

ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว:

กู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด

THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM POTENTIAL AND TOURISM MARKETING FACTORS:

KU KA SINGH, KASET WISAI DISTRICT, ROI ET PROVINCE

รุ่งวิทย์ ตรีกุล¹ จรินทร์ พักประไพ² ศราวุธ ผิวแดง³ และ นรเพชร ฟองอ่อน³

¹คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

²คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Rungwit Treekun¹ Charin Phakprapai² Sarawut Piewdang³ and Norapech Fongon³

¹Faculty of Business Administration and Accounting, Roi Et Rajabhat University

²Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

³Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

(Received: August 13, 2025; Revised: October 30, 2025; Accepted: October 31, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ดต่อยังปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว กู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 480 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 – 35 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท ต่อเดือน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อยังปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วยด้านความเป็นเอกลักษณ์ (Unique = U) ด้านความปลอดภัย (Safety = S) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity = A) หรือ U-SA MODEL โดยปรากฏความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพต่อยังปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว กู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล ซึ่งผลการทดสอบ Chi-Square มีค่า Sig. ไม่เกิน 0.01 ทุกปัจจัย ดังนั้น จังหวัดร้อยเอ็ดสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการจัดการการท่องเที่ยว กู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด

คำสำคัญ: ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว, ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยว กู่กาสิงห์
อำเภอเกษตรวิสัย, จังหวัดร้อยเอ็ด

ABSTRACT

This study aimed to analyze the relationship between tourism potential and tourism marketing factors at Ku Ka Singh Tourist Attraction, Kaset Wisai District, Roi Et Province. The population consists of tourists visiting Ku Ka Sing, Kaset Wisai District, Roi Et Province. The sample size is 480 people and data were collected through structured questionnaires. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used, while inferential statistics involved the Chi-square test and Pearson's correlation analysis.

The research results indicated that the majority of tourists were female, aged 26–35 years, held a bachelor's degree, were employed in private companies, and had a monthly income of 30,001–50,000 THB. The analysis of the relationship between tourism potential operationalized through the U-SA MODEL, encompassing Unique (U), Safety (S), and Amenity (A) and tourism marketing factors revealed statistically significant correlations at the 0.05 level across all factors, including product, price, place, promotion, physical environment, process, and people. The Chi-square test yielded significance values (Sig.) not exceeding 0.001 for all factors. These findings can be applied by Roi Et Province for strategic marketing planning to enhance the management and promotion of Ku Ka Singh Tourist Attraction.

Keywords: Tourism Potential, Tourism Marketing Factors, Ku Ka Singh Tourist Attraction, Kaset Wisai District, Roi Et Province

บทนำ

ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจมาตลอด โดยในปี พ.ศ.2567 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 35.54 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2566 ที่จำนวน 28.15 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้น 26.27% และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนเงิน 1.67 ล้านล้านบาท แต่ยังไม่กลับไปสู่ระดับก่อนเหตุการณ์โรคระบาดโควิด-19 (Covid-19) ทั้งในส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวและจำนวนเงินรายได้เข้าประเทศ (ปิติพัฒน์ ชูปลี้ม และวาราดา ทองจำนงค์, 2567)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ที่ได้วางจุดหมายให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570) ที่กำหนดเป้าหมายให้การท่องเที่ยวไทยมีความเข้มแข็งและสมดุล รวมถึงกำหนดทิศทางให้เป็นไปตามเป้าหมาย มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนเป็นระบบ และตามวิสัยทัศน์ที่ว่า สู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนสู่ปี พ.ศ.2580 แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580) และให้คนเป็นจุดศูนย์กลางของการพัฒนามาจัดทำแผนโดยส่งเสริมอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการ ลดบทบาทของอุตสาหกรรมหนักที่ส่วนใหญ่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างรายได้ และการกระจายรายได้ได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี : 2566-2670)

จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในการพัฒนาจังหวัดด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การ

