

การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่)
อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช*
ECONOMIC VALUATION OF TOURISM AT WAT CHEDI,
SICHON DISTRICT NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

รัตติกามญจน์ ชัดสาภาญจน์

Ratikarn Katsakarn

วิชิต จรุงสุจริตกุล

Wichit Charungsutjaritkul

กาญจนพรรณ จรพงศ์

Kanjanapan Jarapong

โสภณ ชุมทองโด

Sophon Chumtongdo

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

E-mail: rattikarn1280@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 3) ประเมินมูลค่าการท่องเที่ยว ในการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 323 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และประเมินมูลค่าจากการท่องเที่ยวใช้วิธีต้นทุนการเดินทาง ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.3 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21-30 ปี ร้อยละ 40.9 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.3 ระดับรายได้ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.8 ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งการมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.4 วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ ชื่อเสียงความศักดิ์สิทธิ์ของไอ้ไข่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาเพื่อขอพรบนบาน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว 3)

* Received March 11, 2022; Revised April 13, 2022; Accepted June 30, 2022



ด้านร้านค้า 4) ด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนผลการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเจดีย์ โดยใช้ตัวแปร อายุของของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และค่าใช้จ่าย พบว่า มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อคนเท่ากับ 31.57 บาทต่อคน และเมื่อนำมาประเมินมูลค่าทางการท่องเที่ยววัดเจดีย์พบว่ามูลค่าจากการท่องเที่ยวที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 6,629,624.95 บาทต่อเดือน ถึง 9,470,892.79 บาทต่อเดือน นับว่าเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงมาก

คำสำคัญ: การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจ, การท่องเที่ยว, วัดเจดีย์ อำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

Abstract

This research article aims to 1) to study general information of tourists who came to travel 2) to study the level of opinions of tourists 3) to assess the tourism value. In the study, quantitative research methods were used. by collecting data from the questionnaire Based on a simple random sampling of 323 people, the statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, and valuation of tourism using the travel cost method. The results of the data analysis revealed that The general information of tourists is mostly female. accounted for 52.3%, most of them were in the range 21-30 years old, 40.9% most had a bachelor's degree. accounted for 52.3%. Most of the income levels had monthly income of not more than 10,000 baht, representing 36.8%. Most of them had more than 3 visits or more, accounting for 38.4%. The objectives of the trip were as follows: Egg's reputation for holiness the most, accounting for 32.8 percent, followed by asking for blessings on the blossoms. accounted for 24.5 percent. The tourist opinions on various factors found that 4 factors were 1) tourist attractions, 2) tourist facilities, 3) shops, 4) public relations. Tourists have a high level of satisfaction. As for the results of the economic valuation of the visit to the Wat Chedi by using variables age of tourists Education level, income level and expenses, it was found that the value of consumer surplus per person was 31.57 baht per person. And when it comes to assessing the value of tourism at Wat Chedi, it is found that the value of tourism is between 6,629,624.95 baht per month to 9,470,892.79 baht per month, which is a very high economic value.

Keywords: Economic Valuation, Tourism, Wat Chedi Sichon District Nakhon Si Thammarat

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวและมีคุณค่าทั้งทางด้านธรรมชาติและทางด้านวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากสถิติที่ผ่านมาประเทศไทยมี ภาคการท่องเที่ยวของไทยยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสะท้อนจากอันดับในดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2562 โดย World Economic Forum ที่ไทยติดอันดับ 31 จาก 140 ประเทศทั่วโลก และเป็นอันดับ 3 ของอาเซียนรองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) โดยแหล่งท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งความสำคัญของการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่นิยมเกิดค่าใช้จ่ายขึ้น ทั้งค่าใช้จ่ายก่อนการเดินทาง ค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง และค่าใช้จ่ายหลังการเดินทาง ทำให้ธุรกิจและชุมชนได้รับผลโดยตรงและโดยอ้อมจากนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมหลายสาขารวมถึงชนิดของสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างกันการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างยิ่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

สำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นนับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้ให้จังหวัดอย่างมหาศาลเพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายในรูปแบบของการท่องเที่ยวมากจึงดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นครศรีธรรมราชมีทั้งอำเภอที่ทันสมัยมีธรรมชาติที่สวยงามมีอาหารที่หลากหลายรวมถึงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ดึงดูดใจเหล่านักท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะในปัจจุบันการเดินทางมีความสะดวกสบายเกิดการท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดายและมีความถี่มากขึ้นในปีพ.ศ. 2561 ที่ผ่านมามีจังหวัดนครศรีธรรมราชมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 2,121 ล้านบาทและมีอัตราการขยายตัว 9.18 เปอร์เซ็นต์ จากปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวที่นับเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดประโยชน์ในวงกว้างเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งสัมพันธ์กับธุรกิจหลายภาคส่วนทั้งธุรกิจโรงแรมที่พักธุรกิจคมนาคมขนส่งธุรกิจนำเที่ยวร้านอาหารรวมถึงธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนทำให้เกิดเงินหมุนเวียนมากขึ้นและเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นสืบเนื่องจากความสำคัญของการท่องเที่ยวดัง ที่กล่าวมาข้างต้นภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรที่จะให้สนับสนุนอย่างจริงจังโดยหาช่องทางในอุตสาหกรรมเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเปิดโอกาสให้เกิดการท่องเที่ยวได้มาก



ยิ่งขึ้นไปอีก สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นนอกจากจะเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวแล้วก็นับได้ว่าเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศไทย นอกจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้วก็นับว่าเป็นเมืองที่มีค่าครองชีพที่ไม่สูง แต่มีนักท่องเที่ยวใช้จ่ายในระดับที่น่าพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเยือนได้ง่ายเพราะค่าใช้จ่ายต่ำกว่ามากหากเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศ (สำนักข่าว TNN, 2563)

แม้ว่าในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563 ท่ามกลางประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้หยุดชะงักลงและส่งผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยเนื่องจากที่ผ่านมานั้นประเทศไทยได้พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศเป็นหลัก อย่างไรก็ตามท่ามกลางวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่เกิดขึ้นนั้น ในประเทศไทยได้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่ผู้คนจำนวนมากได้เดินทางไปยังวัดเจตีย์ เกิดกระแส "ไอ้ไข่วัดเจตีย์" ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ทำเศรษฐกิจด้านท่องเที่ยวและที่พักในจังหวัดนครศรีธรรมราชคึกคักเป็นอย่างมาก มีผู้คนแห่เที่ยวสักการะแน่นวัดเจตีย์ทุกวัน ห้องพักรับรองเต็มทั้งจังหวัด สายการบินต่าง ๆ ต้องเพิ่มเที่ยวบิน เพื่อตอบสนองต่อกระแส "ไอ้ไข่วัดเจตีย์" หมู่ 7 ตำบลฉลอง อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จากการที่มีผู้คนจำนวนมากจากทั่วสารทิศและต่างประเทศประสบความสำเร็จด้านหน้าที่การงานและธุรกิจ หลังจากที่มากราบไหว้สักการะไอ้ไข่ที่วัดเจตีย์แล้วสำเร็จสมใจก็กลับมาจุดประทัดแก้บนเป็นจำนวนมาก จนเศษประทัดกองเป็นภูเขา จากผู้คนจำนวนมากแห่หลังไหลเข้ามาเที่ยววัดเจตีย์เพื่อกราบไหว้สักการะรูปปั้นไอ้ไข่ ซึ่งส่วนใหญ่จะบนบานในเรื่องเงินทองและหน้าที่การงาน จนกลายเป็นคำพูดว่า "ขอได้ไหว้รับ" กระแสผู้คนจำนวนมากที่แห่หลังไหลเข้ามาในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีเป้าหมายเดียวกันเพื่อไปกราบไหว้รูปปั้นไอ้ไข่ในวัดเจตีย์ ทำให้ที่พักเกือบทุกแห่งในจังหวัดนครศรีธรรมราช ถูกจองเต็มหมดติดต่อกันหลายวัน นักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักต้องจองล่วงหน้าหลายวันถึงจะได้ โดยเฉพาะที่พักในพื้นที่อำเภอสิชล อำเภอขนอม และอำเภอท่าศาลา ถูกจองเต็มยาวนานนับเดือน ขณะที่ร้านอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ คึกคักแน่นเต็มไปด้วยผู้คนจากทั่วสารทิศและที่สำคัญสายการบินต่าง ๆ ที่บินตรงจากดอนเมือง - นครศรีธรรมราช แต่ละเที่ยวของสายการบินมีผู้โดยสารจองเต็ม ผู้ที่จะมาวัดเจตีย์บางคนจะต้องบินไปลงสุราษฎร์ธานีหรือกระบี่แทนแล้วเหมารถมาวัดเจตีย์ไอ้ไข่ ขณะที่สายการบินใหม่ ๆ ก็ได้เปิดเส้นทางการบินเพิ่มขึ้นขึ้นล่าสุด เช่น สายการบินเวียดเจ็ตและไทยสมายด์ ก็ได้เพิ่มเที่ยวบินจากสุวรรณภูมิมายังนครศรีธรรมราชเพื่อรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากที่ต้องการบินมาลงสนามบินนครศรีธรรมราช (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

