

## ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก

### Decision Making Factors of Thai Tourists Travelling in Tak Special Economic Development Zone

Chaiwut Chairerk  
Seri Wongmontha  
University of Phayao

#### บทคัดย่อ

ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เพื่อเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก ซึ่งศึกษาจากตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตากจำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน โดยปัจจัยที่การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย คือ ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และช่องทางการจัดจำหน่าย แนวทางที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากนั้นควรพัฒนาปัจจัยทุกด้านไปพร้อมๆ กัน

**คำสำคัญ :** ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ การท่องเที่ยว เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

## Abstract

Research on decision making factors of Thai tourists travelling in Tak special economic development zone. The purpose of this study was to study the demographic characteristics and factors affecting the decision of Thai tourists traveling in Tak special economic zone. To provide an appropriate way to manage appropriate tourism in Tak Special Economic Zones. This study was carried out on a sample of 400 Thai tourists traveling in the Tak Special Economic Zone using the open-ended and open-ended questionnaires. Use descriptive statistics for frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research found that most of the tourists were male. Age between 30–39 years old. Personal Business and income between 20,001–30,000 Baht per month. Decision making factors to travel in Tak special economic zone. Sorting rankings from descending order is the physical appearance, product price, promotion, marketing process, personnel and distribution channels. The appropriate way to manage tourism in the Special Economic Zone should be to develop all the factors simultaneously.

**Keywords :** marketing mix, decision, tourism, Tak special economic development zone

## บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้คาดการณ์ไว้ว่า ในปีค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี และคาดการณ์ว่า ในปีค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด

ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับเศรษฐกิจอาเซียน ได้ชี้ว่าในส่วนของประเทศไทย การท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญของประเทศ ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยจัดอยู่ในอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด

พื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และพื้นที่ในอำเภอใกล้เคียงถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง โดยจากสถิติจากการท่องเที่ยว พบว่าในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตาก ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีจำนวนสูงถึง 1,055,118 คนเลยทีเดียว แต่สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมักจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีอยู่แล้ว เช่น ตลาดริมเมย น้ำตกทีลอซู น้ำตกพาเจริญ ศาลเจ้าพะวอ ตลาดพื้นเมืองชาวเขาตอมูเซอ เป็นต้น ทั้งที่จริงแล้วในพื้นที่นี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่งดงามอีกมากมาย แต่กลับขาดการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น จุดชมวิวดอยหัวหมด อุทยานแห่งชาติแม่เมย วัดพระบรมธาตุ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอู่มฝาง ดอยสอยมาลัย น้ำตกนางครวญ ด้วยที่สถานที่เหล่านี้ขาดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

ทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ขาดการทำตลาด ขาดการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกๆ ด้าน การไม่กระจายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมนี้ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อระบบสาธารณสุขปภคที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ เพราะนักท่องเที่ยวกระจุกตัวท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเพียงไม่กี่แห่ง เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร ที่พัก นอกจากนี้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่มากจนเกินขีดความสามารถในการรองรับของสถานที่ยังส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวต่างๆ ก็เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลวิจัยมาแล้วในหลายพื้นที่ และตรงกับผลการศึกษาของอมรรัตน์ วิถีสวัสดิ์ (Vitheesawat, 2007) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมเพื่อกำหนดย่านตามขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว เกาะช้าง จังหวัดตราด ที่พบว่า เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณการใช้น้ำเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอย และเกิดการบุกรุกพื้นที่ป่ามากขึ้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชน และเช่นกันหากในอนาคตนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้ทวีความรุนแรงของปัญหามากขึ้นไปอีกเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่สามารถรองรับได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเร่งส่งเสริมให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่อื่นหรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นด้วย เพื่อกระจายนักท่องเที่ยว กระจายรายได้ และรักษาความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเอาไว้ พื้นที่บริเวณนี้ โดยเฉพาะอำเภอแม่สอดเป็นพื้นที่ที่ทางภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญไว้ในหลายๆ ด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว โดยมีทำเลที่เหมาะสมในการเดินทาง การขนส่งสินค้า ซึ่งแน่นอนว่าจะมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