ท่องเที่ยว การบริการ การค้า และการลงทุน เพื่อที่จะให้เป็นจุดศูนย์กลางในด้านศูนย์กลางการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน เป็นเมืองที่น่าอยู่ ของทุกคน และผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคนอกการเกษตรของจังหวัดให้เพิ่มขึ้น (ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, 2561) เพื่อเป็นการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวไปสู่ภูมิภาค ท้องถิ่นในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยภู่กาสิงห์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก เนื่องจากอยู่ในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวประเภทปราสาทหิน ซึ่งเป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ภู่กาสิงห์ยังไม่เป็นที่สนใจเท่าที่ควร จากงานวิจัยของสุเมธ จันทรสุทนต์พจน์ และคณะ (2568) ที่ศึกษาศักยภาพและปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยว พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของภู่กาสิงห์ อำเภอกเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยด้านใดบ้างที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอกเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำไปสู่การเขียนโครงการในการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและกลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพและปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของภู่กาสิงห์ อำเภอกเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอกเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 921,335 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, 2563) การกำหนดขนาดตัวอย่างถูกคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ซึ่งเป็นสูตรที่นิยมใช้ในการคำนวณขนาดตัวอย่างประชากรที่ไม่สามารถระบุค่าความแปรปรวนของประชากรและเหมาะสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากประชากรที่มีจำนวนจำกัด โดยใช้สูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

กำหนดให้	n	คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ ขนาดประชากร
	e	คือ ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดเป็น 0.05

จากการคำนวณด้วยสูตรดังกล่าว พบว่าขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 400 คน ซึ่งเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% (Yamane, 1967) การเลือกตัวอย่างดำเนินการด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเป็นวิธีที่ให้โอกาสทุกหน่วยในประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่าเทียมกัน วิธีนี้ช่วยลดอคติในการเลือกตัวอย่างและเพิ่มความเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างต่อประชากรทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล** เป็นคำถามแบบมาตราแบบบัญญัติ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน **ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว** ได้แก่ ลักษณะกิจกรรมที่ปฏิบัติ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ พาหนะที่ใช้ ความถี่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รูปแบบการเดินทาง และความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกสักครั้ง **ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ (6A)** ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรายการนำเที่ยว และด้านกิจกรรม **ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านองค์ประกอบทางการตลาดการท่องเที่ยว (7Ps)** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และบุคคล โดยที่แบบสอบถามตั้งแต่ตอนที่ 2 – 4 ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการนำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผ่านการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมในการนำไปใช้จริง (Lawshe, 1975) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ประชากรเป้าหมาย จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของข้อคำถามและปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ทั้งนี้ ในการประเมินความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม สามารถใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องภายในของข้อคำถาม (Cronbach, 1951; DeVellis, 2017)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง โดยทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ถึงนายกเทศมนตรีตำบลภู่กาสิงห์ เมื่อได้รับอนุญาตจากทางนายกเทศมนตรีภู่กาสิงห์ให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้ว ผู้วิจัยจึงเริ่มดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในวันเสาร์ - วันอาทิตย์ ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และด้านการตลาดท่องเที่ยว ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการบรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis) (Hair et al., 2019; Malhotra, 2010) เพื่อยืนยันองค์ประกอบด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ โดยการวิเคราะห์นี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว หาค่าความสัมพันธ์โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square Test) เพราะตัว

แปรเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ และเหมาะสำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในเบื้องต้น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 มีสถานภาพสมรส จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และมีรายได้ในปัจจุบันต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	223	46.50
1.2 หญิง	257	53.50
รวม	480	100.00
ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
2.1 15 – 25 ปี	104	21.70
2.2 26 – 35 ปี	193	40.20
2.3 36 – 45 ปี	103	21.50
2.4 46 – 55 ปี	42	8.80
2.5 มากกว่า 56 ปี	38	7.90
รวม	480	100.00
3. สถานภาพ		
1.1 โสด	185	38.50
1.2 สมรส	272	57.70
1.3 หย่าร้าง/หม้าย	23	4.80
รวม	480	100.00
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
4.1 ประถมศึกษา/มัธยมศึกษา	40	8.30
4.2 ปวช./ปวส./อนุปริญญา	168	35.00
4.3 ปริญญาตรี	183	38.10
4.4 สูงกว่าปริญญาตรี	89	18.50
รวม	480	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