จากกระแสดังกล่าวข้างต้นทำให้เกิดความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อเศรษฐกิจที่เห็นได้ชัด คือ การขยายตัวของ GDP เกิดการสร้างงาน เพิ่มมูลค่าของการส่งออกและมูลค่า

ของภาษี รวมถึงการกระตุ้นการลงทุน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการใช้จ่ายเงินของรัฐบาล อย่างไรก็ตามถึงแม้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องวิเคราะห์หามูลค่าทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์หามูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นการเพียงมิติเดียวทางด้านเศรษฐกิจซึ่งยังไม่เพียงพอต่อการสร้างความสมดุลในมิติอื่นทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จำเป็นต้องปัจจัยที่มีผลต่อการจากการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดเจดีย์ เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงผลปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลทางเศรษฐกิจ อันจะนำไปสู่แนวทางเสริมสร้างและส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานของการท่องเที่ยววัดเจดีย์ไผ่ อำเภอสหัส จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อตรวจสอบถึงคุณค่าทางสังคมของโครงการ รวมถึงการใช้ข้อมูลที่ได้จากการประเมินในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการและการพัฒนาระดับทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่นำไปสู่ความยั่งยืนได้ (กรมประชาสัมพันธ์, 2563)

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววัดเจดีย์ไผ่ อำเภอสหัส จังหวัดนครศรีธรรมราช และได้เลือกเป็นกรณีเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ โดยทำการประเมินมูลค่าการท่องเที่ยวของวัดเจดีย์ไผ่ อำเภอสหัส จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงแนวทางการใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองต่อเศรษฐกิจชุมชนรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่วัดเจดีย์และพื้นที่อื่นที่ใกล้เคียงในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนส่งเสริมและแนวทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสม ในการนำมาซึ่งรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดใกล้เคียง และระดับประเทศได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยววัดเจดีย์อำเภอสหัส จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยการมาท่องเที่ยววัดเจดีย์อำเภอสหัส จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อประเมินมูลค่าการท่องเที่ยว วัดเจดีย์ อำเภอสหัส จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยวิธีวิเคราะห์ต้นทุนการเดินทาง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย การศึกษานี้เป็นการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยในเบื้องต้นได้ศึกษาฐานข้อมูลทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช



(สำนักงานคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2563) รวมถึงเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ วัดเจดีย์ อำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้ระยะเวลาการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2563

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาค้างนี้ คอ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งไมทราบจำนวนที่แท้จริง ดังนั้น จึงทำการคำนวณเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้อยู่ตามสูตรของ (Cochran, W.G., 1953) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม 30% หรือ 0.3 โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 323 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คอ แบบสอบถามที่รวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยเนื้อหาของแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน สถานภาพ เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นการสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบ

จากนั้นได้มีการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ คณาจารย์ในหลักสูตร จำนวน 3 คน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหา และนำมาหาค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (content validity index) ได้ค่าเท่ากับ 0.86 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือ 0.80 ขึ้นไปตามหลักของ (Polit, D. & B. Hungler., 2004)จากนั้นได้มีการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำ ให้มีความถูกต้องยิ่งขึ้น

2. ทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะของประชากรใกล้เคียงกัน จำนวน 30 คน ได้ผลค่าความเชื่อมั่น (reliability) ตามค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา (coefficient Alpha)

ได้ค่าเท่ากับ 0.916 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามอยู่ในระดับที่เหมาะสมสามารถเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลได้ แล้วนำไปใช้เก็บข้อมูลจากตัวอย่าง 323 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสาร ตำรา บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ศึกษาการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อความชัดเจนในการศึกษาวิจัยแล้วนำมาเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

4.2.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บวิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม

4.2.2 การตรวจสอบข้อมูล ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.2.3 นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อย มาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ และเสนอผลการศึกษาโดยเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานประกอบตารางอธิบายข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้พรรณนาลักษณะของกลุ่มตัวอย่างจากปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การหาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของมูลค่าของการท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์โดยปกติแล้วฟังก์ชันขั้นอุปสงค์ และนำมาการประเมินมูลค่าจากการท่องเที่ยวใช้วิธีต้นทุนการเดินทาง (Travel Cost Method: TCM) โดยใช้แบบ Individual Travel Cost Model (ITCM) หาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนมาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางและตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคมระดับรายบุคคล ซึ่งสามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้ (อรสา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2552)



$$Q_i = f(C_i, D_i)$$

Q_i = จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลที่ i ในระยะเวลา 1 ปี

C_i = ค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่เกิดจากการเดินทางของบุคคลที่ i (เป็นผลรวมของ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเดินทางกับต้นทุนค่าเสียโอกาสของเวลาในการเดินทางและเวลาในการอยู่ที่ สถานที่ท่องเที่ยว)

S_i = ปัจจัยอื่น ๆ ทางเศรษฐกิจสังคม (เพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา เป็นต้น) ที่มีผลต่อจำนวนการเดินทางของบุคคลที่ i

ความสัมพันธ์นี้ใช้ในการคำนวณหาเส้นอุปสงค์ระหว่างต้นทุนการเดินทางของแต่ละบุคคลกับอัตราการไปท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล ด้วยการเพิ่มต้นทุนการเดินทางขึ้นเรื่อย ๆ แล้ว พิจารณาอัตราการไปท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลว่าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร แล้วจึงคำนวณหาความพอใจส่วนเกินของนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ภายใต้เส้นอุปสงค์ซึ่งสะท้อนถึงมูลค่าของสถานที่ท่องเที่ยว

แต่ในการศึกษาครั้งนี้เราหาความสัมพันธ์ของหาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมาเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเท่านั้นจึงใช้แบบจำลอง ได้ดังนี้

$$Q = f(\text{Sex, Age, Edu, Inc, Cost})$$

จากรูปแบบของฟังก์ชันที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (จำนวนการท่องเที่ยว ต่อปี) กับตัวแปรอิสระ (ต้นทุนการเดินทางและลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยว) ใน การศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบเส้นตรง (Linear) วิเคราะห์ความถดถอย (Regression Analyze) และใช้ สมการรูปแบบปัวซอง (Poisson Model) สมการดังนี้

$$CS = -1 / \beta$$

$$\text{ส่วนเกินผู้บริโภคต่อคน} = \frac{-1}{\text{ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต้นทุนการเดินทาง}} \quad (1)$$

ส่วนเกินผู้บริโภคต่อคนคูณด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน เฉลี่ยจะเท่ากับมูลค่าการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

$$\text{มูลค่าการท่องเที่ยว} = \text{ส่วนเกินผู้บริโภคต่อคน} \times \text{จำนวนนักท่องเที่ยวรวม} \quad (2)$$

ดังนั้นในการศึกษครั้งนี้คำนวณตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ส่วนเกิน ผู้บริโภค และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดเจดีย์ในแต่ละช่วงเวลาที่ต้องการศึกษา ก็จะทำให้ทราบถึงมูลค่าของการ ท่องเที่ยวของวัดเจดีย์ได้

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	154	47.7
หญิง	169	52.3
อายุ		
ไม่เกิน 20ปี	34	10.5
21-30 ปี	132	40.9
31-40ปี	78	24.1
41-50ปี	48	14.9
51-60ปี	16	5.0
มากกว่า 60 ปี	15	4.6
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	169	52.3
ปริญญาตรี	129	39.9
สูงกว่าปริญญาตรี	25	7.7
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	92	28.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	27	8.4
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	51	15.8
เกษตรกร	42	13.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	31	9.6
พนักงานบริษัท	40	12.4
รับจ้างทั่วไป	40	12.4
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน10,000บาท	119	36.8



ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
10,001-15,000บาท	104	32.2
15,001-20,000บาท	27	8.4
20,001-25,000บาท	11	3.4
25,001-30,000บาท	24	7.4
30,001-35,000บาท	21	6.5
35,001-40,000บาท	13	4.0
มากกว่า40,000บาท	4	1.2
จำนวนครั้งการมาท่องเที่ยว		
ไม่เคยมา	18	5.6
เคยมา 1 ครั้ง	74	22.9
เคยมา 2 ครั้ง	106	32.8
เคยมา 3 ครั้งขึ้นไป	125	38.4
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว		
1. เพื่อศึกษาหาความรู้	54	16.7
2. ชี้อเสียงที่รำลือถึงความ	106	32.8
ศักดิ์สิทธิ์ของไอ้ไข่		
3. ขอพรบนบานศาลกล่าว	79	24.5
4. แก้นให้ไอ้ไข่เด็กวัดเจดีย์	66	20.4
5. เข้าซื้อวัตถุมงคล	18	5.6
รวม	323	100

