วิทยาการจัดการ
วไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

MANAGEMENT SCIENCES VALAYA ALONGKORN REVIEW

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2566

Vol. 4 No. 1 January – April 2023

วารสารวิทยาการจัดการ
วไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (ThaiJO)

ISSN 2730-1559 (ONLINE)

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

Faculty of Management Sciences ∘ Valaya Alongkorn Rajabhat University

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
MANAGEMENT SCIENCES VALAYA ALONGKORN REVIEW

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – เมษายน 2566)

หน่วยงาน

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ วารสารราย 4 เดือน
(มกราคม – เมษายน)
(พฤษภาคม – สิงหาคม)
(กันยายน – ธันวาคม)

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (Management Sciences Valaya Alongkorn Review) เป็นวารสารวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย และบทความวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม ธุรกิจบริการ และนิเทศศาสตร์ ของคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และผู้สนใจทั่วไปทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

2.เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ

นโยบายการตีพิมพ์บทความ

1.บทความที่นำเสนอเพื่อขอตีพิมพ์ต้องเป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่มีเนื้อหาทางด้านบริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม ธุรกิจบริการ และนิเทศศาสตร์ ของคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และผู้สนใจทั่วไปทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

2.บทความที่ตีพิมพ์ต้องเขียนตามรูปแบบที่วารสารกำหนดเท่านั้น

3.บทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาลงตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยเผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน หรือไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น หากมีเนื้อหาข้อมูลวิจัยบางส่วนเคยตีพิมพ์ในรายงานการประชุมวิชาการจะต้องมีส่วนที่เพิ่มเติม หรือขยายจากส่วนที่เคยลงตีพิมพ์ และมีคุณค่าทางวิชาการที่เด่นชัด ในกรณีที่ตรวจสอบพบว่ามีการจัดพิมพ์ซ้ำซ้อนถือเป็นความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์แต่เพียงผู้เดียว

4.บทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบที่ลงพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้นิพนธ์ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์เพียงผู้เดียว กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นตามและไม่มีส่วนรับผิดชอบใด ๆ

5.บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ทุกบทความต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์นั้น จำนวน 3 ท่านต่อหนึ่งบทความ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์ และผู้นิพนธ์ไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double-blinded Review)

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
Management Sciences Valaya Alongkorn Review
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

คณะที่ปรึกษา

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ	คชสิทธิ์	อธิการบดี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา	สีดี	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

บรรณาธิการ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์	ชิณพงษ์

กองบรรณาธิการภายนอก

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี	อิสิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	อินต๊ะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
3. รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี	วงษ์มณฑา	มหาวิทยาลัยพะเยา
4. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันทน์	พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์	แก้วสุข	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐกานต์	พฤกษ์สรนันทน์	มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการภายใน

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา	ความคุ้นเคย
2. อาจารย์กิตินันธ์	มากปรางค์
3. อาจารย์ถิรนันท์	ทิวาราตรีวิทย์

ฝ่ายจัดทำวารสาร

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลียา	ยางงาม
2. นางสาวเพชรกมล	เพชรสุนทร
3. นางสาวณัฐวรรณ	อ้นอุระ

ติดต่อกองบรรณาธิการวารสาร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
เลขที่ 1 หมู่ที่ 20 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 13180
โทรศัพท์ 0-2529-3847 , 0-2909-1571-2 โทรสาร 0-2529-3847
https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/index
E-mail : fmsjournal@vru.ac.th

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (Management Sciences Valaya Alongkorn Review) เป็นวารสารวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มุ่งหวังที่จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิชาการ และบทความวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม ธุรกิจบริการ และนิเทศศาสตร์ ของคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการ และผู้สนใจทั่วไปทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยได้จัดทำเป็นวารสารราย 4 เดือน (ปีละ 3 ฉบับ) ซึ่งวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานจากฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI)

สำหรับวารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน พ.ศ. 2566 มีบทความที่น่าสนใจ จำนวน 7 บทความ ซึ่งเป็นบทความวิจัยทั้ง 7 บทความ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน เรียบร้อยแล้ว

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านที่ส่งบทความมาเพื่อให้พิจารณาตีพิมพ์และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับวารสาร และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษา เสนอบทความเพื่อเข้ารับการพิจารณากลั่นกรองตีพิมพ์เผยแพร่อันจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการสำหรับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ ชิณพงษ์
บรรณาธิการ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ
ประจำวารสารปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – เมษายน 2566)

รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อิสิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.นิศศา ศิลปเสรฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (ข้าราชการบำนาญ)
รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐินี ทองดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑาทิตย์ สุทธิเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรวรรณ บุญพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภา นิรุตติกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สอาด บรรเจิดฤทธิ์	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐกานต์ พฤกษ์สรนันทน์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภักดีพินิจ	มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภูมิ ปองเสงี่ยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.ฐาปกรณ์ ทองคำนุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.สัญชัย เกียรติทรงชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สารบัญ

หน้า

บรรณาธิการ
สารบัญ
บทความวิจัย

กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
กนกเกล้า แกล้วกล้า รวีพรรณ อุตรินทร์ กานต์มณี การินทร์ นรินทร์ เจตธำรง และชนัดดา รัตนา 1

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี
ภัทรภร พุฒพันธ์ และพงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี..... 12

รูปแบบการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมีส่วนร่วมตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง
สยุมภู อุนยะพันธ์ กนกพร เอกกะสินกุล ธวัชชัย ทำทอง และกมลวรรณ ทาวัน..... 25

พฤติกรรมของยักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม ในจังหวัดสงขลา
วาสนา ขวัญทองยิ้ม ชวลีย์ ณ ถลาง และเสรี วงษ์มณฑา..... 43

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร
พูนทรัยพ์ เศษศรี ชวลีย์ ณ ถลาง เสรี วงษ์มณฑา และสุทธินันทน์ พรหมสุวรรณ..... 56

องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ศศิประภา บุดดี จารุวรรณ ศักดิ์สมบูรณ์ และจุรีรัตน์ หนองหว้า..... 74

การพัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต
ภัทราพร ทิพย์มงคล ลลิตา แก้วฉาย รวีพรรณ กาญจนวัฒน์ ถิรนันท์ ทิวาราตรีวิทย์ และวรีรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์..... 90

ภาคผนวก
แบบฟอร์มขอส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลงวารสาร
การเตรียมต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์ลงวารสาร
รูปแบบการเขียนบทความวิชาการ
รูปแบบการเขียนบทความวิจัย

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน ปี พ.ศ. 2566

กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

STRATEGIES TO PROMOTE MEDICAL TOURISM PROJECT OF ORGANIC AGRICULTURE COMMUNITY GROUP STANDARDIZED ON ORGANIC THAILAND OF ENHANCE OF ABILITY FOR COMMERCIAL COMPETITION, SAKAE PHRONG, VILLAGE, MUEANG DISTRICT, BURIRAM PROVINCE.

กนกเกล้า แกล้วกล้า[1] รวีพรรณ อุตรินทร์[2] กานต์มณี การินทร์[3]
นรินทร์ เจตธำรง[4] และชนัดดา รัตนา[5]
Kanokklao Klawkla[1] Raweephan Utarin[2] Kanmanee Karin[3] Narin Jetthamrong[4]
and Chanadda Rattana[5]

[1,4] สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
[2,3] สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
[5] สาขาวิชาภูมิสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
[1,4] Bachelor of Arts Program in Tourism and Hotel
[2,3] Bachelor of Business Administration Program in Finance and Banking
[5] Bachelor of Science Program in Geoinformation Technology and Geography
E-mail [1]kanokklao.kk@gmail.com [2]insignmind1208@gmail.com [3]Raweephan@gmail.com
[4]Narin@gmail.com [5]Chanadda@gmail.com

Received September 23,2022
Revised December 21,2022
Accepted April 01,2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand ผ่านรูปแบบการถ่ายทอดแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า การวัดศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยศักยภาพมากที่สุด คือ ด้านจริยธรรม รองลงมา คือ ด้านทักษะ ด้านทัศนคติ ด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ด้านบุคลิกภาพ และด้านความรู้เกี่ยวกับภาษา ตามลำดับ และเมื่อทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคม และ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะ รวมถึงข้อมูล ข้อเท็จจริงที่ได้ลงพื้นที่เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การท่องเที่ยวแล้วนั้น พบว่าได้กรอบแนวคิดสวายสอโมเดล 7 ด้าน เพื่อนำไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ต่อไป

คำสำคัญ

กลยุทธ์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศักยภาพผู้ประกอบการ เกษตรอินทรีย์

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the potential of health tourism entrepreneurs of organic farming community groups that received the Organic Thailand standard in order to enhance their commercial competitiveness. 2) to study the scoring of samples The introduction of organic agriculture that has received the Organic Thailand standard through a model that everyone receives.

The results showed that measuring the potential of community tour operators, the overall potential is at a high level. When classified by aspect, it was found that the aspect with the highest average potential was ethical aspect, followed by skills, attitudes and general knowledge about tourism, personality and knowledge of language, respectively. When studying the satisfaction of tourists towards tourist attractions in Sakae Prong Subdistrict, Mueang District, Buriram Province, overall, it's at a high level. When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average satisfaction was the attraction resource aspect the advertising aspect and public relations information, Next is safety. transportation and facilities, respectively. From this research study, the researcher has brought recommendations, including facts that have been in the area to analyze tourism strategies. We found that the Sa Wai Sor Model 7 conceptual framework was used as a model for the development of health tourism promotion for organic farming communities that have received the Organic Thailand standard to enhance their commercial competitiveness.

Keywords

Tourism Strategy, Health Tourism, Entrepreneurial Potential, Organic Farming

ความสำคัญของปัญหา

บ้านสวายสอ ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ปัจจุบันมีจำนวนหมู่บ้านทั้งหมด 26 หมู่บ้าน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มีระยะทางจาก

อำเภอเมืองบุรีรัมย์จังหวัดบุรีรัมย์ ประมาณ 21 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 78 ตารางกิโลเมตรหรือ ประมาณ 44,094 ไร่ มีประชากร 13,224 คน 3,245 ครัวเรือน ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มอันอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งผลิตข้าวพันธุ์ดีตลอดจนผลผลิตทางการเกษตรอื่นๆ ภายในชุมชนมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่น่าสนใจคือ “ข้าวนกกระเรียน”ในส่วนของวัฒนธรรมนั้น มีวิถีชีวิตแบบคนอีสาน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวอินทรีย์บ้านสวายสอ เป็นชุมชนท่องเที่ยวและพัฒนาคุณภาพยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ของหมู่บ้านชุมชนในการจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวรวมทั้ง เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของหมู่บ้านชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งทำให้รายได้กระจายอยู่กับคนในชุมชน ทุกคนมีความสุข และสนองตอบต่อนโยบายของรัฐบาล บ้านสวายสอมีกิจกรรมการชมแหล่งที่อยู่อาศัยของ นกกระเรียนพันธุ์ไทย หรือ ชาวบ้านเรียกว่า นกเขียน เป็นนกที่บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ เป็นนกรักเดียวใจเดียว ใครพบเจอ จะมีโชคดี โดยองค์กรสวนสัตว์ทำโครงการมาปล่อยนกกระเรียนพันธุ์ไทย และในปี 2559 นกกระเรียนพันธุ์ไทย ได้ออกลูกเป็นรังแรกของประเทศ ที่ออกไข่ได้เองตามธรรมชาติ และหมู่บ้านได้มีการทำนาเป็นระบบเกษตรอินทรีย์และช่วยดูแลนกกระเรียนพันธุ์ไทย บ้านสวายสอเป็นหมู่บ้านการทอผ้าพื้นบ้าน ทอเสื่อกก จักสาน การทำขนมไทย แปลงนาสาธิต โดมปลูกผักอินทรีย์ และกลุ่มวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ในชุมชน อาทิ ข้าวอินทรีย์ ผ้าทอมือพื้นบ้าน กระปุกออมสินจากไม้ไผ่ เสื่อปูนั่งกันยุง เครื่องจักสาน พร้อมมีพิธีบายศรีสู่ขวัญ ชมการแสดงพื้นบ้าน ชิมอาหารพื้นถิ่น จัดแสดง และจำหน่ายสินค้าของชุมชน ให้กับผู้มาร่วมงานและประชาชนทั่วไป ได้เลือกซื้อเป็นของฝากที่ระลึกด้วย ซึ่งจากจำนวนครัวเรือนทั้งหมดในตำบลนั้นมีจำนวน 3,245 ครัวเรือน ที่มีการจัดกิจกรรมและดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องไม่ถึงร้อยละ ๑๐ ของครัวเรือนทั้งหมดภายในตำบล ซึ่งเป็นจำนวนไม่มาก ซึ่งอาจเกิดจากความไม่เข้าใจกระบวนการจัดการด้านต่างๆ จึงทำให้ประชาชนไม่เห็นความสำคัญของการดำเนินกิจกรรม แต่หากจะมองในเชิงรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ ของชาวบ้านสวายสอ ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์นั้นยังไม่เห็นเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกรายรับจ่ายที่ชัดเจนแต่อย่างใด ซึ่งในส่วนนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความเข้าใจและให้ชาวบ้านได้ดำเนินการอย่างถูกต้องเป็นรูปธรรมเพื่อให้ได้การพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้หรือประโยชน์ต่อไปในอนาคต

ในปี พ.ศ. 2561 บ้านสวายสอได้รับการคัดเลือกเป็นหนึ่งในโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัด (องค์การบริหารส่วนตำบลสะแกโพรง, 2562) ซึ่งเป็นโครงการขับเคลื่อนภารกิจการพัฒนาประเทศภายใต้โครงการไทยนิยมยั่งยืนที่มีเป้าหมายสำคัญเพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ OTOP เข้ากับการท่องเที่ยวเมืองหลัก เมืองรองในระดับชุมชน โดยมุ่งเน้นการเป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น ฐานเลี้ยงวัว ทำอาหารพื้นบ้าน และผ้าทอมือ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นฐานการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการนำเสนอหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน

จากความสำคัญดังกล่าว เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนนั้น บ้านสวายสอได้มีการขับเคลื่อนและดำเนินการกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาระยะหนึ่ง ซึ่งเกิดจากความต้องการภายในของชุมชนคือความต้องการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งปัจจัยภายนอกคือกลุ่มผู้มาเยือนประเภทศึกษาดูงาน ด้วยชุมชนนั้นต้องการยกระดับมาตรฐานการบริการ มีจุดอ่อนที่

ควรต้องปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อสร้างจุดแข็งของชุมชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการพัฒนาด้านการตลาด เนื่องจากชุมชนไม่สามารถพัฒนากล ยุทธ์การตลาดได้ด้วยตนเอง จึงขาดโอกาสในการขยายธุรกิจ นับเป็นเรื่องที่สำคัญในค้นหากลยุทธ์ ด้านการตลาดใหม่ๆ ในการเพิ่มรายได้และสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาดให้กับชุมชนข้อมูลความต้องการน้อยเกินไป สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จึงได้เข้ามาทำวิจัยเพื่อให้การท่องเที่ยวที่ตำบลสวายสอก้าวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่ม แก้ปัญหาความแตกต่างของการให้บริการของแต่ละครัวเรือน และชุมชนเกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์

2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand ผ่านรูปแบบการถ่ายทอดแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยวิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) ดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่

(1) การวิจัย (Research :R1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ และประเมินศักยภาพ และความพร้อมในการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตำบลสะแกโพรง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15-60 ปี ที่ไปเที่ยวตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นประชากรไม่สามารถตรวจสอบจำนวนได้ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยสุ่มตามวัน เวลาที่เก็บข้อมูล เพื่อเก็บข้อมูล โดยเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวจำนวน 80 ตัวอย่าง

2) กลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 30 ตัวอย่าง ที่ดำเนินกิจการภายในบ้านสวายสอ

(2) การพัฒนา (Development :D1) เป็นการออกแบบและพัฒนา (Design and Development : D and D) การวิเคราะห์และสร้างรูปแบบ พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล และ ตรวจสอบรูปแบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม สอบถามแกนนำชุมชนและกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาใช้ การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน คำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก แนวทางการสนทนากลุ่ม การรวบรวมข้อมูลเชิง คุณภาพใช้การบันทึกเสียงด้วยเทป MP3 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การรับรองรูปแบบ โดยใช้ แบบสอบถามโดยการจัดสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) 5 คน การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายตามเกณฑ์

(3) การวิจัย (Research :R2) การนำไป เครื่องมือที่ได้ไปใช้ (Implementation : I) การศึกษาดูงาน การจัดเวที รวบรวมผลการอบรม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และคำถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และทดสอบสถิติแบบไม่อิสระจากกัน (t-test แบบ dependent) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(4) การพัฒนา (Development :D2) เป็นการประเมินผลและถอดบทเรียนที่ได้ใช้การสนทนากลุ่ม สรุปผลและเขียนรายงาน

ผลการวิจัย

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยที่มีวัตุประสงค์หลักเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของหมู่บ้านสวายสอ กลยุทธ์ระดับองค์กรที่ควรเลือกใช้ ก็คือกลยุทธ์มุ่งเน้นการเจริญเติบโตแบบเข้มข้น เพื่อเป็นการสร้างการเจริญเติบโตทางการตลาด โดยสามารถทำได้ 3 ขั้นตอน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขั้นตอนกลยุทธ์มุ่งเน้นการเจริญเติบโตแบบเข้มข้นและแนวทางพัฒนา