5. อาชีพ		
5.1 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	76	15.80
5.2 พนักงานราชการ/ลูกจ้าง	62	12.90
5.3 พนักงานบริษัทเอกชน	161	33.50
5.4 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	56	11.70
5.5 เกษตรกร	21	4.40
5.6 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	104	21.70
5.7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....	-	-
รวม	480	100.00
6. รายได้ในปัจจุบันต่อเดือน		
6.1 น้อยกว่า 10,000 บาท	104	21.70
6.2 10,000 – 30,000 บาท	127	26.50
6.3 30,001 – 50,000 บาท	193	40.20
6.4 50,001 บาทขึ้นไป	56	11.70
รวม	480	100.00

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวร้อยเอ็ดมีลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจศิลปวัฒนธรรมและประเพณี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 42.90 พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 69.60 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่เคยมา จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 439 คน คิดเป็นร้อยละ 91.50 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่างจำนวน 1,500 – 3,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 มีรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/เพื่อน/แฟน จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 76.30 และถ้ามีโอกาสจะกลับมาเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ดอีก จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยว		
1.1 ไหว้พระ	174	36.30
1.2 ออกกำลังกาย	26	5.40
1.3 ชมความงามเมือง	81	16.90
1.4 ชมประวัติศาสตร์	199	41.50
รวม	480	100.00
2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน		
2.1 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	280	58.30
2.2 เพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง	83	17.30
2.3 เพื่อศึกษาหาความรู้	60	12.50
2.4 เพื่อประชุมสัมมนา	57	11.90
2.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-
รวม	480	100.00
3. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ		
3.1 ประวัติศาสตร์	152	31.70
3.2 ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี	206	42.90
3.3 ทางธรรมชาติ	50	10.40
3.4 บ้านเกิดเร้าใจ	72	15.00
รวม	480	100.00
4. พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน		
4.1 รถโดยสารสาธารณะ	13	2.70
4.2 รถยนต์ส่วนบุคคล	334	69.60
4.3 รถตู้เช่าเหมา	19	4.00
4.4 รถจักรยานยนต์	114	23.80
รวม	480	100.00
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ของท่าน		
5.1 ไม่เคยมา	305	63.50
5.2 1 ครั้ง	85	17.70
5.3 2 ครั้ง	63	13.10
5.4 3 ครั้งขึ้นไป	27	5.60
รวม	480	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน		
6.1 วันจันทร์ – ศุกร์	15	3.10
6.2 วันเสาร์ – อาทิตย์	439	91.50
6.3 วันหยุดนักขัตฤกษ์	26	5.40
รวม	480	100.00
7. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่าน		
7.1 ต่ำกว่า 1,500 บาท	138	28.70
7.2 1,501 – 3,000 บาท	141	29.40
7.3 3,001 – 4,000 บาท	89	18.50
7.4 มากกว่า 4,000 บาท	112	23.30
รวม	480	100.00
8. รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน		
8.1 คนเดียว	103	21.50
8.2 ครอบครัว/แฟน/เพื่อน	366	76.30
8.3 บริษัทนำเที่ยว	11	2.30
รวม	480	100.00
9. ถ้ามีโอกาสท่านจะกลับมาเที่ยวภูกาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด อีกหรือไม่		
9.1 กลับมา	287	59.80
9.2 ไม่กลับมา	92	19.20
9.3 ไม่แน่ใจ	101	21.00
รวม	480	100.00

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภูกาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภูกาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด วิเคราะห์ออกมาได้ 3 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบด้านที่ 1 ด้านความเป็นเอกลักษณ์ (Unique = U) คือ ความโดดเด่น และมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านที่ 2 ด้านความปลอดภัย (Safety = S) คือ ความสบายใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยว และองค์ประกอบด้านที่ 3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity = A) คือ การบริการที่สนับสนุนความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้ตั้งชื่อรูปแบบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภูกาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้ง่ายต่อการเรียกชื่อ ผู้วิจัยจึงตั้งชื่อว่า “U-SA Model” ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 รูปแบบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด
“U-SA MODEL”

โดยภาพรวมแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น และเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว
2. สิ่งที่ควรปรับปรุง หมายถึง ปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาหรือปรับปรุง
3. สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ หมายถึง ปัจจัยที่ยังไม่มี และนักท่องเที่ยวอยากให้มีใน

แหล่งท่องเที่ยว

ด้านที่ 1 ความเป็นเอกลักษณ์ (Unique) นักท่องเที่ยวมองว่าแหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่นชัดเจน ทั้งในด้านการเดินทางที่สะดวก ความมีชื่อเสียง และเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถดึงดูดใจได้เป็นอย่างดี แต่หากมีระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อโดยตรงจากตัวเมืองร้อยเอ็ดมายังแหล่งท่องเที่ยว จะยิ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ที่ไม่มียานยนต์ส่วนตัว และทำให้แหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

ด้านที่ 2 ความปลอดภัย (Safety) ควรมีการปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายข้อมูลให้มีความชัดเจนครอบคลุมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และลดความสับสนขณะเดินทาง

ด้านที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจในเรื่องของความสะอาด ความปลอดภัย และลานจอดรถที่มีอยู่ภายในวัดบูรพาภิบาลกาสิงห์ อย่างไรก็ตาม ยังควรมีการเพิ่มเติมบริการอื่น ๆ

เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้มาเยือน เช่น การจัดให้มีมัคคุเทศก์หรือเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ การจัดระบบดูแลความปลอดภัยให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น รวมถึงมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับชุมชน นอกจากนี้ ควรจัดทำโปรแกรมนำเที่ยวที่มีข้อมูลและราคาชัดเจนผ่านแอปพลิเคชัน พร้อมด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ห้องน้ำสะอาด ร้านยา ตู้กดเงินสด และร้านจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน

โดยสรุป หากแหล่งท่องเที่ยวภูากาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด พัฒนาได้ครบถ้วนตามแนวทางดังกล่าว จะช่วยยกระดับแหล่งท่องเที่ยวภูากาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ให้เป็นจุดหมายยอดนิยม และสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน

3. ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภูากาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว พบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภูากาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

3.1 ด้านความเป็นเอกลักษณ์ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล กล่าวคือ ภูากาสิงห์มีสถาปัตยกรรมแบบเดียวกับปราสาทหิน ง่ายต่อการเข้าชมและไม่เสียค่าใช้จ่าย

3.2 ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล กล่าวคือ การเข้าชมทำได้โดยสะดวก อยู่ใกล้ชุมชน ทำให้เมื่อมาเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกปลอดภัยและสบายใจ

3.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล กล่าวคือ ภูากาสิงห์สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวกต่อการเข้าชม

โดยมีค่า Chi – Square และค่า Significant (Sig.) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติค่า Chi – Square

ด้านของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว/ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว	ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านราคา		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ด้านส่งเสริมการขาย		ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านกระบวนการ		ด้านบุคคล	
	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.
ด้านความเป็นเอกลักษณ์	628.914	0.001*	479.321	0.001*	634.687	0.001*	283.183	0.001*	600.795	0.001*	645.441	0.001*	616.532	0.001*
ด้านความปลอดภัย	609.307	0.001*	478.665	0.001*	723.572	0.001*	312.981	0.001*	698.818	0.001*	725.377	0.001*	746.673	0.001*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	756.597	0.001*	607.014	0.001*	124.1.343	0.001*	924.159	0.001*	690.782	0.001*	143.3.118	0.001*	137.2.181	0.001*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ดกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว/ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการขาย	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ	ด้านบุคคล
แหล่งท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด							
ด้านความเป็นเอกลักษณ์ (U)	√	√	√	√	√	√	√
ด้านความปลอดภัย (S)	√	√	√	√	√	√	√
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (A)	√	√	√	√	√	√	√
รวมความถี่	3	3	3	3	3	3	3

จากตารางที่ 4 เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ดต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวทั้ง 7 ด้านประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล สามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวภู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ดได้

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์พบว่า แหล่งท่องเที่ยวภูกาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และบุคคล โดยสรุปเป็น 3 องค์ประกอบหลัก คือ