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 169 คน คิดเป็น (ร้อยละ 52.3) อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 132 คน (ร้อยละ 40.9) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 169 คน คิดเป็น (ร้อยละ 52.3) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 92 คน (ร้อยละ 28.5) รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 51 คน (ร้อยละ 15.8) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 119 คน (ร้อยละ 36.8) รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 104 คน (ร้อยละ 32.2) โดยส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งการมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 125 คน (ร้อยละ 38.4) ส่วนวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่เห็นว่ามีชื่อเสียงที่รำลือถึงความศักดิ์สิทธิ์ของไอ้ไข่ จำนวน 106 คน (ร้อยละ 32.8) รองลงมาเพื่อขอพรบนบานศาลกล่าว จำนวน 79 คน (ร้อยละ 24.5)

2. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต้อปัจจัยการมาท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต้อปัจจัยการมาท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่)

รายการระดับความเห็นของ นักท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว				
วัดเจดีย์ไอ้ไข่ไม่ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นกว่าวัดอื่น ๆ	323	4.37	1.03	มาก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือเรื่องความศักดิ์สิทธิ์	323	4.43	0.87	มาก
ด้านความเชื่อส่วนบุคคลขอไหว้ได้รับเป็นจริง	323	4.34	1.03	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	323	3.66	1.26	มาก
การทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน	323	3.92	1.12	มาก
การจัดการด้านจราจรภายในแหล่งท่องเที่ยว	323	3.86	1.17	มาก
การให้แนะนำหรือข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว	323	3.55	0.98	มาก
การดูแลความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่	323	3.31	1.02	มาก
การมีห้องน้ำที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	323	3.44	0.97	มาก
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม				
ร้านค้าต่าง ๆ มีความสะอาด	323	3.00	1.22	มาก
ร้านค้าต่าง ๆ ตั้งราคาที่เหมาะสม	323	2.89	1.15	มาก
ความหลากหลายของสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม	323	2.90	1.06	มาก
ร้านค้าร้านอาหารมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	323	2.82	1.00	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์				
ช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย	323	3.86	1.19	มาก
การสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต	323	4.20	0.96	มาก
คู่มือเอกสารสิ่งพิมพ์บอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	323	2.86	1.18	มาก



จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ของการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอโซ) อำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า (1) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวเห็นว่าวัดเจดีย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือเรื่องความศักดิ์สิทธิ์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาวัดเจดีย์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นกว่าวัดอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (2) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวเห็นว่าวัดเจดีย์การทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาวัดเจดีย์มีการจัดการด้านจราจรภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (3) ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวเห็นว่าร้านค้าต่าง ๆ มีความสะอาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 รองลงมาความหลากหลายของสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และ (4) ปัจจัยการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเห็นว่า สามารถสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของมูลค่าของการท่องเที่ยววัดเจดีย์ไอโซ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของมูลค่าของการท่องเที่ยววัดเจดีย์ไอโซ การศึกษาครั้งนี้เราหาได้จากความสัมพันธ์ของหาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนมาเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเท่านั้นจึงใช้แบบจำลองได้ดังนี้

$$Q = f(\text{Sex, Age, Edu, Inc, Cost})$$

Q คือ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวภายใน 1 เดือน

Sex คือ ตัวแปรเพศของนักท่องเที่ยว

Age คือ ตัวแปรอายุของนักท่องเที่ยว

Edu คือ ตัวแปรระดับการศึกษา

Inc คือ ตัวแปรจำนวนรายได้ที่เป็นตัวเงินที่ได้รับจริงจากการประกอบอาชีพ

Cost คือ ตัวแปรค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ผลการประมาณค่าวิธีต้นทุนการเดินทาง (ITCM) โดยใช้วิธี Regression Analysis

Variables	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	T-Statistic	Sig.
(Constant)	2.013533	0.250497	8.038165	0.0000
Sex	0.316280	0.103019	3.070128	0.0023
Age	0.115412	0.047305	2.439755	0.0152
Edu	0.249344	0.102389	2.435262	0.0154
Inc	-0.087749	0.038314	-2.290273	0.0227

