

ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 72.21 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 มีสถานภาพโสด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.16 มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 จำนวนคนที่มาท่องเที่ยวด้วยกันในแต่ละครั้ง มากกว่า 3 คน จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 64.94 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 88.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านแรงจูงใจ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านแรงจูงใจ โดยรวม

(n = 385)

	ด้านแรงจูงใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	ต้องการมาท่องเที่ยวบ้านป่องนักเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ	4.21	0.862	มากที่สุด
2.	ต้องการมาชมสถาปัตยกรรมในอดีตที่ยังคงมีการอนุรักษ์เอาไว้	4.49	0.754	มากที่สุด
3.	ต้องการมาศึกษาเรื่องราวประวัติศาสตร์ในสมัยรัชกาลที่ 7	4.39	0.813	มากที่สุด
4.	การเดินทางเข้าถึงบ้านป่องนัก มีความสะดวก	4.43	0.795	มากที่สุด
5.	มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการในบ้านป่องนัก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านกาแฟ เป็นต้น	4.50	0.715	มากที่สุด
6.	ความหลากหลายของกิจกรรมภายในบ้านป่องนัก	4.26	0.779	มากที่สุด
7.	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก	4.30	0.796	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	**4.37**	**0.624**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 แสดงว่า ระดับความสำคัญด้านแรงจูงใจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.37, S.D. = 0.900) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการในบ้านป่องนัก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านกาแฟ เป็นต้น ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.715) รองลงมาคือ ต้องการมาชมสถาปัตยกรรมในอดีตที่ยังคงมีการอนุรักษ์เอาไว้ ($\bar{x}$ = 4.49, S.D. = 0.754) การเดินทางเข้าถึงบ้านป่องนัก มีความสะดวก ($\bar{x}$ = 4.43, S.D. = 0.795) ต้องการมาศึกษาเรื่องราวประวัติศาสตร์ในสมัยรัชกาลที่ 7 ($\bar{x}$ = 4.39, S.D. = 0.813) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.30, S.D. = 0.796) ความหลากหลายของกิจกรรมภายในบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.26, S.D. = 0.779) ต้องการมาท่องเที่ยวบ้านป่องนักเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{x}$ = 4.21, S.D. = 0.862) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านภาพลักษณ์ โดยรวม

(n = 385)

	ด้านภาพลักษณ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	4.59	0.619	มากที่สุด
2.	บ้านป่องนักมีสถาปัตยกรรมงดงาม มีคุณค่า แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทหารที่อื่น ๆ	4.50	0.677	มากที่สุด
3.	บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศเงียบสงบ ร่มรื่น ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	4.51	0.677	มากที่สุด
4.	บ้านป่องนัก มีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมอันน่าศึกษาและน่าจดจำ	4.51	0.700	มากที่สุด

	ด้านภาพลักษณ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
5.	บ้านป่องนัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว	4.37	0.728	มากที่สุด
6.	บ้านป่องนักมีเจ้าหน้าที่ที่พร้อมให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	4.41	0.769	มากที่สุด
7.	บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.58	0.680	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	**4.50**	**0.580**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของภาพลักษณ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.580) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ($\bar{x}$ = 4.59, S.D. = 0.619) รองลงมา คือ บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.680) บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศเงียบสงบ ร่มรื่น ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.51, S.D. = 0.677) บ้านป่องนัก มีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมอันน่าศึกษาและน่าจดจำ ($\bar{x}$ = 4.51, S.D. = 0.700) บ้านป่องนักมีสถาปัตยกรรมงดงาม มีคุณค่า แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทหารที่อื่น ๆ ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.677) บ้านป่องนักมีเจ้าหน้าที่ที่พร้อมให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.769) บ้านป่องนัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.37, S.D. = 0.728) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยรวม

(n = 385)

	ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งบ้านป่องนัก	4.47	0.688	มากที่สุด
2.	ความสมบูรณ์และความสวยงาม ทางสถาปัตยกรรมของบ้านป่องนัก	4.55	0.656	มากที่สุด
3.	การจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทหารในบ้านป่องนัก	4.39	0.728	มากที่สุด
4.	ป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายในบริเวณบ้านป่องนัก	4.37	0.749	มากที่สุด
5.	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก	4.41	0.709	มากที่สุด
6.	การมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การกระจายรายได้สู่ชุมชน การร่วมกันวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น	4.21	0.835	มากที่สุด
7.	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของบ้านป่องนัก	4.24	0.805	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	**4.25**	**0.609**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 3 แสดงว่า ระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.25, S.D. = 0.609) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความสมบูรณ์และความสวยงาม ทางสถาปัตยกรรมของบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.55, S.D. = 0.656) รองลงมา คือ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.47, S.D. = 0.688) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.709) การจัดกิจกรรมเพื่อ

เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทหารในบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.39, S.D. = 0.728) ป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายในบริเวณบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.37, S.D. = 0.749) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์ของบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.24, S.D. = 0.805) การมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การกระจายรายได้สู่ชุมชน การร่วมกันวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น ($\bar{x}$ = 4.21, S.D. = 0.835) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ โดยรวม

(n = 385)

ความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กฎ ระเบียบในด้านการเข้าชมบ้านป่องนัก	4.42	0.699	มากที่สุด
2. วัน/เวลา เปิด-ปิด ในการให้บริการนักท่องเที่ยว	4.45	0.668	มากที่สุด
3. ความสวยงามของบ้านป่องนัก	4.59	0.656	มากที่สุด
4. ป้ายแสดงนิทรรศการต่าง ๆ ในบ้านป่องนักบ้านป่องนัก	4.42	0.707	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.51	0.670	มากที่สุด
6. ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการสื่อสารข้อมูลบ้านป่องนักให้แก่นักท่องเที่ยว	4.46	0.750	มากที่สุด
7. สินค้าหรือของที่ระลึกบ้านป่องนัก	4.28	0.812	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.45**	**0.585**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4 แสดงว่า ระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.45, S.D. = 0.585) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความสวยงามของบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.59, S.D. = 0.656) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพดี การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ($\bar{x}$ = 4.51, S.D. = 0.670) ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการสื่อสารข้อมูลบ้านป่องนักให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.46, S.D. = 0.750) วัน/เวลา เปิด-ปิด ในการให้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.45, S.D. = 0.668) กฎ ระเบียบในด้านการเข้าชมบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.42, S.D. = 0.669) แสดงนิทรรศการต่าง ๆ ในบ้านป่องนักบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.24, S.D. = 0.707) สินค้าหรือของที่ระลึกบ้านป่องนัก ($\bar{x}$ = 4.28, S.D. = 0.812) ตามลำดับ

แรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ดังผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจ					Variance inflation factor
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	VIF
ค่าคงที่	1.404	0.111		3.638	0.000**	

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจ			t	Sig.	Variance inflation factor
	B	Std. Error	Beta			VIF
แรงจูงใจ	0.060	0.043	0.064	1.395	0.164	3.674
ภาพลักษณ์	0.368	0.048	0.365	7.676	0.000**	3.992
ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	0.486	0.043	0.506	11.344	0.000**	3.503

F = 460.995, p-value = 0.000 [b], Adjusted R Square = 0.782, R^2 = 0.784, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ด้านแรงจูงใจ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.060 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่ 0.043 ค่า t เท่ากับ 1.395 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานที่ 0.064 ด้านภาพลักษณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.368 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่ 0.048 ค่า t เท่ากับ 7.676 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานที่ 0.365 และด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.486 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่ 0.043 ค่า t เท่ากับ 11.344 และค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานที่ 0.506 โดยมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง เป็นตัวแปรตามและมีการทดสอบโดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปร มีค่าเท่ากับ 3.674, 3.992 และ 3.503 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Miles and Shevlin, 2001)

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ด้านภาพลักษณ์และด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบการถดถอยพหุคูณโดยวิธี Enter ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปางมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.506 โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในประเด็น ความสมบูรณ์และความสวยงาม ทางสถาปัตยกรรมของบ้านป่องนัก รองลงมา คือ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งบ้านป่องนัก ตามลำดับ

รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.365 โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในประเด็น บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ รองลงมาคือ บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ตามลำดับ

จากผลดังกล่าว สามารถทำนายความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ได้ร้อยละ 78.4

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.365 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสนับสนุนตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาพบว่าประเด็นที่ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ บ้านป่องนักเป็น