1. ความเป็นเอกลักษณ์ (Unique) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสวยงามและเอกลักษณ์ของสถานที่ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจและเป็นแรงจูงใจสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ.เมตตา ธนินนท์ (2560) ที่พบว่า ความงดงามและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยว

2. ความปลอดภัย (Safety) ความปลอดภัยสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดทุกด้าน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการที่สร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวัฒน์ พระงาม (2562) ที่ชี้ว่าผลิตภัณฑ์และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ความสะดวกสบาย เช่น ลานจอดรถ การเดินทาง และความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของมนัส โนนุช และสุตาวรรณ สมใจ (2563) ที่ยืนยันว่าความปลอดภัยเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป แหล่งท่องเที่ยวภูกาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด ที่นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาพื้นที่เชิงการตลาดได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรม จึงเป็นจุดเด่นที่สร้างความพึงพอใจและจดจำแก่นักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านราคา ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสมและเข้าถึงได้ เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นใกล้เคียง จึงถือเป็นข้อได้เปรียบด้านราคาที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเดินทางเข้า-ออกสะดวก แต่ยังควรพัฒนาเรื่องระบบขนส่งสาธารณะ และเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันและสื่อออนไลน์ให้หลากหลายยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ควรมีการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจน เช่น รายการนำเที่ยว ข้อมูลสถานที่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์และความประทับใจ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด มีลานจอดรถสะดวก และถนนที่มีสภาพดี

ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว ควรมีระบบบริการที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ เช่น จุดบริการนักท่องเที่ยว การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และการดูแลความปลอดภัยในพื้นที่

ปัจจัยด้านบุคคล การมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนั้น จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ในแหล่งท่องเที่ยวภูเก้าสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีจุดบริการนักท่องเที่ยว (Information Center) สำหรับเป็นจุดติดต่อสอบถามข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และจุดบริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำเที่ยว

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับปรุงพัฒนา สร้างองค์ประกอบด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภูเก้าสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้เกิดความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ของภูเก้าสิงห์ให้มีความสวยงามยิ่งขึ้น เป็นต้น

3. สามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปใช้ในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ในการท่องเที่ยวภูเก้าสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ให้มีความชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นแผนระยะสั้นหรือแผน ระยะยาว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องทางการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น นโยบายการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น ขุนโยบายด้านความคุ้มค่าในการมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำมากำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยว และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

2. ศึกษาเปรียบเทียบการจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและลักษณะของการจัดการการท่องเที่ยวว่าเป็นเช่นไร

3. ศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

ณัฐวัฒน์ พระงาม. (2562). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสินค้าในถนนคนเดินจังหวัดพิษณุโลก. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 9(1), 1–11.

ปิติพัฒน์ ชูปลื้ม, & วาราดา ทองจันทร์. (2567). สรุปท่องเที่ยวไทย 2567. สืบค้น 5 มิถุนายน 2568, จาก <https://thestandard.com/thai-tourism-2024-summary/>

มนัส โนนุช, & สุदारณ สมใจ. (2563). โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสนับสนุนความปลอดภัย บทบาทตำรวจท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี.

วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 8(1), 158–168.

เมลดา ธนิตนันท์. (2560). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้าน บางเขน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

สุเมธ จันทรสุทนต์, เสรี วงษ์มณฑา, & ชุชนะ เตชคณา. (2568). เกาะหมาก: แบบจำลองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน ศักยภาพและปัจจัยความสำเร็จ. สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย, 14(1), บทความที่ 28.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด. (2561). **วิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์**. สืบค้น 5 มิถุนายน 2568, จาก http://roiet.most.go.th/ewt_news.php?nid=403
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด. (2563). **รายงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด**. สืบค้น 5 มิถุนายน 2568, จาก http://roiet.mots.go.th/more_graph.php
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- DeVellis, R. F. (2017). **Scale development: Theory and applications** (4th ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). **Multivariate data analysis** (8th ed.). Cengage Learning.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575.
- Malhotra, N. K. (2010). **Marketing research: An applied orientation** (6th ed.). Pearson Education.
- Yamane, T. (1967). **Statistics, an introductory analysis** (2nd ed.). Harper and Row.