Variables	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	T-Statistic	Sig.
Cost	-0.031676	0.035263	0.898270	0.0297

ผลการคำนวณมูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคโดยใช้แบบจำลองความถดถอยของ Poisson (Poisson Regression Model) ในการคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS) จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต้นทุนการเดินทาง ดังสมการ

$$\text{ส่วนเกินผู้บริโภคต่อคน} = \frac{-1}{\text{ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต้นทุนการเดินทาง}} \quad (1)$$

การคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus: CS)

$$CS = -1 / \beta$$

$$= -1 / (-0.031676) = 31.57 \text{ บาทต่อคน}$$

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสามารถคำนวณหาส่วนเกินผู้บริโภค (CS) โดยใช้วิธี Poisson Model จากสมการข้างต้นได้มูลค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อคนเท่ากับ 31.57 บาทต่อคน

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวท่องเที่ยววัดเจดีย์ไฉ้ จังหวัดนครศรีธรรมราชในช่วงเวลาดังกล่าว ประมาณวันละ 7,000-10,000 คน (กรมประชาสัมพันธ์, 2563) ดังนั้นผลรวมมูลค่าการท่องเที่ยวต่อเดือนวัดเจดีย์ไฉ้ เท่ากับ

มูลค่าการท่องเที่ยว = ค่าส่วนเกินผู้บริโภคต่อคน X จำนวนนักท่องเที่ยวต่อเดือน
กรณีจำนวนนักท่องเที่ยว 7,000 คน

มูลค่าการท่องเที่ยว = 31.57 x 7000 30 = 6,629,624.95 บาทต่อเดือน
กรณีจำนวนนักท่องเที่ยว 10,000 คน

มูลค่าการท่องเที่ยว = 31.57 x 10,000 30 = 9,470,892.79 บาทต่อเดือน

สรุปผลการประเมินมูลค่าทางการท่องเที่ยววัดเจดีย์ไฉ้ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยนำข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดเจดีย์ไฉ้ ตั้งแต่ปีเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2563 มูลค่าจากการท่องเที่ยวที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 6,629,624.95 บาทต่อเดือน ถึง 9,470,892.79 บาทต่อเดือน



อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ เป็นต้น และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนั้น อธิบายได้ด้วยเหตุผลตัวแปรด้านอุปสงค์ที่สำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะแสวงหาความพอใจหรืออรรถประโยชน์สูงสุดภายใต้ข้อจำกัดของรายได้และราคาสินค้าในตลาด ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากระดับความคิดเห็นนั้นมีหลายเหตุผลในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว จากการวิจัยพบว่าปัจจัยหรือเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทนา อินไชย และคณะ ที่พบว่า มูลค่าจากการท่องเที่ยวเป็นมูลค่าที่เกิดจากความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเดินทางไปสัมผัสบรรยากาศและสิ่งสูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และส่วนเกินผู้บริโภค คือ กำไรหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ดังนั้นจากการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราชมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจส่วนเกินจากการท่องเที่ยว แสดงว่าสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) ยังสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต (มัทนา อินไชย และคณะ, 2559)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของมูลค่าการท่องเที่ยว อภิปรายได้ดังนี้

2.1 มูลค่าจากการท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) นั้นมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง มาก ซึ่งมีที่มาจากนักท่องเที่ยวที่แห่เดินทางมาสักการะบูชาไอ้ไข่ที่วัดเจดีย์เป็นจำนวนมาก อย่างล้นหลามวัดเจดีย์ เพื่อขอพรบนบานรับไอ้ไข่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราลี ศรีตระกูล ที่บอกว่า ด้วยแรงศรัทธาไอ้ไข่ที่วัดเจดีย์จำนวนมากของนักท่องเที่ยวและวัดมีการจัดสร้างวัตถุมงคลไอ้ไข่รุ่นต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนการสื่อสารระหว่างคนกับสิ่งที่เหนือธรรมชาติ ทำให้วัดเจดีย์มีการพัฒนา ปรับปรุงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และส่งผลให้เกิดธุรกิจและเศรษฐกิจหมุนเวียนของชุมชนต่าง ๆ จำนวนมากด้วย ซึ่งชาวบ้านสามารถมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากที่ทำเพียงแค่เกษตรกรรม ปัจจุบันยังเกิดอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ขายสลากกินแบ่งรัฐบาล บัณฑิตปั้นไก่เพื่อขายไปยังร้านค้า ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และที่พักโฮมสเตย์ (Home Stay) เป็นต้น (วราลี ศรีตระกูล, 2564)