ขั้นตอนกลยุทธ์มุ่งเน้นการเจริญเติบโต	แนวทาง
1. การเจาะตลาด เพื่อเพิ่มยอดขาย และขยายส่วนแบ่งตลาดจากผลิตภัณฑ์และตลาดในปัจจุบัน	การประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการขายและการให้บริการตามตลาดนัด ที่มีการจัดบูธเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สร้างแพ็กเกจที่หลากหลาย และอีกหลายช่องทางการประชาสัมพันธ์
2. การพัฒนาตลาด เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายการเติบโตของลูกค้า/นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่	นอกจากจะเจาะกลุ่มผู้ที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่เน้นการศึกษาธรรมชาติแล้วนั้น ยังต้องกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ตามศักยภาพของชุมชนอีกด้วย
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์	ต้องมีการพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการให้บริการ เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีทั้งเชิงท่องเที่ยว และมีผลผลิตที่มีค่าสามารถต่อยอดได้

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตำบลสะแกโพรง มีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจเท่ากับ 3.88 อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อโดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมามีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ และท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและเรียนรู้ทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวมาพักผ่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีในครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวตำบลสะแกโพรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อโดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 รองลงมา คือ ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ปรากฏการณ์ต่างๆ ทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความเหมาะสมคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

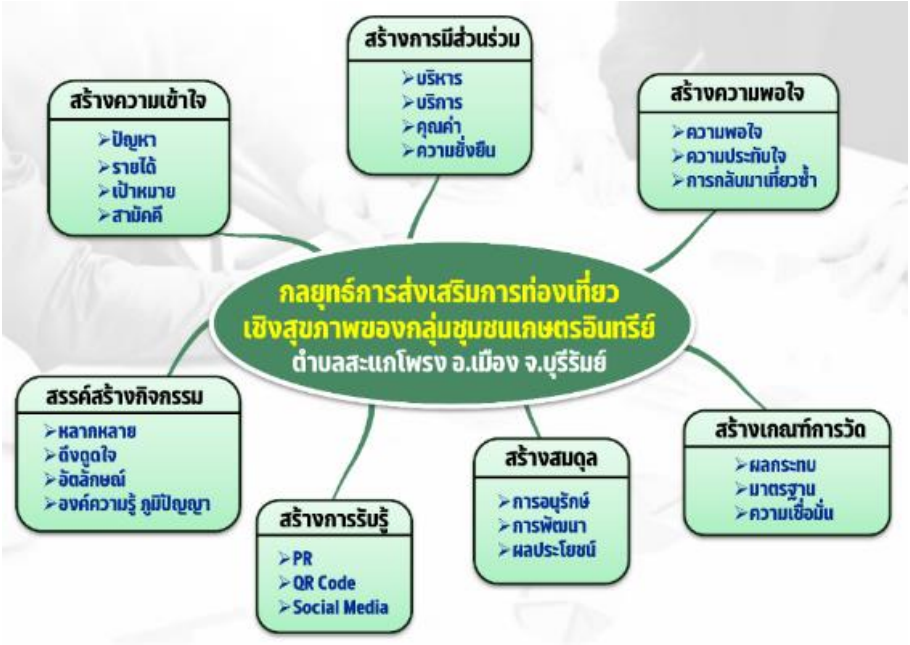
ภาพที่ 1 การลงพื้นที่ศึกษากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านการคมนาคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน การประเมินในการวัดศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยศักยภาพมากที่สุด คือ ด้านจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมา คือ ด้านทักษะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านบุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และด้านความรู้เกี่ยวกับภาษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08

ความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านที่อยู่ในระดับมากและมากที่สุดสามารถสรุปผลการวิจัยเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ มีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนแก่นักท่องเที่ยวและมีความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ ข้อบังคับเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ด้านความรู้เกี่ยวกับภาษา คือ มีความรู้ความสามารถด้านภาษาไทย รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ ด้านทักษะ พบว่า มีความสามารถในการขายสินค้าและบริการของชุมชน รองลงมา คือ มีความสามารถในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย ด้านทัศนคติ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.73 คือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ด้านบุคลิกภาพ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.53 คือ มีความมุ่งมั่นและกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ด้านจริยธรรม ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.60 คือ ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และมีความเข้าใจ จริงใจ ต่อนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อีกทั้งยังมีความพร้อมด้านอื่นๆ อีกไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะ พบว่ายังควรทำการปรับปรุง พัฒนาเรื่องห้องสุขาให้มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นและเหมาะกับผู้สูงอายุ และยังควรปรับระยะเวลาในกิจกรรม แต่ละฐานให้เหมาะกับกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการเรียนรู้อย่างทั่วถึง ทั้งยังควรพัฒนาในด้าน ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ หรือออฟไลน์ การมีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนยิ่งขึ้นรวมถึงให้มีบริการที่พักค้างคืนเพื่อให้ผู้เดินทางจากต่างจังหวัดมีเวลาในการทำกิจกรรมและเรียนรู้ได้เต็มที่

จากการศึกษาจึงทำให้สามารถวิเคราะห์ออกมาเป็นโมเดลเพื่อการพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเข้ามาท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 2 ที่แสดงถึงกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยประกอบด้วยปัจจัย 7 ด้าน ได้แก่ 1) สร้างความเข้าใจ 2) สร้างการมีส่วนร่วม 3) สร้างความพอใจ 4) สร้างเกณฑ์การวัด 5) สร้างสมดุล 6) สร้างการรับรู้ และ 7) สรรค์สร้างกิจกรรม



ภาพที่ 2 กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

อภิปรายผล

การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์พบว่าสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นหลักและจัดทำกลุ่มท่องเที่ยวเกษตรกรวิถีชุมชนเพื่อเป็นอาชีพรอง โดยมีการจัดกลุ่มงานโดยกำหนด หน้าที่ให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานตามความชำนาญ สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และผู้นำมีความสามารถในด้านการชี้นำได้ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนประสบความสำเร็จในระยะเวลาเพียง 3 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ พัดชา เศรษฐากา และวรรณวิสา ศรีตาชัย (2561), วิภารัตน์ วงษ์พังและคณะ (2562), ทักษิณ รักจริงและคณะ (2564) ที่กล่าวว่าการจัดการองค์กรที่ดีและมีประสิทธิภาพ ควรมีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีการกำหนดหน้าที่ให้กับสมาชิกทุกคนอย่างชัดเจน และสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการดำเนินงานของกลุ่ม นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญที่จะสามารถพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือการมีผู้นำที่เข้มแข็ง การมีส่วนร่วมของชุมชน และความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของคนในชุมชน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าชุมชนยังไม่มีการวางแผนและควบคุมเพราะว่าที่ผ่านมากลุ่มยังไม่มีปัญหาในด้านการตลาด เนื่องจากภาครัฐยังมีงบประมาณในการสนับสนุนการศึกษาดูงานของหน่วยงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นกลุ่มที่ยังพึ่งพาการท่องเที่ยวของชุมชนอาจมีปัญหาในด้านการตลาดหากกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้หายไป ซึ่งจากผลการศึกษาสามารถเสนอแนะได้ว่ากลุ่มควรให้ความสำคัญกับการวางแผนมากขึ้นควรมีแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น การให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มคนในเมืองให้มากขึ้น ควรสร้างทีมงานรุ่นใหม่เข้ามาสืบทอด เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็นผู้สูงอายุทำให้ศักยภาพในการจัดการบางเรื่องเป็นไปได้ช้า เช่น

ด้านเทคโนโลยี ที่ปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญในการเติบโตของกลุ่มในการโฆษณาหรือเป็นช่องทางการตลาดของกลุ่ม หากมีคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีก็จะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจของชุมชน และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ได้มากขึ้น เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้กว้างมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถลดเวลาในการติดต่อประสานงานได้ และควรมีการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบ โดยกลุ่มควรให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดทำบัญชีให้ถูกต้องเนื่องจากการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสุขภาพทางการเงินของธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนได้

การส่งเสริมการตลาดกับการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่นำความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในอัตราค่าบริการ ที่เหมาะสม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้ตรงกับกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย รวมถึงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ด้วยการนำเสนอโปรโมชั่นต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤดี (2563), สุพัตรา (2564) รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการการท่องเที่ยว ในพื้นที่ให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในประวัติศาสตร์ของชุมชน สมาชิกในชุมชนมีอัธยาศัยที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีจิตใจใฝ่บริการ พร้อมจัดเตรียมภูมิทัศน์ และลักษณะทางกายภาพให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดโปร่ง ดูสะอาด ตา และรู้สึกปลอดภัยเมื่อเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. จากกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มชุมชนเกษตรอินทรีย์ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 7 ด้านนั้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ ได้

2. การกำหนดนโยบายในการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว 3 - 5 ปี เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องทั้งในการปฏิบัติการดำเนินงาน และชุมชนเกิดความมั่นใจในการดำเนินโครงการ และควรเพิ่มตัวชี้วัดเชิงคุณภาพเข้าไปในการดำเนินงานโครงการ

3. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างต่อเนื่อง และมีกิจกรรมการสื่อสารของโครงการให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดทราบโดยตรงกันและทั่วถึง

4. นำแนวคิดการประเมินศักยภาพชุมชนที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มาเป็นแนวทางในการประเมินความพร้อมการเป็นชุมชนท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรสร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างโอกาสทางการตลาด

2. ภาคเอกชนควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงานของกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของบริษัทในชุมชนท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

ตรีฤกษ์ เพชรมนต์, ปาริฉัตร ศรีหะรัญ และประภาศรี เพชรมนต์. (2564). กลยุทธ์ด้านการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย: กรณีศึกษา ตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช . **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีที่ 4 ฉบับที่ 3.**

ทักษิณ รักจริง, เฉลิมศักดิ์ ตุ้มหิรัญ, จินดา ขลิบทอง และพิเชตวุฒิ นิลละออ. (2564). โมเดลการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. **วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ 6 ฉบับที่ 5.**

พัดชา เศรษฐากา และวรรณวิสา ศรีตาชัย. (2561). **ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวในจังหวัดสกลนคร**. แก่นเกษตร 46 ฉบับพิเศษ 1: 786-794.

ภูริ ชุณห์ขจร. (2560). ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 11 ฉบับพิเศษ.**

ฤดี เสริมชยุต. (2563). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน. **วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา ปีที่ 2 ฉบับที่ 4.**

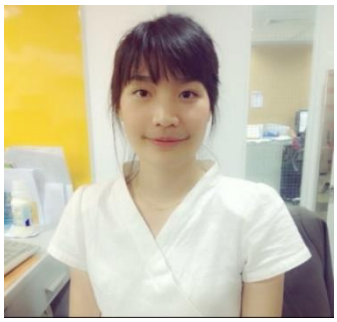
วิภารัตน์ วงษ์พัง, เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และสินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม. (2562). **การพึ่งพาตนเองและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแป้งข้าวหอมมะลิในจังหวัดร้อยเอ็ด**. แก่นเกษตร 47 ฉบับพิเศษ 1: 1079-1088.

สุพัตรา คำแหง สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ และสุภาพร ไชยรัตน์. (2564). กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช. **วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2.**

องค์การบริหารส่วนตำบลสะแกโพรง. (2562). **แผนพัฒนาท้องถิ่นตำบลสะแกโพรง จังหวัดบุรีรัมย์**. **ตำบลสะแกโพรง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์.**

ประวัติแนบท้ายบทความ

Name and Surname: Dr. kanokklao klaeokla
Highest Education: Doctor of Philosophy (Tourism and Hotel Management
University or Agency: Buriram Rajabhat University
Field of Expertise: Tourism Management
Address: 439 Jira Road Naimuang Sub-district, Mueang District Buriram Province, 31000, Thailand.

	Name and Surname: Miss kanmanee karin **Highest Education:** Master's degree: Business administration (Finance and banking) **University or Agency:** Buriram Rajabhat University **Field of Expertise:** Tourism Management **Address:** 439 Jira Road Naimuang Sub-district, Mueang District Buriram Province, 31000, Thailand.
	**Name and Surname:** Miss Rawiphan Utarin **Highest Education:** Master's dagree : Bachelor of Business Administration Program **University or Agency:** Buriram Rajabhat University **Field of Expertise:** Finance **Address:** 439 Jira Road Naimuang Sub-district, Mueang District Buriram Province, 31000, Thailand.
	Name and Surname: Mr. Narin Jeidthumrong **Highest Education:** Master of Science in Ecotourism **University or Agency:** Buriram Rajabhat University **Field of Expertise:** Tourism Management **Address:** 439 Jira Road Naimuang Sub-district, Mueang District Buriram Province, 31000, Thailand.
	Name and Surname: Miss Chanatda Ratana **Highest Education:** Master of Science **University or Agency:** Buriram Rajabhat University **Field of Expertise:** Science Management **Address:** 439 Jira Road Naimuang Sub-district, Mueang District Buriram Province, 31000, Thailand.

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน ปี พ.ศ. 2566

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี

A STUDY OF MARKETING FACTORS OF COMMUNITY PRODUCTS IN THE PATHUM THANI PROVINCE

ภัทรภร พุฒพันธ์[1] และพงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี[2]
Phattaraporn Putpun[1] and Pongpipat Sanedee[2]

[1]หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
[2]หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
[1]Business Administration Program, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage
[2]Tourism Management Program, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage
E-mail [1]phattaraporn@vru.ac.th [2]pongpipat@vru.ac.th

Received November 15,2022
Revised January 09,2023
Accepted February 16,2023

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการทดสอบเครื่องมือโดยการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา ใช้สถิติพื้นฐานและสถิติอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก $\overline{X}$ = 4.09 ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด จากผลของการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับปัจจัยด้านการตลาด พบว่า 1) เพศต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน 2) อายุต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน 3) ระดับการศึกษา ต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกัน และ 4) รายได้เฉลี่ยต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ

ปัจจัยทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดปทุมธานี

ABSTRACT

This study aims to 1) study the marketing factors of community products in the Pathum Thani province and 2) compare the marketing factors of community products in the Pathum Thani province classified by demographic characteristics. The samples used in the present study were 400 people living in the Pathum Thani province, and the questionnaire was used as a research tool. Content validity was employed to measure the research tools using basic statistics and inferential statistics to analyze the data. The findings revealed that consumers in the Pathum Thani province focus on various factors at a high-level $\overline{X}$ = 4.09. When considering each factor, it was found that the participants considered the product price as the most important factor. According to the findings, the relationship between demographic factors and marketing factors were as follows: 1) gender difference affected the purchasing decision of community products in the Pathum Thani province. 2) age difference affected the purchasing decision towards community product in the Pathum Thani province. 3)the difference of levels of education affected the purchasing decision of community products in the Pathum Thani province in terms of different distribution channels. 4) the difference of average income affected the purchasing decision of community products in the Pathum Thani province and it was statistically significant at the 0.05 level.

Keywords

Marketing Factors, Community Products, Pathum Thani Province

ความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นแนวทางอันหนึ่งที่ช่วยสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองและยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการ การทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก ซึ่งการสร้างรายได้โดยการพึ่งตนเองเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชน หรือตำบล เพื่อที่จะสร้างชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากล พร้อม ๆ กับการมุ่งเน้นการพัฒนาท้องถิ่น (ณฐพงศ์ ใจซื่อตรง, 2563) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนยังเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่งที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ด้วยการอาศัยและพึ่งพาเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุน และแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับสร้างจุดแข็งและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคให้มากขึ้น ซึ่งนอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมรายได้

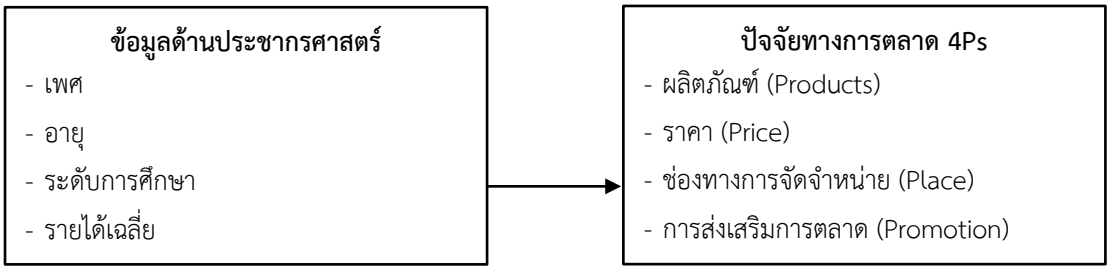
ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างความแข็งแกร่งแก่ชุมชนระดับฐานรากแล้ว ในระดับมหภาคยังเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนมากขึ้น (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563)

จังหวัดปทุมธานี เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในหลายประเภท อาทิ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ข้าวของเครื่องใช้ รวมถึงสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา วิถีชุมชน และวัฒนธรรม เช่น ผลิตภัณฑ์สไบมอญ ตะกร้าใยสังเคราะห์ ดอกไม้จากกระดาษชำระ และเหรียญโปรยทาน เป็นต้น ที่เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยเป็นการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีคุณภาพ และมาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด และผู้บริโภคทุกกลุ่ม และยังเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่จะส่งผลให้ชุมชนมีรายได้ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นอย่างทั่วถึง ประกอบกับในปัจจุบันจากสถานการณ์ด้านการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ผลิตภัณฑ์ชุมชุนมีการแข่งขันที่สูงขึ้น และมีกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคที่หลากหลาย จึงเป็นความท้าทายของชุมชนในการรังสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี, 2565) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันจังหวัดปทุมธานีมีสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน จำนวน 241 รายการ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2565) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งจังหวัด ประกอบกับกระแสของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงไป ชุมชนหรือผู้ผลิตจำเป็นต้องสร้างสรรค์ผลงานให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการบริการ รวมทั้ง ความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยหรือการเข้าถึงผลิตภัณฑ์อย่างง่ายดาย โดยการคำนึงถึงแนวคิดด้านการตลาดที่จะสามารถตอบสนองด้านความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้น การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี จึงมีความสำคัญที่จะสามารถเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันและยังสามารถต่อยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดปทุมธานีได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี
2. เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ปัจจัย หรือเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ โดยนำมาผสมผสานกันอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่มีกำเนิดจากชุมชน โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของจังหวัดปทุมธานี ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีหลากหลายประเภท ทั้งข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ่าเครื่องนุ่งห่ม และอาหารแปรรูป เป็นต้น

การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Factors) หมายถึง ตัวแปร หรือเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ โดยนำมาผสมผสานกันอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร แบ่งออกเป็น 4 ด้าน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า การบริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิด และผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขาย (Armstrong and Kotler, 2009)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ และเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้ประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป และยังหมายถึง ผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งปัจจัยด้านราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจากผลิตภัณฑ์ ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าผู้ บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์กรอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Etzel, Walker and Stanton,2007)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้วิจัยทำการหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Cochran,1977) ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน และทำการสุ่มขนาดตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งจะเป็นการสุ่มจากสมาชิกของประชากรเป้าหมายต้องเป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือแบบสอบถามปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) 2) ปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Products) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และ 3) ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลแบบอิสระโดยการเขียนแบบพรรณนา

3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เป็นการตรวจสอบเครื่องมือว่ามีความครอบคลุมเนื้อหาหรือไม่ โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหากับจุดประสงค์ที่กำหนด จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ตามเกณฑ์การตรวจพิจารณาข้อคำถาม คือ +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์, 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์, และ -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ (วีรวิชญ์ บุญส่ง, 2564) โดยผู้วิจัยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ข้อมูลแบบทุติยภูมิ ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร ตำรา สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดและผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 2) ข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจากระบบออนไลน์และการเก็บข้อมูลในพื้นที่

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้สถิติพื้นฐานและสถิติอนุมาน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ทำการแจกแจงความถี่แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ และวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดโดยใช้สถิติอนุมานในการเปรียบเทียบตัวแปร ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า F-test หรือ One-way ANOVA

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.50 มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.20 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.80 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.70

2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยแยกเป็นรายประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยทางการตลาดในภาพรวม

ปัจจัยทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับปัจจัย
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.99	0.91	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	4.21	0.83	มากที่สุด
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.02	0.99	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	4.16	0.86	มาก
รวม	**4.09**	**0.96**	**มาก**

จากตารางที่ 1 แสดงปัจจัยแสดงปัจจัยทางการตลาดในภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 1) ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.21 2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 4.16 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.02 และ 4) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.99 และมีค่าเฉลี่ยปัจจัยทางการตลาดในภาพรวม 4.09 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับปัจจัย
1. ผลิตภัณฑ์มีการสะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	4.35	0.96	มากที่สุด
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.22	0.89	มากที่สุด
3. มาตรฐานของแบรนด์หรือตราสินค้า	3.62	0.93	มาก
4. ชื่อเสียงของผู้ผลิต/แหล่งผลิต	3.91	1.05	มาก
5. การรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.88	0.84	มาก
รวม	**3.99**	**0.89**	**มาก**

จากตารางที่ 2 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 1) ผลิตภัณฑ์มีการสะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 4.35 2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ค่าเฉลี่ย 4.22 3) ชื่อเสียงของผู้ผลิต/แหล่งผลิต ค่าเฉลี่ย 3.91 4) การรับประกันสินค้าหลังการขาย ค่าเฉลี่ย 3.88 และ 5) มาตรฐานของแบรนด์หรือตราสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.62 และมีค่าเฉลี่ยรวมในด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.99 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับปัจจัย
1. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.45	0.88	มากที่สุด
2. สามารถต่อรองราคากับผู้ประกอบการได้	3.94	1.01	มาก
3. มีการให้ข้อมูลด้านราคาสินค้า	3.86	0.88	มาก
4. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	4.42	0.74	มากที่สุด
5. ราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	4.38	0.93	มากที่สุด
รวม	**4.21**	**0.99**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 3 แสดงปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.21 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 1) ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.45 2) มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.42 3) ราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 4.38 4) สามารถต่อรองราคากับผู้ประกอบการได้ ค่าเฉลี่ย 3.94 และ 5) มีการให้ข้อมูลด้านราคาสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.86 และมีค่าเฉลี่ยรวมในด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับปัจจัย
1. มีบริการสั่งซื้อทางออนไลน์และออฟไลน์	4.39	0.92	มากที่สุด
2. มีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าที่สะอาดสวยงาม	3.83	0.85	มาก
3. มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงบริการหรือผลิตภัณฑ์	4.22	1.06	มากที่สุด
4. มีผลิตภัณฑ์เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายอยู่เสมอ	3.71	1.21	มาก
5. มีการสาธิตกระบวนการผลิตในแต่ละท้องถิ่น	3.95	0.69	มาก
รวม	**4.02**	**0.97**	**มาก**

จากตารางที่ 4 แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 1) มีบริการสั่งซื้อทางออนไลน์และออฟไลน์ ค่าเฉลี่ย 4.39 2) มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงบริการหรือผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.22 3) มีการสาธิตกระบวนการผลิตในแต่ละท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 3.95

4) มีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าที่สะอาดสวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.83 และ 5) มีผลิตภัณฑ์เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายอยู่เสมอ ค่าเฉลี่ย 3.71 และมีค่าเฉลี่ยรวมในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.02 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับปัจจัย
1. มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดและของแถม	4.50	0.84	มากที่สุด
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง และสื่อต่าง ๆ	4.48	1.13	มากที่สุด
3. มีการบริการหลังการขาย เช่น การคืนสินค้าที่เสียหาย	3.79	0.92	มาก
4. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4.22	0.66	มากที่สุด
5. มีการจัดกิจกรรมในชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์	3.84	0.74	มาก
รวม	**4.16**	**0.92**	**มาก**

จากตารางที่ 5 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า 1) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดและของแถม ค่าเฉลี่ย 4.50 2) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง และสื่อต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 4.48 3) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ค่าเฉลี่ย 4.22 4) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ค่าเฉลี่ย 3.84 และ 5) มีการบริการหลังการขาย เช่น การคืนสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ย 3.79 และมีค่าเฉลี่ยรวมในด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมาก

3. เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์			
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้เฉลี่ย
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.01*	0.03*	0.18	0.02*
2. ปัจจัยด้านราคา	0.76	0.34	0.90	0.50
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.19	0.85	0.01*	0.97
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	0.47*	0.75	0.11	0.54

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในภาพรวมของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.09 ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด และปัจจัยอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) เพศต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน 2) อายุต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน 3) ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกัน และ 4) รายได้เฉลี่ยต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการวิจัย โดยจำแนกตามประเด็นได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์มีการสะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ชื่อเสียงของผู้ผลิต/แหล่งผลิต การรับประกันสินค้าหลังการขาย และมาตรฐานของแบรนด์หรือตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ วรวลัญช์ วิวรรธน์นิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ (2565) ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม ระบุว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายตามที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการค้นหาและเลือกซื้อ มีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและถูกต้อง ผู้ใช้บริการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นไปตามที่ได้ประกาศจริง มีข้อตกลงเงื่อนไขการรับประกันในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และมีการติดตามหลังการขาย ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ เมธาวี จำเนียร (2564) ทำการศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษา การแสดงรำโทนนกพิทิด ระบุว่า การจะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถติดตราตรึงใจให้อยู่ในทุกความคิดของผู้บริโภคนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความเชื่อ และวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น ผ่านการสร้าง “อัตลักษณ์” เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชน

2. ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก ประกอบด้วย ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน สามารถต่อรองราคากับผู้ประกอบการได้ และมีการให้ข้อมูลด้านราคาสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ เจกิตาน์ ศรีสรวล และณัฐพร อิฐสุวรรณ กัง (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า OTOP ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ระบุว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของผู้ผลิต/แหล่งผลิต รองลงมาคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอาจเกิดจากในยุคปัจจุบันมีกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย มีความต้องการที่

ต่างกัน และที่สำคัญคือต้องการความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยและซื้อขายสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย มีบริการสั่งซื้อทางออนไลน์และออฟไลน์ มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงบริการหรือผลิตภัณฑ์ มีการสาธิตกระบวนการผลิตในแต่ละท้องถิ่น มีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าที่สะอาดสวยงาม และมีผลิตภัณฑ์เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุโณทัย ปัญญา (2562) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ระบุว่า ผู้ตอบแบบสอบให้ความสำคัญกับประเด็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ประกอบด้วย สามารถเลือกดูเสื้อผ้าแฟชั่นได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสะดวกในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ มีความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า และ มีผลิตภัณฑ์เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายอยู่เสมอ ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก ประกอบด้วย มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดและของแถม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง และสื่อต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ มีการบริการหลังการขาย เช่น การคืนสินค้าที่เสียหาย ซึ่งสอดคล้องกับ อดิศักดิ์ ลักษณะสี และบุญเหลือ บุบผามาลา (2565) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอทอปของผู้บริโภคในศูนย์แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอทอป จังหวัดหนองคาย ระบุว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอทอปของผู้บริโภคในศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอทอป จังหวัดหนองคาย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ รองลงมา คือ มีการจัดรายการแนะนำสินค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีบริการรับคืน/แลกเปลี่ยนสินค้าที่ซื้อไปแล้ว

5. การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดในภาพรวมของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้าน จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด ซึ่งสามารถจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) เพศต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน 2) อายุต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน 3) ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกัน และ 4) รายได้เฉลี่ยต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ในด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ เกศทิพย์ กรี่เงิน สมภพ สุวรรณรัฐ และ สุวรรณา นาควิบูลย์วงศ์ (2561) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของผู้บริโภค ระบุว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับ

การศึกษาสูงสุด และอาชีพ ต่างกันจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจำหน่าย ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านคุณภาพ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี สามารถส่งเสริมและต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่นให้ตรงกับความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลายในอนาคต เพื่อที่จะสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

1.2 ชุมชนท้องถิ่นและผู้จัดจำหน่ายควรมีการผลิตสินค้าต่าง ๆ ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เพื่อดึงดูดใจให้กับกลุ่มผู้บริโภค และควรมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม และไม่เอาเปรียบผู้บริโภค

1.3 ชุมชนท้องถิ่นและผู้จำหน่ายควรมีบริการสั่งซื้อทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมทั้งควรมีการส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดกำลังซื้อของผู้บริโภค เช่น การให้ส่วนลดและของแถมแก่ผู้บริโภค

1.4 ผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ควรมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีเอกลักษณ์ คุณภาพ และมีมาตรฐานการผลิต จากแหล่งผลิตหรือชุมชนที่มีชื่อเสียง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเด็นด้านการตลาดในยุค New normal และ Next normal เพื่อค้นหากลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มตลาดใหม่ ๆ ในโลกอนาคต

2.2 ควรมีการศึกษาด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อลดการผูกขาดของผลิตภัณฑ์และเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

เอกสารอ้างอิง

เกศทิพย์ กรี่เงิน สมภพ สุวรรณรัฐ และ สุวรรณา นาควิบูลย์วงศ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของผู้บริโภค. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 12(1), 183-198.

กรมการพัฒนาชุมชน. (2565). **สินค้าของจังหวัดปทุมธานี**. สืบค้นจาก https://www.otoptoday.com/view_prov.php?region=1&prov=13

เจกิตาน์ ศรีสรวล และณัฐพร อิฐสุวรรณ กัง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า OTOP ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี**. 16(4), 79-89.

ณฐพงศ์ ใจซื่อตรง. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแข่งขันทางการตลาด บ้านสมใจ ตำบลใจดี อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**. 22(2), 121-130.

เมธาวี จำเนียร. (2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษาการแสดงรำโทนนกพิทิด. **วารสารราชพฤกษ์**. 19(2), 1-12.

วีรวิชญ์ บุญส่ง. (2564). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา สศ 2211402 การจัดการเรียนรู้สังคมศึกษา สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาสังคมศึกษาชั้นปีที่ 4 ระหว่างการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ STAD กับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ. **วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ**. 8(1), 53-65.

วรวลัญช์ วิวรรธน์นิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2565). ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม. **วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**. 3(1), 11-25.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สำนักงานจังหวัดปทุมธานี. (2565). **แผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2566 – 2570**. สืบค้นจาก http://123.242.173.131/pathumthani_news/report_view.php?id=7470

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2563). **โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลติภัณฑ์**. สืบค้นจาก https://cep.cdd.go.th/เกี่ยวกับ-otop/ข้อมูลทั่วไปotop.

อดิศักดิ์ ลักษณะสี และบุญเหลือ บุบผามาลา. (2565). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอทอปของผู้บริโภคในศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอทอป จังหวัดหนองคาย. **วารสารวิจัยธรรมศึกษา**. 5(1), 59-72.

อรุโณทัย ปัญญา. (2562). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่

Armstrong, G., and Kolter, P. (2009). **Marketing, an introduction**. (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

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

Etzel, M., and Stanton, W. (2007). **Marketing[14] International Edition 2007**. Boston: McGraw Hill

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Phattaraporn Putpun **Highest Education:** M.B.A. (Marketing) **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage **Field of Expertise:** Marketing **Address:** 1 Moo 20 Klong Nueng Sub-district, Klong Luang District, Pathum thani, Thailand
	Name and Surname: Pongpipat Sanedee **Highest Education:** M.A. (Tourism and Hotel Management) **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage **Field of Expertise:** Tourism Management **Address:** 1 Moo 20 Klong Nueng Sub-district, Klong Luang District, Pathum thani, Thailand

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน ปี พ.ศ. 2566

รูปแบบการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมีส่วนร่วม ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

MODEL OF AGRO-TOURISM ROUTES PARTICIPATORY IN PONG YANG KHOK SUBDISTRICT, HANG CHAT DISTRICT, LAMPANG PROVINCE

สยุมภู อุนยะพันธ์[1] กนกพร เอกกะสินกุล[2] ธวัชชัย ทำทอง[3] และกมลวรรณ ทาวัน[4]
Sayumphu Unyaphan[1] Kanokporn Ekkasinsakul[2] Thawatchai Tumtong[3] and Kamonwan Tawan [4]

[1,3,4] หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
[2]หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
[1,3,4] Tourism and Hospitality Business Faculty of Management Science Lampang Rajabhat University
[2] Communication Arts Faculty of Management Science Lampang Rajabhat University
E-mail [1]mist_white23@hotmail.com [2]kanokpornake2558@gmail.com
[3]tumtongtj2@hotmail.co.th [4]kamonwantawan@gmail.com

Received December 29,2022
Revised March 13,2023
Accepted April 01,2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาบริบทชุมชน วิเคราะห์ศักยภาพชุมชน และเพื่อคิดค้นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน จำนวน 20 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากกลุ่มผู้นำชุมชนในด้านการปกครอง ด้านการศึกษา ศาสนา และใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบ Snowball Technique เพื่อเก็บข้อมูลแหล่งเกษตรที่เหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยวิเคราะห์จาก 3 องค์ประกอบคือ สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งมีฐานการเรียนรู้ด้านการเกษตรที่ผ่านเกณฑ์ 5 แหล่ง จึงนำมาจัดทำเป็นเส้นทางทางการท่องเที่ยว 2 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบ 1 วัน และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบ 2 วัน 1 คืน

คำสำคัญ

รูปแบบการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยว

ABSTRACT

This research aimed to study the community context, analyze the potential of the community, and invent agricultural tourism routes for the Pongyangkhok sub-district ,the Hangchat district, the Lampang province. A qualitative research method and a participatory action research method were used. The sample was a group of 20

community leaders who were purposively selected and included community leaders in government, education, and religion. A snowball sampling technique was also used to select the target participants for collecting data on agricultural sites suitable for being agricultural tourism sites. Three components were taken into consideration: tourist attractions, amenity. There were five qualified agricultural learning bases. They were then used for creating two type of tourism routes: one-day agricultural tourism and two-day-and-one-night agricultural tourism.