จากความร่วมมือในหลายๆ ด้าน คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้มีคำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 72/2557 แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษซึ่งในการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2557 ซึ่งมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในฐานะหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เป็นประธานที่ประชุม ได้ให้ความเห็นชอบพื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทย ใน 5 พื้นที่ชายแดน เพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ได้อย่างสมบูรณ์ ได้แก่

1. อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว
3. พื้นที่ชายแดน จังหวัดตราด
4. พื้นที่ชายแดน จังหวัดมุกดาหาร
5. อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ต่อมามติที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 2/2557 เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2557 เห็นชอบขอบเขตพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษใน 5 พื้นที่ชายแดน เป้าหมาย รวม 36 ตำบล ใน 10 อำเภอ พื้นที่รวมประมาณ 1.83 ล้านไร่ (2,932 ตร.กม.) สำหรับจังหวัดตาก ได้มีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ในระดับตำบลที่อยู่ติดชายแดนและไม่ทับซ้อนพื้นที่ป่าไม้ของจังหวัดตาก จำนวน 14 ตำบล 886,875 ไร่ (1,419 ตร.กม.) ใน อ.แม่สอด อ.พบพระ และ อ.แม่ระมาด เพื่อจัดตั้งพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากและด้วยศักยภาพและความพร้อมของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากนี้ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การลงทุนภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และการท่องเที่ยว

มีโครงข่ายการคมนาคมทางบกที่สนับสนุนการขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้า มีสนามบินพาณิชย์ เป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนในพื้นที่ร่วมกันผลักดันอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สามารถเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจพิเศษเมียวดี (Myawady Trade Zone) ของสหภาพพม่า ซึ่งตั้งอยู่ห่างออกไปเพียง 10 กิโลเมตร และมีพื้นที่ตั้งอยู่ปลายแนวเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ (East-West Economic Corridor: EWEC) เป็นจุดตัดระหว่างแนวเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ North-South Economic Corridor (NSEC) มีโครงข่ายการคมนาคมทางบกที่สนับสนุนการขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้า มีสนามบินพาณิชย์ เป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว

เมื่อพิจารณาถึงโอกาสทางการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากพบว่า มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเพื่อเป็นเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว

### วัตถุประสงค์

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก
3. เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก
2. ทำให้ทราบปัจจัยการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก

### ประชากรและตัวอย่าง

ข้อมูลจากระบบฐานข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว พบว่าในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดตาก ทั้งชาวไทยมีจำนวน 1,055,118 คน ดังนั้น เมื่อทำการคำนวณค่าเพื่อหากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) จากสูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{1,055,118}{1+1,055,118 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1,055,118}{1+2,637.80}$$

$$n = 399.85 \text{ คน}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากนั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการการเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

### เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามสำรวจปัจจัยความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบไปด้วยคำถามเพื่อใช้วิเคราะห์เชิงสถิติ โดยทำการแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านต่างๆ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคอร์ท (Likert, 1967)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบริเวณเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อประธานคณาจารย์ และผู้อำนวยการเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และสามารถครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา และหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% โดยผ่านการประเมิน และตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มีค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) รวมทั้งฉบับ 0.97

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดผู้วิจัยนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยความต้องการด้านการท่องเที่ยว

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จำแนกตามปัจจัยด้านต่างๆ คือ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52 อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.75 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 60.25 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.50 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.00

**ตารางที่ 1** แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก

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

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยทางการท่องเที่ยวทุกด้านมีความสำคัญ ในระดับสำคัญมากมีค่าเฉลี่ย 3.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 โดยปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมาก อันดับแรก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.29 และด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ โดยปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่น้อยที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.09

ปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการสัมผัสความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงเดิมไม่ถูกทำลายจนเสื่อมโทรมหรือเปลี่ยนสภาพไปจากเดิม โดยนอกจากสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีเอกลักษณ์คงความเป็นดั้งเดิมเอาไว้แล้วนั้น สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงก็มีส่วนต่อการเลือกท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตากนั้นตั้งอยู่ห่างไกลกัน ด้วยข้อจำกัดดังกล่าวนี้ นักท่องเที่ยวจึงต้องวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับระยะเวลาในการท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวอยู่บริเวณใกล้เคียงกันสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่องกันได้ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่ท่องเที่ยวนั้น ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของสอนไซ จันทะวง (Chanhthawong, 2011) ซึ่งศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขตเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน ที่กล่าวว่าจังหวัดสะหวันนะเขต สปป.ลาว มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวชายแดนตามแนวเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Corridor) โดยข้อได้เปรียบคือ ด้านภูมิประเทศที่เอื้อ สะดวกต่อการเดินทางไปไทยและเวียดนาม นอกจากนี้จากการศึกษายังพบอีกว่าความปลอดภัยและความสะอาดของที่พัก ตรงกับการศึกษาของนันทพร ศรีวิไล และคณะ (Sriwilai et al, 2013) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยด้านที่พักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม อยู่ในระดับมาก

จากผลวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามปัจจัยความคิดเห็นทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดจากปัจจัยทุกด้าน โดยปัจจัยย่อยที่นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็นสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยวยังคงความอุดมสมบูรณ์ไว้ สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงมีความน่าสนใจ และความสะอาด ความปลอดภัยของที่พัก ตามลำดับ ซึ่งตรงกับที่ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (Kaewsuriya, 2000, pp.14-16) ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนไว้ว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือการคงรักษาไว้ให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดั้งเดิมมากที่สุด และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี (สะอาด) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และนอกจากนี้ยังตรงกับการวิจัยของกมลรัตน์ รัตนานพ (Rattanaphanop, 2007) ได้ศึกษาเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดปราจีนบุรี ผลการศึกษพบว่าแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดปราจีนบุรีที่จำเป็นและเหมาะสมจำเป็นต้องพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่สืบไป

**ด้านผลิตภัณฑ์** นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 จากปัจจัยทั้งหมด ปัจจัยย่อยที่นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็นสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวและด้านความหลากหลายของการบริการทางการท่องเที่ยว ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากและบริเวณใกล้เคียงที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่องได้ และมีชื่อเสียงระดับโลก คือน้ำตกทีลอซู ซึ่งเป็นจุดท่องเที่ยวยอดนิยมดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด และนอกจากนี้ในพื้นที่ยังมีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว เช่น มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเขตอำเภอบพพระ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ในเขตอำเภอแม่ระมาด และแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจับจ่ายซื้อของได้ในเขตอำเภอแม่สอด รวมไปถึงในพื้นที่ซึ่งมีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมในแบบฉบับไทย-พม่า ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างสูง ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของประพัทธ์ชัย ไชยนอก (Chainok, 2010) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม:กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ที่กล่าวว่า ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นจำเป็นต้องมีการส่งเสริมใน 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึง เรียงตามลำดับ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของอุดมพร กงเพชร (Kongpet, 2005) เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ นอกจากนี้ ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับข้อเสนอแนะทางเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายของการบริการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสำคัญในการที่จะส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว

**ด้านราคา** เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 จากปัจจัยทั้งหมด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีราคาเหมาะสม รวมถึงราคาเหมาะกับคุณภาพ และสินค้ามีราคาเป็นมีมาตรฐานเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการใช้จ่ายที่เหมาะสม และคุ้มค่างบค่าบริการ โดยนักท่องเที่ยวชอบสินค้าและบริการมีมาตรฐานเดียวกันเพราะจะควบคุมหรือกำหนดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และทำให้เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้อย่างชัดเจนมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งการตั้งราคาของสินค้านั้นยังเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากได้อีกด้วย และหากมีการตั้งราคาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เหมาะสมก็จะสามารถช่วยคัดกรองนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน ตรงกับความเห็นของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (Serirat et al., 2012) ซึ่งได้ให้ความหมายของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาไว้ว่าควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สินค้า และกลุ่มเป้าหมาย เพราะราคาจะเป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้า ดังนั้นจึงควรมีมาตรการในการกำหนดราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายโดยจากการศึกษาวิจัยที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระหว่าง 20,001–30,000 บาทต่อเดือน และการกำหนดราคาควรมีมาตรฐานเดียวกันในทุกแหล่งท่องเที่ยว