2.2 การศึกษามูลค่าการท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากชุมชนแล้วพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนในพื้นที่วัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) พื้นที่ใกล้เคียงและจังหวัดนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดีนั้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุชนารถ กฤษณมัย และปรีดา นักร ที่พบว่า การท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นมาจากชุมชนเอง แล้วเป็นที่ต้องการตอบสนองกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว นั้น ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมโดยกระตุ้นให้ชุมชนเห็นถึงความสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมมากขึ้น นอกจากนั้นควรมีการวางแผนและกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานของภาครัฐ และภาคีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนได้ (นุชนารถ กฤษณมัย และปรีดา นัคร, 2564)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า ในการศึกษาตัวแปรของการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 1) อายุของนักท่องเที่ยว 2) ระดับการศึกษา 3) ระดับรายได้จากการประกอบอาชีพ และ 4) ค่าใช้จ่าย ที่เกิดจากการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยมีมูลค่าจากการท่องเที่ยวอยู่ระหว่างระหว่าง 6,629,624.95 บาทต่อเดือน ถึง 9,470,892.79 บาทต่อเดือน นับว่าเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงมาก ดังนั้นหน่วยงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน รวมถึงชุมชนควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ควรอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นต่าง ๆ รวมถึงการอนุรักษ์ส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าเหล่านี้ให้คงอยู่และปรับประยุกต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เข้ากับยุคสมัยและความเจริญทางหน้าทางเทคโนโลยี รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กระตุ้นให้เกิดการรับรู้มีความสนใจมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์หรือช่องทางอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม ก็จะช่วยสร้างมูลค่าได้อย่างต่อเนื่องอย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดบางประการในงานวิจัยนี้ ทำให้ข้อมูลบางส่วนและตัวแปรบางตัวอาจยังไม่ครบถ้วน ดังนั้นหากได้มีการศึกษาต่อไป ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพหรืออาจเพิ่มตัวแปรในการศึกษาให้มากขึ้น เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ในมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุมเนื้อหาต่าง ๆ ได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. (2563). จังหวัดนครศรีธรรมราช กวาดรายได้เป็นอันดับหนึ่งการท่องเที่ยวเมืองรอง. เรียกใช้เมื่อ 9 สิงหาคม 2563 จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). ไอ้ไข่ วัดเจดีย์ นักปั่นเศรษฐกิจเมืองคอน. เรียกใช้เมื่อ 24 กันยายน 2563 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/899054>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). รายงานประจำปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2563. เรียกใช้เมื่อ 24 ธันวาคม 2563 จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/annual-report>.



- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. เรียกใช้เมื่อ 2563 กรกฎาคม 26 จาก <https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/>
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2553). การวิจัยหลักสูตรและการเรียนการสอน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นุชนารถ ฤกษ์นรมย์ และปรีดา นัคร. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีอำเภอหนองบัวลำภู จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 13(1). 128-140.
- มัทนา อินไชย และคณะ. (2559). การประเมินมูลค่าการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยวิธีต้นทุนการเดินทางส่วนบุคคล กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่. ใน พณณา ตั้งวรรณทิพย์ (บ.ก.), งานวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 3 (หน้า 864-876). เพชรบูรณ์: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- วรลี ศรีตระกูล. (2564). ปรากฏการณ์ไอซ์พาร์วย พฤติกรรม ความเชื่อ และการบนบาน. ใน วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักข่าว TNN. (2563). อาณิสสส์ครีธา "ไอซ์ วัดเจดีย์" สร้างอาชีพ-รายได้ ชาวนครราชสีมา. เรียกใช้เมื่อ 2563 ตุลาคม 14 จาก <https://www.tnnthailand.com/news/local/58612/>
- สำนักงานคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2563). รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช เดือน ตุลาคม 2563. เรียกใช้เมื่อ 24 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.cgd.go.th/cs/nrt/nrt>.
- อรสา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2552). การประเมินมูลค่าการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Cochran, W.G. (1953). Sampling Techiques. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Polit, D. & B. Hungler. (2004). Nursing Research-Principle and Methods. Lippincott Williams & Wilkins: Philadelphia.