Keywords

Tourism Model, Agro-Tourism, Tour Routing

ความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 –พ.ศ. 2564 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากประมาณ 800,000 ล้านบาทในปี พ.ศ.2559 เป็น 1 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2565 และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ รายได้ในปี พ.ศ. 2564 พบว่ามีการขยายตัวประมาณ 240,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 339 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) และรายได้ส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพมหานคร ประมาณ 340,000 ล้านบาท เชียงใหม่ 280,000 ล้านบาท เป็นต้น

แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยมีเทรนด์การท่องเที่ยวที่กำลังมาแรง กลุ่มที่สำคัญได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เที่ยวแบบฮิป (HIPS) คือ การท่องเที่ยวแบบคนรุ่นใหม่ไปตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นจุดสำคัญ ๆ และนักท่องเที่ยวที่มีความมั่นใจตนเอง เน้นการท่องเที่ยวแบบชอบผจญภัย ทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่รู้จัก ชอบการค้นพบจุดท่องเที่ยวที่ใหม่ กลุ่มอาร์ทติสท์ที่นิยมเสาะหาเมืองท่องเที่ยวและหมู่บ้านชนบท มีศิลปวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ประทับใจ กลุ่มนี้จะหลีกหนีเมืองใหญ่และมุ่งหน้าค้นหาความหมายของชีวิตและความสวยงามของธรรมชาติอันบริสุทธิ์ Skyscanner (2560) นอกจากนั้นแล้ว บริสุทธิ์ แสนคำ (2564) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนแปลงไปหลังสถานการณ์โควิท ประกอบด้วย การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้สามารถใช้รถยนต์ส่วนตัว และเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว Unseen ที่คนไม่พลุกพล่าน

ซึ่งพื้นที่ปงยางคกนั้นมีพื้นที่ต่อเนื่องจากวัดลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ซึ่งในตัวของหมู่บ้านนั้นมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวิถีชีวิตชุมชน เพราะในหมู่บ้านปงยางคกมีกลุ่มการทำเกษตรแบบพอเพียง กลุ่มเพาะเห็ด และมีกลุ่มการจัดการขยะทางการเกษตร

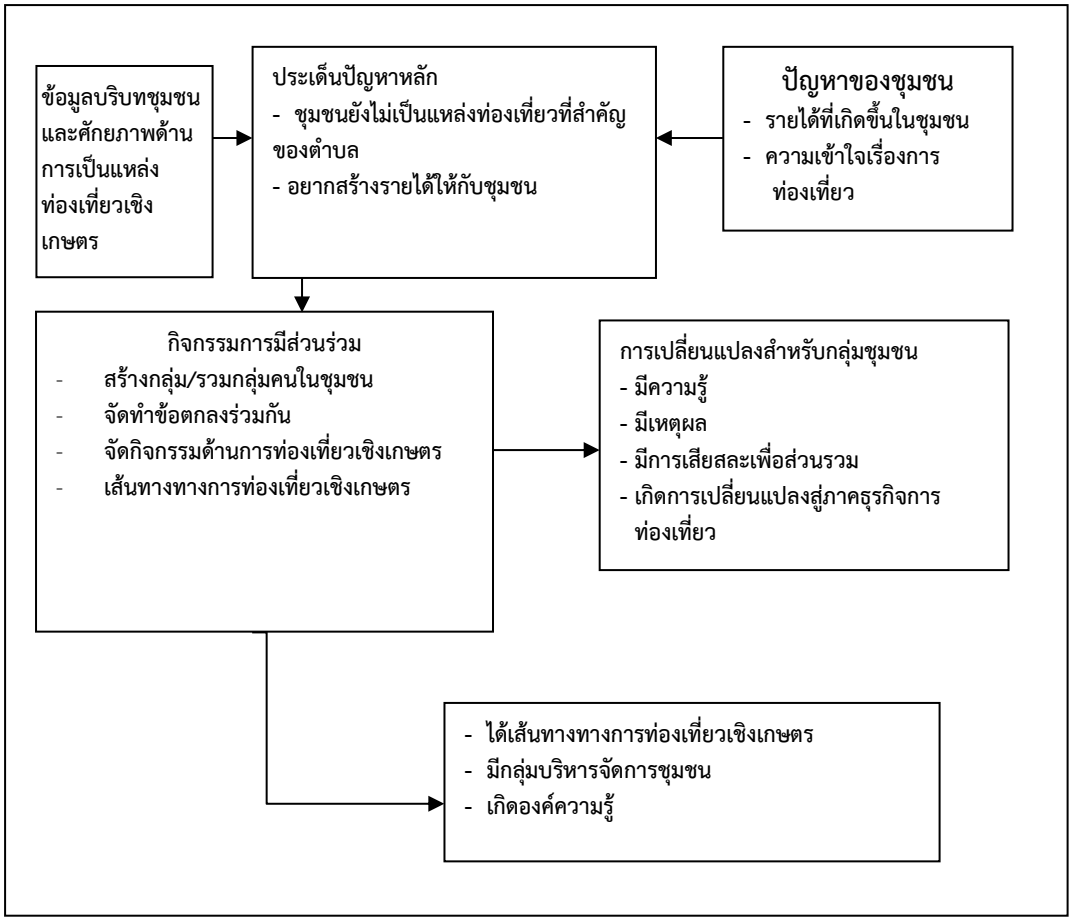
ดังนั้นเพื่อที่จะตอบสนองตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป จึงควรมีการศึกษาบริทบชุมชน วิเคราะห์ศักยภาพ ส่งเสริมศักยภาพ และส่งเสริมกิจกรรมเชิงเกษตร โดยจะมีการถ่ายทอดความรู้และการปฏิบัติการมีส่วนร่วมของชุมชน และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลที่ได้จากการวิจัยและพัฒนาจะมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและอนุรักษ์คุณค่าทางภูมิปัญญา และวัฒนธรรม

เชิงเกษตร และเพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการอย่างเหมาะสม สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และทำให้เกิดการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเส้นทางใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง
3. เพื่อคิดค้นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัยรูปแบบการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมีส่วนร่วม ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

นิยามศัพท์

1) รูปแบบการท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบการเดินทางเพื่อการจัดนำเที่ยว การจัดรายการนำเที่ยว การจัดที่พัก การจัดการเส้นทาง ให้เกิดการเดินทางสะดวก ไม่ติดขัด ไม่สับสน

2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการเกษตร อาหารท้องถิ่น สมุนไพร การดำรงชีวิตด้วยการเกษตร ชุมชนท้องถิ่น การถ่ายทอดความรู้ ที่เกิดขึ้นจากองค์ความรู้จากชุมชน ตำบลปงยางคก

3) การจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยว หมายถึง การเขียนรายการนำเที่ยวเชิงเกษตรที่เกิดขึ้นโดยคนในชุมชนตำบลปงยางคก

4) การมีส่วนร่วม หมายถึง มีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการทำกิจกรรม มีการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น เสนอแนะ แนะนำ ยอมรับความคิด การศึกษา การถ่ายทอด ถกเถียง หาข้อสรุป

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมแนวคิดจากนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมและการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

กระบวนการมีส่วนร่วม ในงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมจากนักวิชาการหลายท่าน (Cohen and Uphoff, 1980 อ้างใน (รุ่งวิทย์ ตรีกุลและคณ, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับวชิรวัชร งามละม่อม (2559) ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีลักษณะการเข้าร่วมอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ กล่าวคือเริ่มตั้งแต่การเกิดจิตสำนึกในตนเองและถือเป็นภาระหน้าที่ของตน ร่วมคิดร่วมกันวางแผน (Planning) ร่วมดำเนินการ (Implementation) ร่วมกันติดตามและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) ร่วมรับผลประโยชน์ (Benefit)

มัทรี สีมา และคณะ (2565) กล่าวว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างในหมู่บ้านแม่สาใหม่ หมู่บ้านบวกจั่น หมู่บ้านผานกกก และหมู่บ้านแม่สาน้อย ต้องการมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินงานหรือกิจกรรมของหมู่บ้านมากที่สุดส่วนกลุ่มตัวอย่างหมู่บ้านบวกเต๋ยมีความต้องการในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของชุมชนมากที่สุด ทั้งนี้ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนชาติพันธุ์ม้งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างหมู่บ้านบวกเต๋ย หมู่บ้านผานกกก และหมู่บ้านแม่สาน้อย มีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุดสำหรับกลุ่มตัวอย่างหมู่บ้านแม่สาใหม่ มีส่วนร่วมในการดำเนินงานหรือกิจกรรมของหมู่บ้านมากที่สุดและกลุ่มตัวอย่างหมู่บ้านบวกจั่น มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์มากที่สุด

องค์ประกอบการท่องเที่ยว (Collier and Harraway, 1997 อ้างใน (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546) การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ (3As) 1. สิ่งดึงดูดใจ (attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) เหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้นแต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น

ปวีณา งามประภาสม (2560) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อคุณค่าทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงทรัพยากรทาง

วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภายใต้การจัดการที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้หรือกระบวนการให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นโดยผู้ที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเกิดจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมและให้เห็นคุณค่าของความหลากหลายทางวัฒนธรรม อีกทั้งชุมชนได้รับประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยว

ฉันทัช วรรณถนอม (2559) ได้ให้แนวคิดเรื่องรูปแบบการเดินทางเพื่อการจัดรายการนำเที่ยวว่ารูปแบบการเดินทางมีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 กรณีเป็นการจัดรายการนำเที่ยวประมาณ 2 – 4 วัน โดยใช้ระยะทางในการเดินทางน้อย เนื่องจากต้องการให้มีที่พักแห่งเดียวตลอดการเดินทาง มักเป็นลักษณะของการเที่ยวชมเมือง (City Tour) หรือการเที่ยวชมภูมิทัศน์ (Sightseeing Tour) รูปแบบที่ 2 เป็นการจัดรายการนำเที่ยวที่เปลี่ยนที่พักทุกวัน ซึ่งต้องใช้ระยะทางในการเดินทางมากกว่าแบบแรก โดยเริ่มเดินทางจากจุดหนึ่งแล้วต่อไปเรื่อย ๆ เป็นวงรอบแล้วกลับมาที่จุดเดิมในครั้งแรก รูปแบบที่ 3 เป็นการจัดรายการนำเที่ยวที่คล้ายคลึงกับแบบที่ 2 แต่สถานที่ที่จะออกเดินทางไปและกลับจะแตกต่างกัน ไม่ใช้เส้นทางเดียวกัน เป็นลักษณะที่เวลาเที่ยวจะออกจากจุดหนึ่งแต่เวลากลับจะกลับจากอีกจุดหนึ่ง

ปัทเมศย์ ประดิษฐ์แสงทองและคณะ (2565) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบหนึ่งที่เจ้าของสวนจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนผลไม้ โดยมีที่พัก กิจกรรม สถานที่ถ่ายรูป และความบันเทิงให้บริการแก่ลูกค้า โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีจุดมุ่งหมายให้ลูกค้าที่สนใจได้สัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชนบท ผ่านกิจกรรมนันทนาการและการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น การทำสวน ไม่ว่าจะเป็นการบำรุงดิน การใช้ปุ๋ย การกำจัดแมลง การขยายพันธุ์พืช รวมไปถึงการดูแลพืชพรรณ การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ซึ่งช่วยให้ก่อเกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้นและยังเป็นการสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านหรือเกษตรกรภายในท้องถิ่นที่สนใจอีกด้วย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553) ได้ให้ความหมาย มาตรฐานคุณภาพแหลงทองเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การกำหนดแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ การบริการและความปลอดภัยเพื่อการยกระดับคุณภาพของแหลงทองเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด่วย 4 องคประกอบหลัก ไดแก 1) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหลงทองเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศักยภาพการรองรับของแหลงทองเที่ยวเชิงเกษตร 3) ศักยภาพการใหบริการของแหลงทองเที่ยวเชิงเกษตร 4) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหลงทองเที่ยวเชิงเกษตร

วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) มาเป็นกลไกหลักในการดำเนินการวิจัย โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสหวิธีการประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในเวทีต่าง ๆ ที่จัดขึ้น และการทำเวทีคืนความรู้

ประชากร ได้แก่ ผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คณะครู และผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง จาก 13 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1

บ้านสันหนองบง หมู่ที่ 2 บ้านทุ่งบ่อแป้น หมู่ที่ 3 บ้านสันหลวง หมู่ที่ 4 บ้านสันบุญเรือง หมู่ที่ 5 บ้านต้นค่า – ม่วงชุม หมู่ที่ 6 บ้านจำ หมู่ที่ 7 บ้านปงใต้ หมู่ที่ 8 บ้านปงเหนือ หมู่ที่ 9 บ้านปงยางคก หมู่ที่ 10 บ้านข่วง หมู่ที่ 11 บ้านโฮ้ง – ทะล้า หมู่ที่ 12 บ้านหม้อ หมู่ที่ 13 บ้านนางแล

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชนจำนวน 20 คน เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแหล่งข้อมูลบุคคล วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเลือกจากกลุ่มผู้นำชุมชนในด้านการปกครอง ด้านการศึกษา และศาสนา เพื่อเก็บข้อมูลเชิงเกษตรที่เหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบ Snowball Technique ตามคำแนะนำของกลุ่มเป้าหมายที่เลือกแบบเจาะจงเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกของศักยภาพด้านการท่องเที่ยว วิเคราะห์ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งด้านการท่องเที่ยว ร่วมกันวิเคราะห์โดยใช้ คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยทีมวิจัย ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชนและตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งสองกลุ่มนี้มีจำนวนประมาณ 80 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์หาข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเหตุนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้ คือ

1) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews)

2) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participatory observation)

3) การสนทนากลุ่ม (Focus group)

4) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การตีความข้อมูลเชิงประจักษ์และนำมาสรุปเป็นคำอธิบายแนวคิดหรือทฤษฎี และใช้การประชุมกลุ่มย่อยโดยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน ตัวแทนจากเทศบาล เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อลดอคติของข้อมูล

วิธีการดำเนินการวิจัย โดยกระบวนการมีส่วนร่วม

1. ประชุมคณะผู้วิจัยและผู้นำชุมชน พร้อมคณะกรรมการชุมชน ค้นหาปัญหา พูดคุย แลกเปลี่ยนร่วมกันหาแนวทางรวมกลุ่ม

2. จัดเวทีชุมชน ให้ความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการเกษตร โดยมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการเกษตรสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คุณค่าวิถีชีวิต รวมถึงการสร้างรายได้

3. ร่วมกันศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง และค้นหาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การสังเกต แบบไม่มีส่วนร่วมและแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม

4. จัดเวทีวิเคราะห์และตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของข้อมูลในลักษณะตรวจสอบ 3 เส้า เกี่ยวกับสภาพทั่วไป ของชุมชนและศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยทีมวิจัย ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน และตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

5. จัดเวทีสรุปข้อมูล สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยมีการดำเนินงานร่วมกัน 3 ฝ่าย ได้แก่ ผู้นำชุมชน คนในชุมชน และผู้ทำการวิจัย เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ตีความข้อมูล วางแผนกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เส้นทางการท่องเที่ยว และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับชุมชน

6. จัดเวทีคืนความรู้ให้กับชุมชน เพื่อร่วมกันพิจารณารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับการตรวจสอบความสมบูรณ์ของรูปแบบโดยคณะกรรมการชุมชนและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ

ผลการวิจัย

1. ศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่ตำบลปงยางคก

ข้อมูลที่แสดงภาพรวมของตำบลปงยางคก ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน และประชาชนในบริเวณเขตพื้นที่ ข้อมูลบริบท ชุมชนที่จัดเก็บประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านการเมือง/การปกครอง ประชากร สภาพทางสังคม ระบบบริการพื้นฐาน ระบบเศรษฐกิจ และเศรษฐกิจพอเพียงท้องถิ่น (ด้านการเกษตรและแหล่งน้ำ) ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว

บริเวณที่ตั้งของตำบลปงยางคก มีลักษณะที่ราบลุ่ม มีลำน้ำแม่ตาล และลำน้ำแม่วัก ซึ่งเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติไหลผ่าน ลักษณะภูมิอากาศ เป็นแบบมรสุม มี 3 ฤดู ได้แก่ ฤดูร้อน ฤดูฝน ฤดูหนาว ลักษณะของดิน เป็นลักษณะดินเหนียวปนทราย จำนวนประชากร มีจำนวนทั้งสิ้น 10,458 คน โดยแยกเป็นชาย 4,996 คน หญิง 5,462 คน มีจำนวนครัวเรือน 3,946 ครัวเรือน ด้านสาธารณสุข มีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จำนวน 2 แห่ง รพ.สต.บ้านสันหลวง และรพ.สต.บ้านข่วง การคมนาคมติดต่อระหว่าง ตำบลปงยางคกกับชุมชนข้างเคียงสามารถเดินทางโดยรถยนต์ ซึ่งมีเส้นทางคมนาคมที่สำคัญเข้าสู่พื้นที่เทศบาลตำบลปงยางคก คือ 1.ทางหลวงหมายเลข 11 สายเชียงใหม่ – ลำปาง 2. ทางหลวงหมายเลข 1034 สายห้างฉัตร-เกาะคา ทางหลวงสายนี้จะเชื่อมต่อกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 11 (ลำปาง-เชียงใหม่) - การติดต่อระหว่างหมู่บ้านในเขตตำบลปงยางคก ส่วนใหญ่เป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก ถนนคอนกรีตเสริมไม้ไผ่และถนนลาดยาง ปัจจุบันมีไฟฟ้าใช้ทุกครัวเรือน ด้านศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม 12 เดือนส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมทางศาสนา ได้แก่ เข้าวัดทำบุญตักบาตร - ตานข้าวจี่ ข้าวหลาม ประเพณีสรงน้ำพระธาตุวัดสันบุญเรือง พระธาตุวัดสันหนองบง พระธาตุวัดสันหลวง พระธาตุวัดทะล้า พระธาตุวัดปงใต้ พระธาตุวัดปงยางคก และพระธาตุวัดม่วงชุม ประเพณีสืบชะตาหมู่บ้าน บ้านปงยางคก เลี้ยงผีปู่ย่า ดำหัวคนเฒ่าคนแก่ แห่ไม้ก้ำศรี ประเพณีสักการะพ่อปู่เจ้าบ้าน ประเพณีสักการะพ่อปู่เจ้าบ้าน บ้านทุ่งบ่อแป้น - ประเพณีสืบชะตาหมู่บ้าน ประเพณีบวงสรวงหอปู่เจ้าบ้านข่วง ถวายเทียนพรรษา ประเพณีสลากภัตบ้านจำ บ้านปงใต้บ้านปงเหนือ บ้านข่วง บ้านนางแล ประเพณีลอยกระทง (ยี่เป็ง) - บูชาประทีป - โคมลอย โคมไฟ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและฐานการเรียนรู้เชิงเกษตร ได้แก่ 1) วัดปงยางคก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดลำปาง 2) วัดทุ่งบ่อแป้น ภายในวัดมีทัศนียภาพที่สวยงาม เหมาะสำหรับเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ปัจจุบันทางวัดได้จัดพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นสถานพยาบาลสงเคราะห์ฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกายผู้ป่วยด้านอัมพฤตอัมพาต 3) เกษตรไส้เดือนดินบ้านครูเนตร มีการนำความรู้มาใช้อย่างเป็นรูปธรรม ทำปุ๋ยเลี้ยงไส้เดือนดินแล้วนำมูลไปผลิตปุ๋ย นำไปใช้กับแปลงสาธิตผักกางมุ้ง นำผักที่ได้และเศษวัชพืชไปเลี้ยงเป็ด 4) ฟาร์มเพาะเห็ดบ้านลุงพัน ชัยเรืองเดช 5) แหล่งทำตะเกียง ชุมชนปงยางคก 6) กลุ่มโฮมสเตย์เฮือนป้านอม และสวนเกษตรสวนครัวรั้วกินได้ 7) บ้านเศรษฐกิจพอเพียงคุณสุพรรณ วงค์อนันต์