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 4 โดยนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยในด้านนี้มากที่สุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว ส่วนลดหรือโปรโมชั่นที่ได้รับ และการโฆษณาเชิญชวนให้มาท่องเที่ยว ตามลำดับ นักท่องเที่ยวยังคงสนใจในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อ นำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยหากนักท่องเที่ยวมีข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพียงพอ ก็จะช่วยให้นักท่องเที่ยวรับทราบถึงข้อมูล ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การเดินทาง และยิ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของวิทติกา ทางชั้น (Thangchan, 2007) เรื่องกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีในเชิงบูรณาการ ที่พบว่า หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ด้านที่สำคัญที่ควรส่งเสริมสูงสุดคือ การประชาสัมพันธ์



การท่องเที่ยว และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเพชร บุดสีทา (Budseeta, 2009) เรื่องการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ที่บอกว่า ศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่งที่น่าสนใจที่จะพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยวทุกคน โดยเสนอแนะว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักทั่วไป

**ด้านกระบวนการ** เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 5 โดยปัจจัยย่อยที่นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็นสำคัญคือ ความสะดวกในการติดต่อขอความช่วยเหลือ ช่วยแก้ปัญหาจากเจ้าหน้าที่ ความสะดวกในการท่องเที่ยว และความสะดวกในการติดต่อขอรับข้อมูลทางการท่องเที่ยวตามลำดับ จะเห็นว่านักท่องเที่ยวให้ต้องการความสะดวกในการติดต่อเพื่อรับบริการทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญทั้งการขอความช่วยเหลือ และได้รับการช่วยแก้ปัญหาจากเจ้าหน้าที่หรือพนักงานในกรณีที่เกิดปัญหา หรือเมื่อต้องการข้อมูลสำคัญทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกรัตน์ เพ็ชรกอก (Petchko, 2012) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย คือ กลยุทธ์การพัฒนาด้านการบริการการท่องเที่ยว

**ด้านบุคลากร** ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 6 ปัจจัยย่อยที่นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็น คือ จำนวนเจ้าหน้าที่ พนักงานที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมเพียงพอ การแก้ปัญหาของเจ้าหน้าที่ และบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการดูแลให้ความช่วยเหลือ หรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ ตรงกับผลการศึกษาวิจัยของรสสุคนธ์ ชันคำภาค (Khonkumkard, 2013) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนมภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่พบว่า สามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนมภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนแบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์หลัก คือ

1. กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร
2. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากร
3. กลยุทธ์ด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดน

จะเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุดจากปัจจัยทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าถึงแม้ว่าในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตากที่ยังมีช่องทางเข้าถึงน้อย ไม่ส่งผลกับการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกในการจองหรือซื้อบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจบริการหลายธุรกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดได้ให้บริการจองการบริการ

ทางอินเทอร์เน็ต จึงช่วยลดปัญหาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายไปได้และช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการใช้บริการ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมากขึ้นตามไปด้วย โดยมีผลการวิจัยของสุรวณี เชื้อครุฑ (Chuakrut, 2011) เรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล และของสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจจองที่พักทางอินเทอร์เน็ตเร็วมาก คือ มีการซื้อทันทีหากถูกใจ ปัจจัยย่อยอีกอย่างที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ ความสะดวกในการใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ตรงกับงานวิจัยของกนกอร ศิริฐิติ (Sirithiti, 2006) เรื่องการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง ที่มีผลการวิจัยว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัย รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ สถานีบริการน้ำมัน ถนน เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ในพื้นที่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากถือได้ว่ายังมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติสูง และยังมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนใคร มีการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมแบบพม่าในพื้นที่เดียวกัน หากมีการจะพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจึงควรกำหนดนโยบายสำคัญที่จะดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่สืบไป
2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ เนื่องจากผลการศึกษาวิจัยพบว่าปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากนั้นมีความสำคัญ ในระดับสำคัญมากในทุกด้าน ดังนั้น หากต้องการให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวประสบความสำเร็จ ควรดำเนินการไปในทุกประเด็นพร้อมๆ กัน
3. ข้อเสนอแนะทางวิชาการ ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาร่วมกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเมียนมาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีกำลังซื้อสูง