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์ และผกามาศ ชัยรัตน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า 1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยจำแนกตามตัวแปรที่ได้ศึกษา พบว่า ด้านการประเมินภาพลักษณ์สถานที่ภาพลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากความรู้สึก รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ตามรายละเอียดและภาพลักษณ์โดยรวม และภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ ตามลำดับ ส่วนด้านองค์ประกอบของภาพลักษณ์ของสถานที่ภาพลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม รองลงมา ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านหน้าที่ ด้านจิตวิทยา ภาพลักษณ์ทั่วไป และภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ตามลำดับ 2. ระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกตามตัวแปรที่ได้ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยภายใน คือ ด้านวิถีการดำเนินชีวิต รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล ด้านความสนใจพิเศษ ด้านประสบการณ์ที่ผ่านมา ด้านทัศนคติ ด้านความรู้ที่มีอยู่ และด้านสถานะทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยภายนอก คือ ด้านความพร้อมของจุดหมายปลายทาง รองลงมา ได้แก่ ด้านสื่อและแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านคำบอกเล่าจากบุคคลอื่น และด้านโปรโมชั่นพิเศษจากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามลำดับ 3. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้รองลงมาได้แก่ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากความรู้สึก ภาพลักษณ์ทั่วไป และภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ตามลำดับ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวศา เหมาะสิรากุล และวรรณัย สายประเสริฐ (2564) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ที่ระดับปริญญาตรี อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 2,500 RMB ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้เพื่อพักผ่อน ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของบงกชมาศ เอกเอี่ยม และปานแพร เชาวน์ประยูร (2554) ที่นำเสนอว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวหมายถึงกระบวนการทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดการสะสมจากความรู้และประสบการณ์เข้าด้วยกันจนทำให้เกิดการรับรู้จากสิ่งที่ปรากฏขึ้นในใจ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเกิดจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งโดยตรง และได้รับรู้จากคำบอกเล่าของผู้อื่น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสุขุม คงดิษฐ์ และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ (2558) ที่นำเสนอว่า ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญยิ่งต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และจะมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวเตรียมตัวเตรียมใจไปสัมผัสกับสิ่งที่คาดหวังนั้นได้อย่างถูกใจและสบายใจ ดังนั้น ชุมชนและหน่วยงานผู้รับผิดชอบต้องพยายามสร้างและรักษาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง เพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาแล้วไม่ผิดหวังก็จะบอกคนรู้จักต่อ ๆ กันไป นับได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ได้รับความสนใจในแวดวงทางวิชาการอย่างแพร่หลายในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักถูกกล่าวถึงร่วมกับแบรนด์การท่องเที่ยว (Destination branding) ในแง่ของการสร้างผลทางจิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกของนักท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.506 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสนับสนุนตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาพบว่าประเด็นที่ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ความสมบูรณ์และความสวยงาม ทางสถาปัตยกรรมของบ้านป่องนัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมษ์ธาวิน พลโยธี, วันชัย ทิพนัส, วิรังรอง จุ่นหัวโทน, สิรินทิพย์ สุวรรณมาโจ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่า 1) สถานการณ์ในปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ค่อนข้าง มีเอกลักษณ์โดดเด่น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากมาสัมผัสบรรยากาศและอยากที่จะมาท่องเที่ยว ได้โดยง่าย โดยมีความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยวหลายด้าน อาทิ ด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำ นวยความสะดวก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการ ท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัด นครพนม พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาเยี่ยมชม สถาปัตยกรรม โดยมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ญาติ/คู่รัก มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 1-3 วัน และมีการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเป็นครั้งแรก ส่วนปัจจัยภายในที่มีผลต่อการ ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่าภาพรวมของปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.33) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.69) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ด้านเพื่อเพลิดเพลินไปกับสถาปัตยกรรมและศิลปะใหม่ ๆ ($\bar{x}$=4.5) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.61) ส่วนปัจจัยภายนอก พบว่าภาพรวมของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.37) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.74) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ด้านการมีอาหารหลากหลาย และรสชาดอร่อย ($\bar{x}$=4.70) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.60) โดยจากผลการวิจัยทั้ง 2 ประเด็น สามารถนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม เพื่อให้มีความตรงต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 เส้นทาง คือ เส้นทางที่ 1 เส้นทางอิ่มบุญสุขใจไปกับสถาปัตยกรรมริมโขง เส้นทางที่ 2 เส้นทาง Slow life ริมโขงกับสถาปัตยกรรมเมืองเก่านครพนม และเส้นทางที่ 3 เส้นทาง Back to the past in Nakhon Phanom City ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพัทธมน ภมรานนท์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สภาพแวดล้อมมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม การเดินทางมีความสะดวก มีบริการต่าง ๆ เช่น สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ มีเจ้าหน้าที่รักษความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม และกำลังเป็นที่นิยม มีค่าเฉลี่ยต่อการตัดสินใจมากที่สุดผลการเปรียบเทียบพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา และรายได้ของ นักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Srirathu, V. (2008) ที่นำเสนอว่าการกำหนดเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการพิจารณาปัจจัยอื่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มารับประสบการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์และความสวยงามของสถานที่, ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และองค์กรหรือบริษัทที่ให้บริการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น