8) กลุ่มบ้านโฮมสเตย์เฮือนสุขภาพศรีนวล มีการบริการนวดแผนไทย 9) เฮือนแม่อุ้ยลัดดาและสวนเกษตรสวนครัวรั้วกินได้ 10) บ้านป้าพร สวนการเกษตรครัวเรือน และการทำยาสมุนไพร 11) บ้านพี่ขวัญปุ่ยอินทรีย์ 12) กลุ่มบ้านโฮมสเตย์ เฮือนป้าเพ็ญและสวนเกษตรสวนครัวรั้วกินได้

2. การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน ตำบลปงยางคก อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง

การสัมภาษณ์และการผลการศึกษาบริบทของชุมชนโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากสภาพทั่วไป การสอบถามความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกในประเด็นต่าง ๆ และวิเคราะห์ศักยภาพร่วมกัน โดยใช้คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมี 5 สถานที่เชิงเกษตร ที่ผ่านการประเมินวิเคราะห์ศักยภาพคุณภาพแหล่งฯจาก 10 สถานที่เชิงเกษตร สรุปได้ดังนี้

2.1 บ้านป้าพร สวนเกษตรครัวเรือน และการทำยาสมุนไพร

ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำยาสมุนไพรสำหรับดูแลสุขภาพ เช่น การเกษตรทฤษฎีใหม่ การเกษตรกรรมแบบธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์ การผลิตสารชีวภาพเพื่อกำจัดศัตรูพืช เป็นฐานการเรียนรู้ขนมท้องถิ่นและ การทำสมุนไพรท้องถิ่นเพื่อรักษาสุขภาพ

การเข้าถึง เส้นทางการเดินทางเข้าถึงบ้านป้าพร เดินทางสะดวกและปลอดภัย ความสะดวกพิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อปี เป็นถนนคอนกรีต เข้าถึงได้ง่าย

สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกบ้านป้าพร มีห้องน้ำที่สามารถใช้บริการแก่ลูกค้าแยกจากห้องน้ำของเจ้าของบ้าน มีร้านอาหารกลางวันบริการที่เป็นร้านอาหารตามสั่ง มีไฟฟ้า มีอินเทอร์เน็ต และมีจุดน้ำดื่มให้บริการ

ภาพที่ 2 ทางเข้าไปชมสวนหลังบ้านป้าพร (ซ้าย) **ภาพที่ 3** โรงเรือนเลี้ยงไส้เดือน (ขวา)

2.2 ฟาร์มเพาะเห็ดลุงพัน ชัยเรืองเดช

ความโดดเด่นด้านการเป็นเป็นศูนย์เรียนรู้การเพาะเห็ดตั้งแต่กระบวนการแรกจนกระทั่งเก็บ และแปรรูปเห็ดครบวงจร นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยมชมและร่วมทำกิจกรรมการเพาะเห็ด รวมทั้งซื้อผลิตภัณฑ์จากเห็ดที่แปรรูป อาทิ เห็ดอบกรอบ น้ำพริกเห็ด แหนมเห็ด โดยมีผู้นำเที่ยวคือ ลุงพัน ส่วนที่พักเป็นที่พักโฮมสเตย์ มี 2 ห้อง และ 1 ห้องโถง สามารถรองรับได้ 8 - 10 คน เป็นโฮมสเตย์หลังที่ 4 ของชุมชน

การเข้าถึง เส้นทางการเดินทางเข้าถึงฟาร์มเห็ดลุงพัน ชัยเรืองเดช เป็นถนนชุมชนคอนกรีตเสริมไผ่ เดินทางสะดวกและปลอดภัย สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกบ้านลุงพัน มีห้องน้ำแยกออกมาที่สามารถใช้บริการได้สะอาดพร้อมใช้ มีไฟฟ้าและมีจุดน้ำดื่มสะอาดให้บริการฟรีแก่นักท่องเที่ยว

ภาพที่ 4 ฟังบรรยายการเตรียมก้อนเห็น บ้านลุงพัน

2.3 บ้านพี่ขวัญปุ๋ยอินทรีย์

ความโดดเด่นด้านการจัดการขยะทางการเกษตร หมายถึงเป็นผู้จัดการขยะที่เกี่ยวกับการเกษตรแล้วนำมาแปรรูปให้กลายเป็นปุ๋ยอินทรีย์ ที่นำกลับมาใช้ในการเกษตร ขยะที่เข้ามาส่วนใหญ่จะเป็น ใบไม้ ฟางข้าว และ ที่เยอะที่สุดคือก้อนเห็ดที่หมดเชื้อเห็ดแล้ว มีเข้ามาที่บ้านพี่ขวัญบางครั้งอาทิตย์ละ 10 ตัน ซึ่งกิจกรรม การเกษตรของบ้านพี่ขวัญได้แก่ มีการสอน กำจัดขยะทางการเกษตร คือการทำปุ๋ยกลับกอง ฯลฯ แล้วนำปุ๋ยมาใช้กับนาอินทรีย์ปลอดสารพิษ และมีการปลูกพืชผักสวนครัว การจัดการพลาสติกเปลือกของก้อนเห็ดอัดก้อนเป็นพลาสติกรีไซเคิล มีการเลี้ยงเป็ดในนาข้าวที่ทำแบบอินทรีย์ และมีบ้านพักโฮมสเตย์ จำนวน 4 ห้อง รับได้ไม่เกิน 20 คน

การเข้าถึง เส้นทางการเดินทางเข้าถึงบ้านพี่ขวัญ เดินทางสะดวกและปลอดภัย ความสะดวกพิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อปี เป็นถนนคอนกรีต เข้าถึงได้ง่าย

สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกบ้านพี่ขวัญมีห้องน้ำที่สามารถใช้บริการได้ มีไฟฟ้า และมีจุดบริการน้ำดื่มฟรี

ภาพที่ 5 รับฟังการบรรยายเรื่องขยะจากการเกษตร

2.4 เกษตรไส้เดือนดินบ้านครูเนตร

ความโดดเด่นด้านการทำปุ๋ยไส้เดือน ครบวงจร เช่นกิจกรรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเกษตร ทฤษฎีใหม่การเกษตรกรรมแบบธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์ การผลิตสารชีวภาพ เพื่อกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น โดยบ้านครูเนตรมีกิจกรรมซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้การทำกิจกรรมทางการเกษตร 9 อย่างได้แก่ 1. ปุ๋ยไส้เดือนดิน 2. ปุ๋ยน้ำไส้เดือนดิน 3. ยาแรงกำจัดแมลง 4. สารชีวภัณฑ์หน่อกล้วย 5. สารชีวภัณฑ์จาวปลวก 6. สารชีวภัณฑ์โบกาชิ 7. ฮอร์โมนไข่ 8. สารกำจัดหนอน เพลี้ยทุกชนิด 9. สารกำจัดโรคพืชได้แก่ โรคใบจุด ผลเน่า รากเน่า เป็นต้น ซึ่งทั้ง 9 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเข้าร่วมทำกิจกรรมเพื่อเกิดการเรียนรู้ทางการเกษตรแบบอินทรีย์ ซึ่งปลอดสารพิษอย่างแน่นอน และมีบ้านพักโฮมสเตย์จำนวน 4 ห้อง และรองรับได้ไม่เกิน 20 คน

การเข้าถึง เส้นทางการเดินทางเข้าถึงบ้านครูเนตร เดินทางสะดวกและปลอดภัย ความสะดวกพิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อปี เป็นถนนคอนกรีต เข้าถึงได้ง่าย ถนนชุมชน เชื่อมกับถนนหมายเลข 1034 และ ถนนหลวงหมายเลข 11 ซึ่งใช้เดินทางจากลำปางไปเชียงใหม่

สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกบ้านครูเนตรมีที่จอดรถเพียงพอ มีห้องน้ำที่สามารถใช้บริการได้ มีไฟฟ้า มีอินเทอร์เน็ต และมีน้ำดื่มฟรีให้บริการ

ภาพที่ 7 ฐานบ้านไส้เดือน

ภาพที่ 8 นิทรรศการกระบวนการทำข้าว

2.5 บ้านเศรษฐกิจพอเพียงคุณสุพรรณ วงค์อนันต์

ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเกษตรทฤษฎีใหม่ การเกษตรกรรมแบบธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์ การผลิตสารชีวภาพ เพื่อกำจัดศัตรูพืช มีการทดลองใช้ผึ้งชันโรง ในการช่วยการผสมเกสรดอกไม้เพื่อเพิ่มการออกผลของไม้ผลเพิ่มมากขึ้น มีการทำจุลินทรีย์สังเคราะห์แสงเพื่อนำมาใช้ในสวน และ นาอินทรีย์

การเข้าถึง เส้นทางการเดินทางเข้าถึงบ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ วงค์อนันต์ เดินทางสะดวกและปลอดภัย ความสะดวกพิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ตลอดปี เป็นถนนคอนกรีต เข้าถึงได้ง่าย

สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกบ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ วงค์อนันต์ อาคารเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง มีที่จอดรถเพียงพอ มีห้องน้ำที่สามารถใช้บริการได้ มีไฟฟ้า มีอินเทอร์เน็ต และมีน้ำดื่มฟรีให้บริการ

ภาพที่ 9 แผนโครงการ 5 ประสาน

ภาพที่ 10 แผนผังฟาร์มแหล่งเรียนรู้

สรุป วิเคราะห์ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งด้านการท่องเที่ยว

จากการจัดเวทีสรุปข้อมูล สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยมีการดำเนินงานร่วมกัน 3 ฝ่าย ได้แก่ผู้นำชุมชนตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง คนในชุมชนผู้เกี่ยวข้อง และคณะผู้วิจัย เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ตีความข้อมูล วางแผนกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เส้นทางการท่องเที่ยว และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับชุมชนลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ศักยภาพซึ่งเป็นการวิเคราะห์ดูว่าประเด็นแหล่งดึงดูด มีแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าประเด็นการท่องเที่ยวอยู่ ทุกแหล่งที่คัดเลือกมาได้แก่ 1. บ้านป้าพรสวนเกษตรครัวเรือน และการทำยาสมุนไพร มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องการทำอาหารพื้นเมือง ทำขนมท้องถิ่นและการทำสมุนไพร 2. ฟาร์มเห็ดลุงพัน ชัยเรืองเดช มีความโดดเด่นเกษตรอินทรี เรื่องการเพาะเห็ด และการแปรรูปเห็ด ครบวงจร 3. บ้านพี่ขวัญ ปุ๋ยอินทรีย์ มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องการจัดการขยะจากการเกษตร ครบวงจร 4. เกษตรไส้เดือนดินบ้านครูเนตร มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องการจัดทำปุ๋ยได้แก่ปุ๋ยไส้เดือนดิน ปุ๋ยน้ำไส้เดือนดิน“ยาแรง”กำจัดแมลงสารชีวภัณฑ์หน่อกล้วยสารชีวภัณฑ์จาวปลวก สารชีวภัณฑ์โบกาชิ ฮอร์โมนไข่ สารกำจัดหนอนเพลี้ยทุกชนิด สารกำจัดโรคพืช และ 5.บ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ วงค์อนันต์ มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่ (4 ส่วน ตามอัตราส่วน 30 : 30 : 30 :10) จากที่กล่าวมาข้างต้น จำนวน 5 แหล่ง เป็นแหล่งที่มีสิ่งดึงดูดที่มีความโดดเด่นที่ชัดเจน และมีความน่าสนใจในกิจกรรมทางการเกษตรซึ่งสามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจอยากมาร่วมกิจกรรม และพัฒนาให้เป็นฐานการเรียนรู้ได้ ซึ่งเป็นผลจากความคิดเห็นร่วมกันแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน

การเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 5 แหล่งนั้น การเข้าถึง เส้นทางการเดินทางเข้าถึงบ้านทั้ง 5 แหล่งนั้น เดินทางสะดวกและปลอดภัย ความสะดวกพิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ตลอดปี เป็นถนนคอนกรีต เข้าถึงได้ง่าย

ในส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 5 แหล่งนั้น มีอาคารเรียนรู้ มีที่จอดรถเพียงพอ มีห้องน้ำที่สะอาดสามารถใช้บริการได้ มีไฟฟ้า มีอินเทอร์เน็ต และมีน้ำดื่มฟรีให้บริการ และมีบ้านพักโฮมสเตย์ให้บริการ

3. การคิดค้นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลปงยางคก อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง

รูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ภาพที่ 11 การประชุมระดมความคิดเห็นของกลุ่มผู้เป็นเจ้าของแหล่ง นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลปงยางคกที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากการประชุมระดมความคิดเห็นของกลุ่มผู้เป็นเจ้าของแหล่ง นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลปงยางคกที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยใช้เวทีประชุมกลุ่มย่อยและและข้อสรุปร่วมกันได้กำหนดรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือแนวทางการจัดกิจกรรมในแต่ละแหล่ง โดยใช้หลักการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว โดยนักวิชาการได้เสนอรูปแบบการเดินทางเพื่อการจัดนำเที่ยวและหลักการตามหลักการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยว (ฉันทัช วรรณถนอม, 2559) ได้ข้อสรุปเป็นรูปแบบที่ 1 กรณีการจัดรายการนำเที่ยว ประมาณ 2 - 4 วัน ซึ่งเป็นการจัดการนำเที่ยวที่ต้องจัดที่พักในบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยวล้อมรอบที่พัก เป็นลักษณะของการเที่ยวชมเมือง (City Tour) หรือการเที่ยวชมภูมิทัศน์ (Sightseeing Tour) และการเขียนรายการนำเที่ยวนั้นจะต้องมีการสำรวจและศึกษาข้อมูล ในเรื่องระยะเวลาความยากง่ายของการเดินทางเข้าถึง สภาพเส้นทาง จุดท่องเที่ยว จุดแวะพักและกิจกรรม

ภาพที่ 13 : แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้ ทดลองออกแบบเส้นทางทางการท่องเที่ยวและ ได้ข้อสรุปร่วมกันเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถทำเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 วัน และแบบ 2 วัน 1 คืน ดังต่อไปนี้

โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน กิจกรรมการเรียนรู้บ้านป้าพร

09.00 น นักท่องเที่ยวพร้อมกันที่บ้านป้าพร เริ่มเรียนรู้การทำการเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง พื้นที่บ้านของป้าพร และแนะนำข้อมูลสมุนไพรในครัวเรือน เมนูอาหารที่เหมาะสำหรับผักต่าง ๆ หลังจากนั้นก็จะพานำชมสวนหลังบ้าน พร้อมทั้งอธิบายพืชผักต่าง ๆ พร้อมกับทำกิจกรรมเก็บผักสวนครัว เพื่อนำมาทำอาหารกลางวัน

10.30 น. กลับมาทำอาหารโดย จะมีอุปกรณ์ในการอาหารที่เตรียมไว้ให้ โดยมีการกำหนดเมนูอาหารแล้วแต่ฤดูกาล และความพร้อมของพืชผักสวนหลังบ้าน เป็นอาหารมื้อกลางวัน

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน

14.00 น. มีกิจกรรม ทำลูกประคบ โดยพาออกไปเก็บสมุนไพร ที่อยู่ในสวน ได้แก่ เหง้าไพลบรรเทาอาการปวดเมื่อยลดการอักเสบ ผิวมะกรูดบรรเทาลมวิงเวียน ตะไคร้บ้าน บรรเทาอาการปวดเมื่อยลดการอักเสบ ใบมะขามบรรเทาอาการคันตามร่างกาย ช่วยบำรุงผิว ขมิ้นชันบรรเทาอาการฟกช้ำและช่วยรักษาเม็ดผดผื่นคันตามผิวหนัง ขมิ้นอ้อยบรรเทาอาการฟกช้ำและช่วยรักษาเม็ดผดผื่นคันตามผิวหนัง ใบส้มป่อยช่วยบำรุงผิวพรรณ ช่วยให้ผิวหนังสะอาด เกลือแกง ช่วยดูดซับความร้อนและช่วยพาตัวยาผ่านซึมผิวหนังได้อย่างสะดวก การบูร แต่งกลิ่น บำรุงหัวใจ แก้พุพอง แก้หวัด