## References

- Budseeta, Petchara. (2009). **Community-Based Marketing Management on Tourism of Ban Nakornchum Kamphaengphet Province**. Kamphaeng Phet Rajabhat University.
- Chainok, Prapatchai. (2010). **Guidelines for The Development of Cultural Tourism: A Case Study of Ban Dansai, Dansai District, Loei Province**. Master of Arts Thesis. Loei Rajabhat University.
- Chanhthavong, Sonexay. (2011). **A Study of Savannakhet Province Tourism Development Guidelines to Become A Tourism Bordertown**. Retrieved January, 24, 2017, from <http://tcd.thailis.or.th>.
- Chuakrut, Surawanee. (2011). **Behavior of Thai Tourists towards Internet Reservation for Accommodations in Chiang Mai Province**. Master of Business Administration Thesis. Chiang Mai University.
- Jirawongwan, Chaturong. (2006). **Guidelines of Public Relations for Accommodation Ban Apae in Tambon Doi Hang, Muang District Chiangrai Province**. Master of Business Administration Thesis. Chiang Rai Rajabhat University.
- Keawsuriya, Rumpaipun. (2004). **Principles of Sustainable Tourism Management**. Retrieved January 24, 2017, from <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0007.pdf>.
- Khonkumkard, Rossukon. (2013). **Strategic Management for Hospitality Business of Frontier Tourism at Nakhon Phanom Province under ASEAN Economic Community (AEC) Context for Sustainable Tourism Development**. Master of Business Administration Thesis. Khon Kaen University.
- Kongpet, Udomporn. (2005). **Development of Eco-Tourism: A Case Study of Phu Foilom, Nongsang Distric, Udon Thani Province**. Master of Business Administration Thesis. Mahasarakham University.
- Likert, R. (1967). **The Human Organization; Its Management and Value**. New York: Mc Graw-Hill.
- Petchko, Kanokrat. (2012). **Strategic Management of Creative Socio-Economic Development for Promoting the Identity of Frontier Tourism at Chiang Saen District, Chiang Rai Province**. Master Master of Business Administration Thesis. Khon Kaen University.
- Rattanaphanop, Kamonrat. (2007). **Strategic Plan for Sustainable Tourism Development in Prachinburi**. Master of Arts Thesis. Naresuan University.
- Serirat, Siriwan. et al. (2012). **Marketing Plan for Promoting Thai Kitchen Equity into ASEAN Markets: A Case Study of Thailand, Lao People's Democratic Republic and Kingdom of Cambodia**. Suan Dusit Rajabhat University.

- Sirithiti, Kanok-on. (2006). **The Domestic Travel of Lampang People Living in the Municipal Area**. Master of Arts Thesis. Chiang Mai University.
- Sriwilai, Nantapohn. et al. (2013). Factors Affecting Tourists's Decision to visit Nakhon Phanom Province. *MBA-KKU Journal*, 6(2), 92-106.
- Tak Special Economic Development Zone. (n.d.). **Background: Tak Special Economic Development Zone**. Retrieved January, 24, 2016, from: <http://www.taksez.com/th/page/establishment.html>.
- Thangchan, Wittika. (2007). **Integrated Tourism Marketing Strategies for Ubon Ratchatani Province**. Master of Arts Thesis. Naresuan University.
- Tourism Authority of Thailand. (n.d.). **About Tak**. Retrieved January, 24, 2016, from <https://www.tourismthailand.org/About-Thailand/Destination/Tak>.
- Vitteesawat, Amornrat. (2007). **Study of Physical Environmental Changed for Zoning Depend on Limit of Carrying Capacity to Support Tourism in Koh Changewat Trad**. Master of Science Thesis in Geography. Srinakharinwirot University.
- Weaver, D. B. (1998). **Ecotourism in the Less Developed World**. New York: Oxon.
- World Tourism Organization. (2014). **E-marketing for Tourism Destinations**. Retrieved January 27, 2016, from <http://www2.unwto.org/publication/handbook-e-marketing-tourism-destinations-fully-revised-and-extended-version-30>.
- Yamane, T. (1967). **Statistics an Introductory Analysis**. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Harper & Row.