แรงจูงใจส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ซึ่งไม่สนับสนุนตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เมื่อพิจารณาพบว่าประเด็นที่ระดับ

ความคิดเห็นมากที่สุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการในบ้านป่องนัก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านกาแฟ เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของสุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ (2545) ที่นำเสนอว่าแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางเพื่ออะไร และคาดหวังที่ได้รับผลิตภัณฑ์บริการรูปแบบใด เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว แรงผลักดันที่ทำให้คนเดินทาง มีปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปที่ต่าง ๆ คือ นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักเดินทางปลอดภัยและมั่นคง ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า 1) แรงจูงใจการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน (Beta=.487) ปัจจัยดึงดูด (Beta=.315) ทำนายตัวแปรตามได้ร้อยละ 54 2) การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว (Beta=.445) ที่พักแรม (Beta=.216) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Beta=.190) สิ่งอำนวยความสะดวก (Beta=.102) ทำนายตัวแปรตามได้ร้อยละ 61.9 และยังไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ (2545) ที่นำเสนอว่า ปัจจัยดึงดูด เป็นปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปที่ต่าง ๆ เช่น นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้อง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางปลอดภัย และเป็นการเพิ่มแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะผลจากการศึกษา

1.1 จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง อันดับสุดท้าย คือ ต้องการมาท่องเที่ยวบ้านป่องนักเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีขึ้น ควรพัฒนาและปรับปรุงความน่าสนใจของการท่องเที่ยวในบริเวณบ้านป่องนัก เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่อาจมีอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง กิจกรรมท่องเที่ยวท้องถิ่น ที่น่าสนใจสำหรับการพักผ่อนและการเรียนรู้ การจัดการที่ดีของสถานที่ท่องเที่ยวในบ้านป่องนัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินไปกับประสบการณ์ที่ดีและประทับใจได้อย่างเต็มที่ โดยมีการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อน เพื่อสร้างแรงจูงใจและตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมบ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

1.2 จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง อันดับแรก คือ บ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ดังนั้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ควรทำการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวบ้านป่องนักให้มีการนำเสนอประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของบ้านป่องนัก เช่น การจัดทัศนศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การนำเสนอการแสดงที่เป็นสื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ หรือการจัดกิจกรรมที่

เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายและประทับใจสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มาเยี่ยมชมบ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

1.3 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง อันดับแรก คือ ความสมบูรณ์และความสวยงาม ทางสถาปัตยกรรมของบ้านป่องนัก ดังนั้น ควรเน้นการอนุรักษ์และพัฒนาสถาปัตยกรรมอย่างสร้างสรรค์ เช่น การซ่อมแซมและปรับปรุงบ้านป่องนักให้สวยงาม การจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เน้นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำ เช่น การจัดทัศนศึกษาเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น การนำเสนอการแสดงที่เป็นสื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมหรือการจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับสถาปัตยกรรมและศิลปะท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะในด้านการเสริมสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่เป็นที่ประทับใจและมีความทรงจำที่ดีโดยเฉพาะในด้านสถาปัตยกรรมของบ้านป่องนัก

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เคยมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง เท่านั้น ควรทำการศึกษากับแหล่งท่องเที่ยวทหารพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน

2.2 ควรทำการขยายขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อื่น ๆ ในจังหวัดลำปาง เพิ่มเติม เช่น พิพิธภัณฑ์เซรามิคธนบดี บ้านเสานัก พิพิธภัณฑ์หอปูมละกอน เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลทางการตลาดบริการสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.3 การศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบที่พักอาศัยในแหล่งท่องเที่ยวทหาร อันจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทหารมากยิ่งขึ้น