15.00 น. มีกิจกรรมนวดไทยของบ้านป้าพรซึ่งผู้นวดคือครูศรีนวลที่อยู่ในกลุ่มบ้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านป้าพรด้วย

16.30 น. เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน กิจกรรมการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

วันที่ 1

09.00 น. นักท่องเที่ยวพร้อมกันที่บ้านป้าพร จากนั้นเริ่มเรียนรู้การทำการเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีการบรรยาย แผนผังของสวนหลังบ้านของบ้านป้าพร แนะนำข้อมูลสมุนไพรในครัวเรือน เมนูอาหารที่เหมาะสำหรับผักต่าง ๆ หลังจากนั้นก็จะพานำชมสวนหลังบ้าน พร้อมทั้งอธิบายพืชผักต่าง ๆ พร้อมกับทำกิจกรรมเก็บผักสวนครัว เพื่อนำมาทำอาหารกลางวัน

10.30 น. กลับมาทำอาหารโดยจะมีอุปกรณ์ในการอาหารที่เตรียมไว้ให้ โดยมีการกำหนดเมนูอาหารแล้วแต่ฤดูกาลและความพร้อมของพืชผักสวนหลังบ้าน เป็นอาหารมื้อกลางวันของวันนี้

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน

13.00 น. นำท่านเดินทางต่อไปบ้านเกษตรไส้เดือนดินครูเนตร รับฟังการบรรยายภาพร่วมของกิจกรรมทางการเกษตรบ้านครูเนตร และบรรยายการทำปุ๋ยไส้เดือน ซึ่งมีการเตรียมตัวอย่างดิน และไส้เดือน เพื่อให้ทุกท่านได้ทำกิจกรรมทำปุ๋ยไส้เดือนพร้อมกัน

14.00 น. รับฟังการบรรยายนำชม พร้อมทั้งทำกิจกรรม สารชีวภัณฑ์หน่อกล้วย สารชีวภัณฑ์จาวปลวก เป็นกิจกรรมในสวน

17.00 น. กิจกรรมจับปลาและเก็บผักสวนครัวบ้านครูเนตร เพื่อทำกิจกรรมทำอาหารเย็นที่บ้านครูเนตร

18.00 น. รับประทานอาหารเย็น พร้อมกับร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุยกับครูเนตร และกลุ่มโดยจะมีป้าพร ลุงพัน คุณศรีสุพรรณ และพี่ขวัญ มาร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พร้อมทั้งเข้าพักที่บ้านพักโฮมสเตย์บ้านครูเนตร

20.00 น. เข้าที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 2

5.00 น. ให้ท่านทำภารกิจส่วนตัว และเตรียมพร้อมสำหรับการออกเดินทางไปทำกิจกรรม

6.00 น. นำท่านเดินทางไปฟาร์มเห็ดบ้านลุงพัน เพื่อทำกิจกรรมเก็บเห็ด ในช่วงเช้า โรงเพาะเห็ด

8.00 น. รับประทานอาหารเช้าที่บ้านลุงพัน โดยมื้อเช้าจะเป็นอาหารที่ทำมาจากผลิตภัณฑ์เห็ด

9.00 น. นำท่านเรียนรู้และลองลงมือปฏิบัติ โดยเริ่มจาการทำก้อนเห็ด นึ่งก้อนเชื้อและการใส่เชื้อเห็ด หลักการจัดทำโรงเรือนเพาะเห็ด และกระบวนการนำเข้าจัดเรียงในโรงเพาะเห็ด ทุกท่านจะได้เยี่ยมชมและลงมือทำ

11.30 น. หลังจากนั้นนำท่านเดินทางต่อไปยังบ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ วงค์อนันต์ เพื่อรับประทานอาหารกลางวัน

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ที่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ (เมนูอาหารตามฤดูกาล)

13.00 น. รับฟังบรรยายและดูกิจกรรมการ การเกษตรแบบพอเพียง ในสวนคุณสุพรรณ และทำกิจกรรมทำจุลินทรีย์สังเคราะห์แสง

14.00 น. นำท่านเดินทางต่อไปยังบ้านพี่ขวัญ เพื่อชมการทำปุ๋ย และแปลงเกษตรปลอดสารพิษ การทำปุ๋ยบ้านพี่ขวัญเป็นการนำเอาขยะทางการเกษตรนำมาทำเป็นปุ๋ยเพื่อกลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์และประหยัดต้นทุน โดยที่นี่จะรับเอาก้อนเห็ดที่หมดเชื้อแล้ว นำมาเป็นส่วนประกอบในการทำปุ๋ย เพื่อกลับไปใช้ในการปลูกผักสวนครัวที่เป็นผักสวนครัวปลอดสารพิษ โดยทุกท่านจะได้ชมทุกกระบวนการและได้ลงมือปฏิบัติในการทำปุ๋ย

16.00 น. นำท่านเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

อภิปรายผล

จากการศึกษาสำรวจข้อมูลในเขตตำบลปงยางคก ทั้ง 13 หมู่บ้านได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนซึ่งชุมชน ได้มีการรวมกลุ่มโดยได้ตัวแทนจากแต่ละหมู่บ้าน ซึ่งได้มาทำการประชุมร่วมพูดคุย แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ และได้หาข้อสรุปต่าง ๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้โจทย์คิดร่วมกัน ถึงปัญหารายได้ ชุมชนยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญด้านการเกษตร และ ปัญหาคนออกจากชุมชนออกไปหางานนอกพื้นที่ จึงเกิดการคิดร่วมกัน หาทางแก้ไขปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับปวีณา งามประภาสม (2560) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วม เป็นอีกองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ซึ่งการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนสามารถกระทำได้หลากหลายทาง หลายลักษณะ ผ่านกระบวนการสื่อสารพูดคุยเพื่อเป็นการสื่อความคิดเห็น การถกเถียงปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการระดมความคิดเห็นซึ่งชุมชนได้ทำการพูดคุยถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลังจากที่ได้ข้อมูลเบื้องต้นมาซึ่งการหาแหล่งและข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว กลุ่มชุมชนได้สรุปและลงความเห็นให้แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 แห่ง อันได้แก่ บ้านป้าพร ฟาร์มเห็ดลุงพัน ชัยเรืองเดช บ้านพี่ขวัญเกษตรไส้เดือนดินบ้านครูเนตร และบ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ วงค์อนันต์ เหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และได้ให้สัมภาษณ์ต่อถึงเรื่องความเป็นมาและความสำคัญของทั้ง 5 แหล่งนี้ พบว่าทั้ง 5 แหล่งนี้มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับหลักทฤษฎีของ Collier and Harraway (1997) อ้างใน (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546) ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 A’s คือ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) เหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้นแต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น 2. สิ่งอำนวยความสะดวก(Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยว หมายถึงบริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งต้องมีระบบการขนส่ง(Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ บ้านป้าพร ฟาร์มเห็ดลุงพัน ชัยเรืองเดช บ้านพี่ขวัญ เกษตรไส้เดือนดินบ้านครูเนตรและบ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ วงค์อนันต์ เป็นแหล่งมีศักยภาพตรงตามเกณฑ์ที่ตรงตามเกณฑ์ 3 A’s และในส่วนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของทั้ง 5 แหล่ง 1. บ้านป้าพร มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์

เรื่องการทำอาหารพื้นเมือง ทำขนมท้องถิ่น และการทำสมุนไพร 2. ฟาร์มเห็ดลุงพัน ชัยเรืองเดช มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องการเพาะเห็ดและการแปรรูปเห็ด ครบวงจร 3. บ้านพี่ขวัญ มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องการจัดการขยะจากการเกษตรครบวงจร 4. บ้านครูเนตร มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องการจัดทำปุ๋ย ได้แก่ ปุ๋ยไส้เดือนดิน ปุ๋ยน้ำไส้เดือนดิน ยาแรงกำจัดแมลง สารชีวภัณฑ์หน่อกล้วย สารชีวภัณฑ์จาวปลวก สารชีวภัณฑ์โบกาชิ ฮอร์โมนไข่ สารกำจัดหนอน เพลี้ยทุกชนิด สารกำจัดโรคพืช และ 5. บ้านเศรษฐกิจพอเพียง คุณสุพรรณ วงค์อนันต์ มีความโดดเด่นเกษตรอินทรีย์ เรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่ ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สอดคล้องกับ ปัทเมศย์ ประดิษฐ์แสงทองและคณะ (2565) กล่าวว่า การจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนผลไม้ โดยมีที่พัก กิจกรรม สถานที่ถ่ายรูป และความบันเทิงให้บริการแก่ลูกค้า โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีจุดมุ่งหมายให้ลูกค้าที่สนใจได้สัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชนบทผ่านกิจกรรมนันทนาการและการเรียนรู้ จากนั้นได้นำข้อมูลมาเพื่อที่คิดค้นเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยประชุมระดมความคิดเห็นของกลุ่มผู้เป็นเจ้าของแหล่ง นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลปงยางคก ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้กำหนดรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือแนวทางการจัดกิจกรรมในแต่ละแหล่งโดยใช้หลักการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว โดยนักวิชาการได้เสนอรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการจัดนำเที่ยว และหลักการตามหลักการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยว ฉันทัช วรรณถนอม (2559) ได้ข้อสรุปเป็น รูปแบบที่ 1 กรณีการจัดรายการนำเที่ยว ประมาณ 2-4 วัน ซึ่งเป็นการจัดการนำเที่ยวที่ต้องจัดที่พักในบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยว ล้อมรอบที่พัก เป็นลักษณะของการเที่ยวชมเมือง (City Tour) หรือการเที่ยวชมภูมิทัศน์ (Sightseeing Tour) และการเขียนรายการนำเที่ยวนั้นจะต้องมีการสำรวจและศึกษาข้อมูล ในเรื่องระยะเวลา ความยากง่ายของการเดินทางเข้าถึงสภาพเส้นทาง จุดท่องเที่ยว จุดแวะพัก และกิจกรรม ดังนั้นได้ลองออกแบบเส้นทางทางการท่องเที่ยวและ ได้ข้อสรุปร่วมกันเป็นเส้นทาง ทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในชุมชนมีการทำการเกษตรอยู่ก่อนแล้ว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ หน่วยงานด้านการศึกษาสามารถนำนักศึกษา ลงพื้นเรียนรู้กิจกรรมต่าง ๆ ตามเส้นทาง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรี และหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลปงยางคกสามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดเพื่อการสนับสนุน ให้เกิดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากมีการระดมความคิด การรวมกลุ่ม และพร้อมดำเนินการทางธุรกิจชุมชน แต่ขาดการสนับสนุน กระตุ้น จากภาครัฐ หากทำได้อยากให้สนับสนุนการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์และสื่อ รวมถึงควรให้ความรู้เรื่องบัญชี และการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยในครั้งนี้ พบว่ามีคนในชุมชนบางกลุ่มเท่านั้นที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัยในครั้งนี้ บางส่วนยังไม่ให้ความสนใจมาร่วมทำวิจัยในครั้งนี้ ดังนั้น ควรวิจัยเกี่ยวปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการทำวิจัย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นชุมชนเข้มแข็ง

ในการทำวิจัยในครั้งนี้วัตถุประสงค์การวิจัยถึงแค่กระบวนการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเท่านั้น จึงควรทำวิจัยในข้อเรื่อง การประเมินเส้นทางการท่องเที่ยว รวมถึงการวิจัยเกี่ยวการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การทำสื่อประชาสัมพันธ์ หรือวิจัยแนวโน้มเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวิถีชุมชน หรือการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). **คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.** กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย ปี 2565.** สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20170216111201.pdf

ฉันทัช วรรณถนอม. (2559). **การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว.**กรุงเทพฯ :หจก.สามลดา.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** เชียงใหม่:ลานนาการพิมพ์.

บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังสถานการณ์โควิท 19. **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**, 4 (1) : 160 - 167

ปวีณา งามประภาสม. (2560). **การจัดการท่องเที่ยวชุมชน**. ลำปาง:มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

ปัทเมศย์ ประดิษฐ์แสงทอง, ภัสสรกันต์ ทรัพย์มหาโชค, พัทธ์ยมล สื่อสวัสดิ์วณิชย์. (2565). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยแนวคิด POSDCORB.**วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ,** 4(1) : 173-186.

มัทรี สีมา,อำพร กันทา,วรัญญ์คมน์ รัตนะมงคลชัย. (2565).การมีส่วนร่วมของชุมชนชาติพันธุ์ม้งเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**,3(3) : 11-24

รุ่งวิทย์ ตรีกุล,กมล เสวตสมบูรณ์ และธนชาติ เราประเสริฐ. (2558). การมีส่วนร่วมของชุมชนบึงพลาญชัยในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.**วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น** 8(2), 133-150.

วชิรวัชร งามละม่อม. (2559). **ทฤษฎีการมีส่วนร่วม**. สืบค้นจาก http://learningofpublic.blogspot.com/2016/02/blog-post_79.html

Skyscanner (2560). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป 5 แทรนด์ของการท่องเที่ยว 2560**. สืบค้นจาก https://www.skyscanner.co.th/news/inspiration/thai-tourist-trend-2016/

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Sayumphu Unyaphan **Highest Education:** Master of Arts (Sustainable Tourism Management) **University or Agency:** Lampang Rajabahat University **Field of Expertise:** Tourism and Hospitality **Address:** 119 M.9 T.Chomphu A.mueng Lampang 52000
	Name and Surname: Kanokporn Ekkasinsakul **Highest Education: :** Master of Arts (Communication Arts) **University or Agency:** Lampang Rajabahat University **Field of Expertise:** Communication Arts **Address:** 119 M.9 T.Chomphu A.mueng Lampang 52000
	Name and Surname: Thawatchai Tumtong **Highest Education:** Master of Arts (Art and Culture Management) **University or Agency:** Lampang Rajabahat University **Field of Expertise:** Art and Culture Management **Address:** 119 M.9 T.Chomphu A.mueng Lampang 52000
	Name and Surname: Kamonwan Tawan **Highest Education:** Master of Business Administration (Hotel and Tourism Management) **University or Agency:** Lampang Rajabahat University **Field of Expertise:** Tourism and Hospitality **Address:** 119 M.9 T.Chomphu A.mueng Lampang 52000

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน ปี พ.ศ. 2566

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม ในจังหวัดสงขลา

BEHAVIOR OF THAI TOURISTS VISITING IN MULTICULTURAL TOURISM DESTINATION IN THE SONGKHLA PROVINCE

วาสนา ขวัญทองยิ้ม[1] ชวลีย์ ณ ถลาง[2] และเสรี วงษ์มณฑา[3]
Wassana Khwantongyim[1] Chawalee Na Thalang[2] and Seri Wongmontha[3]

[1]นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
[2,3]รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
[1]Ph.D. Candidate, Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao.
[2,3]Associate Professor, Tourism and Hotel Management, College of Management,
University of Phayao.
E-mail: [1]wassana.kh.skru@gmail.com [2]ajarnchawalee@gmail.com [3]ajarnseri@gmail.com

Received January 09,2023
Revised February 24,2023
Accepted April 02,2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้วิธีการตามสะดวก จำนวน 400 คน ในพื้นที่วิจัย 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา ของจังหวัดสงขลา และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความสัมพันธ์โดยการทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยเครื่องบิน และเลือกวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีระยะเวลาในการพำนักไม่เกิน 2 วัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วงต่ำกว่า 3,000 บาท นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และมักที่จะเลือกท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำ และย่านเมืองเก่า 2) สำหรับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ในภาพรวมลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

คำสำคัญ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย แหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม จังหวัดสงขลา

ABSTRACT

The objectives of this research study were: 1) to study the behavior of Thai tourists in multicultural tourism in the Songkhla province and 2) to investigate the relationship between their demographic characteristics and the behavior of Thai tourists in multicultural tourism in the Songkhla province. The data was collected from a convenience sample of 400 Thai tourists at Songkhla, Hat Yai and Sadao in the Songkhla province and analyzed by using descriptive statistics including percentages, averages, and standard deviations. Furthermore, a chi-square test was conducted in order to investigate any correlations.

The research findings showed that 1) travelling for relaxation was the main purpose of the majority of tourists. They primarily used air travel and took the trips for no more than two days, usually over Saturday and Sunday. Typically, they would spend less than 3,000 baht on their trip. Many tourists chose to travel in groups with friends for visiting popular tourist attractions such as floating markets and Songkhla old towns. 2) Correlation analysis revealed a statistically significant relationship between tourism behavior and demographic with statistically significant at the 0.05 level.