2.4 ให้ศึกษาเชิงลึก ด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวบ้านป่องนัก จังหวัดลำปาง เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจที่ต้องการเข้ามาเยี่ยมชม บ้านป่องนัก มากยิ่งขึ้น

บทสรุป

แรงจูงใจ ภาพลักษณ์และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง โดยบ้านป่องนักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีบรรยากาศเงียบสงบ ร่มรื่น ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว บ้านป่องนักยังมีความสมบูรณ์และความสวยงาม ทางสถาปัตยกรรม มีทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวทหาร บ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีความโดดเด่นในจังหวัดลำปาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการตามแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านแรงจูงใจ ควรพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมท่องเที่ยว สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวท้องถิ่นที่น่าสนใจและหลากหลาย เช่น การจัดกิจกรรมเชิงผจญภัย การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และการพักผ่อนหย่อนใจที่ให้ความรู้และสนุกสนาน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และร้านค้าของที่

ระลึก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและเพิ่มความสะดวกสบาย มีการจัดอบรมและพัฒนาบุคลากรในด้านการบริการและการดูแลนักท่องเที่ยวเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพและเป็นกันเอง และส่งเสริมการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในบ้านป่องนักให้มีความสะอาด สะดวกสบาย และปลอดภัย เพื่อให้ผู้มาเยี่ยมชมรู้สึกประทับใจและอยากกลับมาเยือนอีก

2. ด้านภาพลักษณ์ ส่งเสริมความสำคัญทางประวัติศาสตร์โดยการจัดทัศนศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของบ้านป่องนักเพื่อให้ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว นำเสนอการแสดงและสื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแสดงทางวัฒนธรรมและการจัดนิทรรศการ ปรับปรุง พัฒนา ฟื้นฟู และรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านป่องนักโดยคงความสมบูรณ์และความสวยงามของสถาปัตยกรรมดั้งเดิม เพิ่มประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบ้านป่องนัก

3. ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อนุรักษ์ พัฒนาสถาปัตยกรรม ซ่อมแซม และปรับปรุงสถาปัตยกรรมของบ้านป่องนักให้คงความงดงามและเสน่ห์ดั้งเดิม จัดกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมและศิลปะท้องถิ่น เช่น การนำเสนอการแสดงและการจัดทัศนศึกษา ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและประเพณีที่เชื่อมโยงกับบ้านป่องนักเพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าจดจำ และสนับสนุนการจัดงานเทศกาลหรือกิจกรรมพิเศษที่แสดงถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของบ้านป่องนัก

การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทหารบ้านป่องนัก ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งของจังหวัดลำปางในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายัง ‘จังหวัดลำปาง’ ปี 2566*. ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว.

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2565*). อิทธิพลของแรงจูงใจและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต*. สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้ง จังหวัดภูเก็ต.

คณะบรรณาธิการข่าว กองทัพภาคที่ 3. (2565). *บ้านป่องนัก พิพิธภัณฑ์มณฑลทหารบกที่ 32*. [Online]. Available : https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1982612.

ณัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์ และผกามาศ ชัยรัตน์. (2563). *ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา*. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา.

พัทธมน ภมรานนท์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เมษ์ธาวิน พลโยธี, วันชัย ทิพนัส, วิรังรอง จุ่นหัวโทน, สิรินทิพย์ สุวรรณมาโจ. (2565). *ศักยภาพเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม*. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วรวศา เหมาะสิรากุล และวรรณัย สายประเสริฐ. (2564). *ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีน*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุขุม คงดิษฐ์ และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2558). *การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลกนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2545). *พฤติกรรมการท่องเที่ยว*.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ขอนแก่น.

Cochran, W.G. (1977). *Wiley : Sampling Techniques*. 3rd ed. New York : John Wiley & Sons.

Likert. (1970). *New Partterns of Management*. New York : McGraw-Hill.

Srirathu Vipa. (2008). Eco–tourismPotentialofAmphoeKhaoKhoPhetchabun Province. Master of Science Degreein Ecotourism Planning and Management. Srinakarinwirot University.Bangkok.