Keywords

Tourist Behavior, Thai Tourist, Multicultural Tourism Destination, Songkhla Province

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของโลก มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้หลักให้กับหลาย ๆ ประเทศ ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้รับความนิยมทางด้านการท่องเที่ยวมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญ และสนับสนุนทำให้การท่องเที่ยวในประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สามารถสร้างรายได้ อาชีพให้แก่ประชาชน และยังก่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นด้วย

เมื่อไทยประสบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า (COVID-19) ทำให้มีผลกระทบต่อการออกเดินทางของนักท่องเที่ยว รัฐบาลจึงใช้การกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อให้ประชาชนออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โครงการไทยเที่ยวไทย โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น ซึ่งอยู่ภายใต้แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นการท่องเที่ยวที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้

สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ยังคงรักษาจุดเด่นด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 6 แผนย่อย หนึ่งในนั้นคือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ที่มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่ตอบสนองพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) อีกทั้งปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนและมีความหลากหลายมากขึ้น Economic Intelligence Center สำรวจผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยว พบว่าเทรนด์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความหลากหลาย และมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง เช่น สายสุขภาพและเวลเนส สายแอดเวนเจอร์ สายท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น (Market Plus, 2022) นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรม ยังมีนโยบายในการพัฒนาเมืองต้นแบบด้านศิลปวัฒนธรรม ซึ่งพื้นที่ที่ถูกเลือกคือ จังหวัดสงขลา (มติชนออนไลน์, 2565)

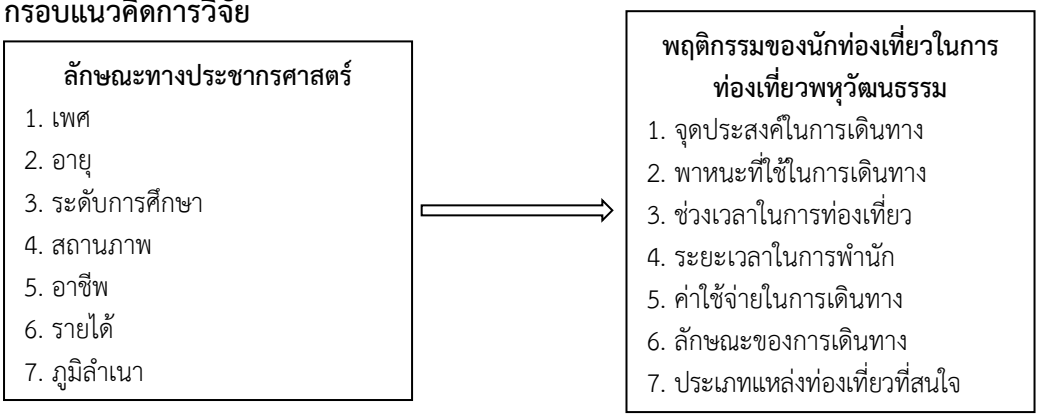
จังหวัดสงขลามีความน่าสนใจ และจุดเด่นในด้านวัฒนธรรม ทั้งสถาปัตยกรรม อาหาร ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต เป็นต้น มีการดำเนินชีวิตร่วมกันระหว่างชาวไทยเชื้อสายจีน มุสลิม และพุทธ จึงถือว่าเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม ที่ผ่านมาจังหวัดสงขลาได้พยายามผลักดัน และได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการพัฒนาเพื่อนำสงขลาสู่เมืองมรดกโลก โดยการดึงจุดเด่นข้างต้นมาใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป รวมถึงการสนับสนุนและส่งเสริมจากทุกภาคส่วนเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดเป็นแนวทางในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับการพัฒนาการเป็นเมืองมรดกโลกเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามศัพท์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้เมื่อมีการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาในการพำนัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ในช่วงเวลาเดือนพฤศจิกายน และธันวาคม 2565

การท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม หมายถึง นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางสังคม และวัฒนธรรม ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางศาสนา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณีวัฒนธรรม อาหารการกิน และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่แสดงความเป็นพหุวัฒนธรรมในอำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวคือกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อเป็นการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมนั้น ๆ ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ราณี อิสิชัยกุล, 2557)

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน เที่ยวชม เพลิดเพลิน หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่มิใช่การประกอบอาชีพ (ฉันทัช วรรณถนอม, 2552)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักอาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางด้วยการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา (ธุรกิจ) การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น (ฐิรชญา มณีเนตร, 2552)

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO, 2015) ได้นิยามว่าการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552) คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางใกล้หรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิม หรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือน และใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั่น ซึ่ง ณ ที่นั่นมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

ในงานนี้จึงหมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน และได้รับความเพลิดเพลินจากสถานที่ต่าง ๆ ทางพหุวัฒนธรรมของอำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เนื่องจากทั้ง 3 อำเภอเป็นพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การคมนาคมขนส่ง และการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลตัดสินใจในการซื้อบริการ วิธีการซื้อ และวิธีการใช้บริการนั้น จากกระบวนการตลาด ตลอดจนปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น สถานภาพของบุคคล ครอบครัว ซึ่งส่งผลให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2556) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง (ชวัลนุช อุทยาน, 2554) ปัจจัยกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป สรุปได้ 13 ประการ ดังนี้ 1) ความเจริญทางเศรษฐกิจ 2) การเพิ่มขึ้นของรายได้ที่ใช้จ่าย 3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 4) รสนิยมของประชาชน 5) ลัทธิเอาอย่าง 6) การกระจายตัวของประชากร 7) เวลาว่าง 8) การพัฒนาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยว 9) ฤดูกาล 10) การศึกษา 11) สื่อมวลชน 12) การตลาดท่องเที่ยว และ 13) นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล (เลิศพร ภาระสกุล, 2553)

กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยจากสถานการณ์ COVID - 19 ในปี พ.ศ. 2564 เพื่อทราบถึงข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อเป็นข้อมูลเพื่อการวางแผนส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป คือรูปแบบการเดินทาง การเลือกจุดหมายปลายทางที่ใกล้ขึ้น ระยะเวลาการท่องเที่ยว จำนวนวันเดินทาง (ไม่ค้างคืน) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง งบประมาณที่ใช้ ภาพรวมของการใช้จ่ายที่ลดลง แต่มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น หรือค่าใช้จ่ายที่ต้องระมัดระวังมากขึ้น เช่น เลือกร้านอาหารที่มีคุณภาพดี มีมาตรฐาน (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว, 2565)

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมาปรับใช้ ได้แก่ 1) จุดประสงค์ในการเดินทาง 2) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 3) ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง 4) ระยะเวลาในการพำนัก 5) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 6) ลักษณะของการเดินทาง และ 7) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม

ทุกภาคส่วนของสังคมไทยล้วนเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นชาติพันธุ์ ความเชื่อ ศาสนา ภาษา รูปแบบวิถีชีวิต และวัฒนธรรมต่าง ๆ รวมถึงการปฏิบัติต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันที่ล้วนมีความหลากหลาย กล่าวได้ว่านี่คือสังคมแห่งความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มีความสวยงามสังคมหนึ่งของโลก จะเห็นได้ว่าการใช้ชีวิตของคนไทยอยู่ภายใต้วัฒนธรรมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ พร้อมกันนั้นก็มีการปรับแต่งผสมผสานความหลากหลายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างลงตัวทำให้เกิดความเป็นพหุวัฒนธรรมขึ้น แต่ทุกคนก็ยังสามารถอาศัยอยู่ร่วมกันในสังคมไทยได้อย่างมีความสุข (สิทธิโชค ปาณะศรี และคณะ,

2561) คำว่า แนวคิดพหุวัฒนธรรม หรือ “พหุนิยมทางวัฒนธรรม” (Cultural Pluralism) เป็นคำศัพท์ที่อธิบายถึงการดำรงอยู่ร่วมกันของวัฒนธรรมที่หลากหลายในท้องถิ่นหนึ่ง โดยปราศจากการครอบงำทางวัฒนธรรม พหุวัฒนธรรมพยายามที่จะก้าวข้ามผ่านเชื้อชาตินิยม เพศนิยม และการแบ่งแยกและกีดกันในรูปแบบต่าง ๆ (The Columbia Encyclopedia, 2001) สรุปได้ว่า พหุวัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะความหลากหลายทางสังคม ที่สามารถอยู่ร่วมกันภายใต้วัฒนธรรมที่หลากหลายในท้องถิ่น อาจจะมีการใช้ภาษาตามบริบทของชุมชน การปฏิบัติตามหลักการศาสนา การจัดการความสัมพันธ์ในครอบครัวและท้องถิ่นด้วยวิธีของตนเอง และการรักษาธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จากจำนวน 4,420,558 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) โดยใช้สูตรทาโร่ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกพื้นที่ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) พื้นที่ 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา ซึ่งเป็นพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การคมนาคมขนส่ง และการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ หรือตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม (ลักษณะประชากรศาสตร์) และส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือกให้เลือกตอบ (Check List)

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความเหมาะสมของข้อคำถาม ความชัดเจนของภาษา และรูปแบบของแบบสอบถาม เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามคำแนะนำ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบความเชื่อมั่น หรือความเที่ยงตรงก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง (Try Out) โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทดลองที่คล้ายคลึงกับประชากรที่จะทำการศึกษาจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น หรือความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ 0.988 จากนั้นผู้วิจัยจึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Means) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) วิเคราะห์

ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi–Square Test) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลการวิจัย เรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบคำถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.50 มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี ร้อยละ 39.75 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 60.75 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 46.50 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 45.75 โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ร้อยละ 66.25 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 37.65 เลือกเดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 48.00 ส่วนใหญ่เลือกวันเสาร์-อาทิตย์เป็นช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 55.75 มีระยะเวลาในการพำนักไม่เกิน 2 วัน ร้อยละ 64.75 มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วงต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 59.75 นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 47.25 โดยส่วนใหญ่เลือกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตชุมชน (ตลาดน้ำ ย่านเมืองเก่า) ร้อยละ 46.51 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	138	34.50
	หญิง	262	65.50
2. อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	83	20.75
	20-39 ปี	159	39.75
	40-59 ปี	158	39.50
3. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	147	36.75
	ปริญญาตรี	243	60.75
	ปริญญาโท	10	2.50
4. สถานภาพ	โสด	224	56.0
	สมรส	163	40.8
	แยกกันอยู่	13	3.3
6. รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน15,000บาท	183	45.8
	15,001-25,000บาท	96	24.0
	25,001-35,000บาท	99	24.8
	35,001บาทขึ้นไป	22	5.5

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย		จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	ภาคกลาง	43	10.8
	ภาคเหนือ	23	5.8
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	38	9.5
	ภาคตะวันออก	31	7.8
	ภาคใต้	265	66.3
8. จุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	291	37.65
	เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	74	9.57
	เพื่อศึกษาในเรื่องศิลปวัฒนธรรมประเพณี	74	9.57
	เพื่อรับประทานอาหารท้องถิ่น	131	16.95
	เพื่อประชุมสัมมนา/ศึกษาดูงาน	44	5.69
9. พาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	181	45.25
	เครื่องบิน	192	48.00
	รถโดยสารสาธารณะ	16	4.00
	รถบัสนำเที่ยว	4	1.00
	รถไฟ	7	1.75
10. ช่วงเวลาในการเดินทาง	วันจันทร์-วันศุกร์	131	32.75
	วันเสาร์-วันอาทิตย์	223	55.75
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	46	11.50
11. ระยะเวลาในการพำนักในการเดินทาง	ไม่เกิน 2 วัน	259	64.75
	3-4 วัน	141	35.25
12. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 บาท	239	59.75
	3,001-5,000 บาท	81	20.25
	5,001-7,000 บาท	61	15.25
	7,001 บาทขึ้นไป	19	4.75
13. ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว	เดินทางคนเดียว	21	5.25
	เดินทางกับคนรัก/ครอบครัว/ญาติ	185	46.25
	เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	189	47.25
	เดินทางกับบริษัท/หน่วยงาน	5	1.25
14. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เลือกท่องเที่ยว	วัด ศาลเจ้า มัสยิด	153	21.37
	พิพิธภัณฑ์	100	13.97
	งานเทศกาล ประเพณี	130	18.16
	วิถีชุมชน (ตลาดน้ำ ย่านเมืองเก่า)	333	46.51

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย						
		เพศ	**อายุ**	**การศึกษา**	**สถานภาพ**	**อาชีพ**	**รายได้**	**ภูมิลำเนา**
1. จุดประสงค์ในการเดินทาง	x^2	211.633	175.065	236.241	115.441	318.465	434.413	177.421
	Sig.	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
2. พาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทาง	x^2	2.635	48.312	36.775	16.082	44.116	9.283	85.014
	Sig.	*0.621*	0.000*	0.000*	0.041*	0.000*	*0.679*	0.000*
3. ช่วงเวลาที่เลือกเดินทาง	x^2	135.846	134.983	122.201	154.081	206.484	211.816	54.699
	Sig.	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
4. ระยะเวลาในการพำนัก	x^2	41.768	89.326	71.407	114.838	127.860	116.909	61.890
	Sig.	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้ง	x^2	21.799	152.755	64.685	164.988	283.918	270.941	143.367
	Sig.	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
6. ลักษณะของการเดินทาง	x^2	51.541	58.512	7.708	56.937	81.306	126.401	40.365
	Sig.	0.000*	0.000*	*0.260*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
7. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	x^2	95.354	154.340	41.775	112.485	486.832	182.400	113.541
	Sig.	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
ภาพรวม		**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**	**สัมพันธ์**

จากตาราง สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ในภาพรวม พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ยกเว้นในด้านการเดินทางที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาในทุกด้าน

การศึกษาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ยกเว้นในด้านลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สถานภาพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาในทุกด้าน

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาในทุกด้าน

รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ยกเว้นในด้านพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาในทุกด้าน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยส่วนมากเดินทางมากับเครื่องบิน และมักเดินทางในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ มีระยะเวลาในการพำนักไม่เกินสองวัน สำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยมากจะต่ำกว่า 3,000 บาท โดยเลือกเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน และเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชุมชน เช่น ตลาดน้ำ และย่านเมืองเก่า ผลการวิจัยสอดคล้องกับของจินตนา สุริยะศรี (2564) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และงานวิจัยของพิสมัย จัตุรัส (2565) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเลือกเดินทางในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์เป็นหลัก มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเที่ยวต่ำกว่า 3,000 บาท และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิระพงศ์ เรืองกุน (2565) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา พบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่เกิน 2,000 บาท และมักเดินทางมากันเป็นกลุ่มเพื่อน สำหรับระยะเวลาในการพำนักมีผลการศึกษาสอดคล้องกับงานของพิสมัย จัตุรัส (เรื่องเดิม) โดยพบว่าส่วนมากไม่เกินสองวัน ส่วนพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2564) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวโดยมากเลือกการเดินทางกับเครื่องบินและเดินทางกับกลุ่มเพื่อน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรีของวิจิตรา บุญแล (2563) และงานวิจัยของพิศมัย จัตุรัส (เรื่องเดิม) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากชอบเที่ยวชมและอยากสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน

2) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในภาพรวมข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขนิษฐา แจ้งประจักษ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาสามชุกตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของเกศินี โพธิ์เพชร สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2563) ที่ศึกษา

เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ ที่อยู่อาศัย (ทวีป) การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญา ลงฉิม (2562) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการวิจัยสามารถนำข้อมูลไปใช้สำหรับการวางแผนในการจัดกิจกรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม รวมถึงการพัฒนาหรือปรับรูปแบบการให้บริการที่ตรงกับจุดที่เป็นปัญหาและสร้างความยุ่งยาก (Gain Point) โดยมีการคิดและหาทางออก (Pain Point) ซึ่งจะถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญในการสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวให้เกิดคุณค่าใหม่ ๆ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการกิจการในพื้นที่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา และเทศบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แท้จริง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการเชิงลึกของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะในเรื่องการสร้างสรรค์จังหวัดสงขลาเพื่อพัฒนาให้เป็นเมืองมรดกโลก

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1-Q4 ปี 2562 (ภาคใต้)**. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/news/category/618.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). **แผนปฏิบัติราชการรายปี 2565**. สืบค้นจาก https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20220610151812.pdf.

กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว. (2565). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์ COVID-19**. สืบค้นจาก https://www.tatreviewmagazine.com/article/thai-travel-behavior-in-covidmosphere/”

กุลวรา สุวรรณพิมล. (2556). **หลักการมัคคุเทศก์**. กรุงเทพมหานคร: แสงดาว.

เกศินี โพธิ์เพชร สุพิศ ฤทธิ์แก้ว และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช. **วารสารวิทยาการจัดการ.** 37(2), 110-136.

ขนิษฐา แจ้งประจักษ์. (2554). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาสามชุกตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 7(3), 113-128.

จินตนา สุริยะศรี. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. **วารสารวิทยาการจัดการ**, 3(3), 67-83.

จิระพงศ์ เรืองกุน พิชาพัทธ์ งามสิน และปกรณ์ โอภาสวิทยารักษ์. (2565). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา. **วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์,** 3(1), 39-50.

ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). **อุตสาหกรรมการทองเที่ยว.** กรุงเทพฯ: สามลดา.

ชวัลนุช อุทยาน (2564). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** สืบค้นจากhttps://touristbehaviour.wordpress.com

ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). **ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปรัชญา หลงฉิม. (2562). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. บทความวิชาการค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิสมัย จัตุรัตน์. (2565). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 16(2), 50-64.

มติชนออนไลน์. (2565). **เมืองเก่าสงขลา เมืองต้นแบบด้านศิลปวัฒนธรรม.** สืบค้นจาก https://mgronline.com/travel/detail/9650000085670.

ราณี อิสิชัยกุล. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เลิศพร ภาระสกุล. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจิตรา บุญแล. (2563). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี. **Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences**, 4(1), 192-201.

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). **คำนิยามของการท่องเที่ยว.** สืบค้นจากhttp://www.tourism.go.th/.

สิทธิโชค ปาณะศรี และคณะ. (2561). พหุวัฒนธรรมในมุมมองของปรัชญาหลังนวยุค. **วารสารเซนต์จอห์น**, 21(28), 31-46.

Market Plus. (2022). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย**. สืบค้นจาก https://www.marketplus.in.th/content/detail.php?id=15187.

The Columbia Encyclopedia, **Sixth Edition**. 2001-05 Columbia University Press. Retrieved from http://www.bartleby.com/65/mu/multicultural.html.

UNWTO. (2015). **Tourism Towards 2030**: Global Overview. Spain: World Tourism Organization.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Wassana Khwantongyim **Highest Education:** Ph.D. (Student) Tourism and Hotel Management **University or Agency:** College of Management, University of Phayao. **Field of Expertise:** Tourism and Hotel Management, **Address:** Wave Place Building, 8th Floor, Pathum Wan District, Bangkok
	Name and Surname: Assoc. Prof. Chawalee Na Thalang **Highest Education**: Master of Arts (History) **University or Agency:** College of Management, University of Phayao. **Field of Expertise:** Tourism and Hotel Management **Address:** Wave Place Building, 8th Floor, Pathum Wan District, Bangkok
	Name and Surname: Assoc. Prof. Dr. Seri Wongmontha **Highest Education:** Ph.D. (Journalism) **University or Agency:** College of Management, University of Phayao. **Field of Expertise:** Tourism and Hotel Management **Address:** Wave Place Building, 8th Floor, Pathum Wan District, Bangkok

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน ปี พ.ศ. 2566

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร

THAI TOURISTS' BEHAVIOR AND CULTURAL TOURISM TRAVEL DECISION BASED ON CULTURAL IDENTITY OF YASOTHON PROVINCE

พูนทรัพย์ เศษศรี[1] ชวลีย์ ณ ถลาง[2] เสรี วงษ์มณฑา[3] และสุทธินันทน์ พรหมสุวรรณ[4]
Poonsup Setsri[1] Chawalee Na Thalang[2] Seri Wongmontha[3] and Suthinan Pomsuwan[4]

[1]นิสิตหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
[2,3] รองศาสตราจารย์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
[4]รองศาสตราจารย์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
[1] Ph.D. (Candidate), Tourism and Hotel Management, University of Phayao
[2,3] Associate Professor, Tourism and Hotel Management, University of Phayao
[4]Associate Professor, The Graduate School of Bangkok University, Bangkok University
E-mail: [1]poonsub.sa@ssru.ac.th [2] chawaree.na@up.ac.th [3] seri.wo@up.ac.th [4]suthinan.p@bu.ac.th

Received January 20,2023
Revised March 15,2023
Accepted April 01,2023

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และ 2) ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร หรือเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร จำนวน 400 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ Chi-Square, t-test, F-test หรือ ANOVA กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด และภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน ช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธรคือวันเสาร์และวันอาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางมาจังหวัดยโสธร 1 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยเลือก

ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด เลือกพักในที่พักประเภทโรงแรมและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the relationship between tourism behavior of Thai tourists and personal factors when traveling to the Yasothon province, 2) to compare travel decisions for cultural tourism according to the identity of the Yasothon province classified by personal factors. A quantitative research method was used in this study. The population included Thai tourists who were travelling in or had been to Yasothon. Data were collected through questionnaires done by 400 participants who were selected by convenience sampling. Descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used. Inferential statistics including Chi-Square, t-test, and F-test (ANOVA) were used for hypothesis testing, with the designated significance value of 0.05.

The results of the study were as follows. Most of the participants were female, aged between 20 and 30 years old. Most of them were undergraduate students and their average income was less than 15,000 bath a month. Most of them were single and their hometown was in the Central region. They traveled to Yasothon for pleasure, and they spent two days in the province, typically on the weekend. They traveled to the province once a year and spent more than 3,001 baht per trip. They also traveled with their family members or relatives. They went to temples, stayed at a hotel, and

traveled by car. Most of the participants traveled to Yasothon for cultural tourism according to the identity of the province.

Keywords

Tourism Behavior, Travel Decision, Cultural Tourism, Cultural Identity of Yasothon Province

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นถึง 188.1 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 7.2 แสนล้านบาท ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงมีแรงขับเคลื่อน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวระยะใกล้ หรือการท่องเที่ยวเมืองรองที่เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการหลีกเลี่ยงความแออัดของเมืองหลักทางการท่องเที่ยว และมองหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ภายใต้ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมองถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในจังหวัดเมืองรองเมื่อเทียบกับเมืองหลักทางการท่องเที่ยว เพราะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองรองที่ต่ำกว่าการท่องเที่ยวในเมืองหลัก อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่เกิดขึ้นและยังคงต้องระมัดระวังสุขภาพของตัวเอง (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2565) ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองรองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีความโดดเด่นด้านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ กับชีวิต

ทั้งนี้ จังหวัดยโสธรถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่จัดอยู่ในจังหวัดเมืองรองของการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากภายในจังหวัดมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะไปศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร ได้แก่ วัดมหาธาตุ ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า พิพิธภัณฑ์พญาคันคาก ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองยโสธร พระธาตุก่องข้าวน้อย แหล่งโบราณสถานประวัติศาสตร์บ้านสงเปือย และประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนยโสธร คือ บุญบั้งไฟ ที่มีเรื่องเล่าและตำนานการเกิดประเพณีบุญบั้งไฟที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในจังหวัดยโสธร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2561) ซึ่งแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีดังกล่าว เนื่องจากงานประเพณีบุญบั้งไฟมีการแสดงศิลปะและวัฒนธรรมผ่านขบวนแห่บั้งไฟและตัวของบั้งไฟที่มีเอกลักษณ์และมีความสวยงามของศิลปะการตกแต่งลวดลายบนตัวของบั้งไฟและขบวนแห่บั้งไฟที่มีการฟ้อนรำด้วยท่ารำที่สวยงามผ่านดนตรีเฉพาะตามแบบฉบับของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) สอดคล้องกับงานวิจัยของบุณฑริกา หวังล้อมกลาง และโอชัญญา บัวธรรม (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมพื้นบ้านอีสาน: ร้อยเรื่องเมืองยโสธร พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมพื้นบ้านอีสานในจังหวัดยโสธรที่สะท้อนถึง วัฒนธรรม ความเชื่อ ตำนาน ได้แก่ ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า พระธาตุอานนท์ พระธาตุเก่าแก่ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในชุมชน ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจังหวัดยโสธร พิพิธภัณฑ์พญาคันคาก ประเพณีบุญบั้งไฟและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพิชญ์

วิชญวรนันท์ (2563) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรพบว่า การพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรต้องพัฒนาศักยภาพของแหล่งเที่ยวของจังหวัดยโสธรที่มีลักษณะเฉพาะและมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น เช่น พิพิธภัณฑ์วิมานพญาแถน ธาตุก่องข้าวน้อย ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า รวมทั้งของฝากของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ ข้าวเม่าสูตรโบราณ หมอนขิด ผ้าไหม ปลาส้ม และลอดช่อง และประเพณีบุญบั้งไฟที่มีชื่อเสียงติดอันดับ 1 ใน 5 ของงานประเพณีโลก เพื่อใช้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดยโสธร ทั้งนี้การศึกษางานวิจัยในพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว แต่ยังขาดการศึกษาวิจัยในเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ

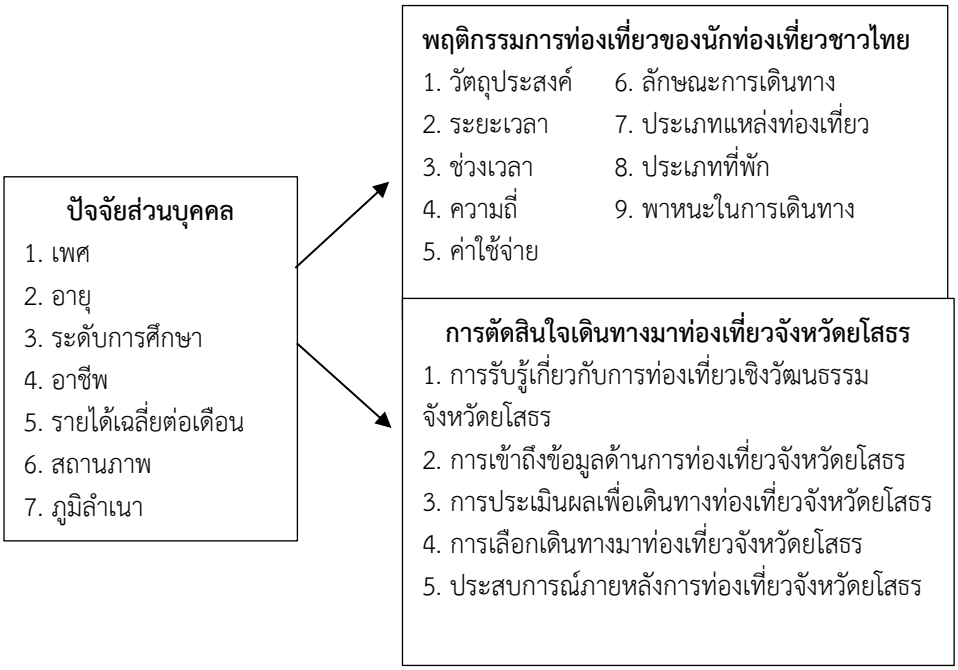
จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาปรับใช้กับการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เกิดความโดดเด่นและตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และยังสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรได้รับความนิยมมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร

2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร หรือนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ของจังหวัดยโสธร

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ภูมิลำเนา

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร หมายถึง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พักที่เลือกพัก และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดยโสธร ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร การประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดยโสธร และประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมและสัมผัสวัฒนธรรมที่มีอยู่ในจังหวัดยโสธรตามอัตลักษณ์ของจังหวัด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี สินค้าหัตถกรรมที่มาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ อาหารท้องถิ่น ศิลปะ และดนตรีท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของจังหวัดในอดีต รวมถึงการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นภายใต้การสืบทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร ได้แก่ วัดมหาธาตุ ชุมชนย่านเมืองเก่าบ้านสิงห์ท่า พิพิธภัณฑ์พญาคันคาก ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองยโสธร พระธาตุก่องข้าวน้อย แหล่งโบราณสถานประวัติศาสตร์บ้านสงเปือย ประเพณีบุญบั้งไฟ และประเพณีแห่มาลัยข้าวตอก

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ มาใช้ประกอบการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นมาของบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ทั้งนี้จะมีผลต่อลักษณะพฤติกรรมของการแสดงออกที่แตกต่างกันตามสาเหตุที่มาจากความแตกต่าง

ด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์และศุภร เสรีรัตน์ (2546) ที่ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ และการศึกษา ที่มีความแตกต่างกันจะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการบริโภคที่ต่างกันหรือไม่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับตัวปัจจัยอื่น ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ทั้งนี้ลักษณะประชากรศาสตร์ยังสามารถใช้ในการแบ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนการตลาดเพื่อวัดความสำคัญของประชากรที่จะช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมา ว่าพัฒนวงศ์ (2556) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะปัจจัยพื้นฐานของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนาซึ่งจะนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ของบุคคลเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แต่ละบุคคลต้องการ

จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการวางตัวแปรสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และภูมิลำเนาที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีนักวิชาการคำนิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ หรือการประกอบอาชีพ รวมถึงการนำเสนอโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถานซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของชุมชน ศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงความรุ่งเรือง มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิต และสภาพแวดล้อมในแต่ละยุคแต่ละสมัยที่ถูกถ่ายทอดและส่งต่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงประวัติความเป็นมา ความศรัทธา และมุมมองความคิดของคนในอดีตเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และชื่นชม (สมเกียรติ ชัยพิบูลย์, 2551; ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา, 2564) ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่จะมีคุณลักษณะทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากวัฒนธรรมดั้งเดิม คุณค่าของสังคมจึงทำให้แต่ละพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ Howell, D.W. (1993) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ซึมซับและมองเห็นวิถีชีวิตของสังคมในอดีตที่ผ่านมา ภายใต้สถาปัตยกรรม หัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการประกอบอาชีพ และการแต่งกายของคนในชุมชนนั้น ๆ จากแนวคิดผู้วิจัยได้นำมาใช้มาเป็นแนวทางในการเขียนกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรด้านการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธร โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัด โบสถ์ โบราณสถาน สถาปัตยกรรม หัตถกรรม เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม (Kotler, P., 1997) ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันโดยใช้หลักแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจ

กระบวนการทั้งหมดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจ การตลาดและค่านิยม แรงจูงใจ ความคิดในตนเอง ความคาดหวัง ทัศนคติ การรับรู้ ความพึงพอใจ การไว้ใจและความภักดี (Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M., 2014) นอกจากนี้นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวยังได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว โดยเน้นการศึกษาเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับ สุกัญญา พวกสนิท และประสพชัย พสุนันท์ (2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์–อาทิตย์) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในวันเดียว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์ ความถี่ในการท่องเที่ยว คือ 1–2 ครั้งต่อปี และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ 2,001–3,000 บาท และสอดคล้องกับพิศมัย จัตุรัตน์ (2565) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน เดินทางในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือน เลือกใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว และใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่ำกว่า 2,000 บาท เลือกท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ ทั้งนี้การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการวางแผนการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการวางตัวแปรสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องนำมาใช้ในการพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ 1) การตระหนักหรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition) ซึ่งจะเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน หรืออาจเกิดจากความรู้สึกเครียด การอ่อนล้าจากที่ทำงาน และเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณาตามช่องทางต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวทำการสืบค้นอยู่ โดยสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกที่เกิดขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อปลดปล่อยจากความเครียดหรือปัญหาต่าง ๆ ที่ได้รับ 2) การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Information Search) ซึ่งแหล่งข้อมูลที่สำหรับการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการสามารถหาได้ทั้งแหล่งข้อมูลภายในที่นักท่องเที่ยวรู้จักและจดจำไว้ในใจหรืออาจจะเคยมีประสบการณ์มาแล้ว และแหล่งข้อมูลภายนอกซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะได้มาจากอินเทอร์เน็ต นิตยสารท่องเที่ยว ป้ายโฆษณาต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยว หรืออาจจะมาจากการบอกเล่าจากครอบครัว

ญาติพี่น้อง เพื่อนหรือคนที่รู้จัก ซึ่งแหล่งข้อมูลเหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อนักท่องเที่ยวได้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวครบตามที่ต้องการแล้ว นักท่องเที่ยวก็จะระบุสินค้าและบริการนั้น ๆ ทำการเลือกตามเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้ อาจจะมองในเรื่องของราคา ช่วงเวลาในการเดินทาง จำนวนวันที่จะท่องเที่ยว อาหารสำหรับการเดินทาง เป็นต้น 4) การตัดสินใจซื้อหรือการตัดสินในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ (Decision Making) ซึ่งจะเกิดขึ้นภายหลังจากการประเมินทางเลือกเสร็จแล้วและทราบถึงสินค้าและบริการที่เลือกไว้คืออะไร 5) พฤติกรรมภายหลังการเดินทางแล้ว (Post-Purchase Behavior) ซึ่งถือเป็นสิ่งสุดท้ายที่จะตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้นั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด หรือว่าไม่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด ซึ่งจะมีผลต่อสินค้าและบริการนั้น ๆ ในการดำเนินการต่อไป ดังนั้นประสบการณ์ที่ได้รับของนักท่องเที่ยวภายหลังการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว หรือการบริการ หรือสินค้า จึงมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัณณ์จิรภา ธนาชัยกุลวัฒน์และศรัญญา กันตะบุตร (2563) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในการเลือกท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุในเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมี 5 ขั้นตอน คือ 1) การยอมรับความต้องการ พบว่า การรับรู้จากรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนเชียงใหม่เป็นตัวกระตุ้นทำให้ต้องการท่องเที่ยว 2) การแสวงหาทางเลือก พบว่า ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์เป็นตัวกระตุ้นทำให้เลือกเดินทาง 3) การประเมินทางเลือก พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่เป็นตัวดึงดูดทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว 4) การตัดสินใจซื้อ พบว่า การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกิดจากตนเองเลือกเองและจัดการทุกอย่างเอง และ 5) พฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร การประเมินผลเพื่อเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และประสบการณ์ภายหลังการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร จำนวน 158,491 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยโสธร, 2562) กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรและเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Yamane, T. (1973) และผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งการสร้างเครื่องมือสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสาร ตำรา และ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียวใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย คำถามจะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียวใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และส่วนที่ 3 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของจังหวัดยโสธร คำถามจะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียวใช้มาตราวัดอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบ Rating ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach 's Alpha Coefficient:α) แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น = 0.98

การเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎี หนังสือ บทความ แนวความคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสืบค้นจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อประกอบการทำวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลได้ซึ่งนำมาสร้างแบบสอบถาม และ 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยจะวางแผนการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ตามสูตรที่กำหนดไว้ โดยใช้เครื่องมือที่ออกแบบไว้และได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) เรียบร้อยและสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์โดย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ Chi-Square, t-test ,F-test หรือ ANOVA

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.70) มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 35.30) โดยมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.70) มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา (ร้อยละ 39.30) รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 50.20) สถานภาพโสด (ร้อยละ 77.50) และภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ภาคกลาง (ร้อยละ 47.00)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรพบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ

38.90) โดยมีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน (ร้อยละ 39.30) ซึ่งช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธร คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ (ร้อยละ 47.50) มีความถี่ในการเดินทางมาที่จังหวัดยโสธร 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 84.30) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท (ร้อยละ 37.30) ซึ่งจะเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 64.50) โดยเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด (ร้อยละ 25.20) และเลือกพักในที่พักประเภทโรงแรม (ร้อยละ 51.00) ทั้งนี้เดินทางด้วยพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 75.00)

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร ผลการศึกษาวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

n=400

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร	ระดับความสำคัญ		
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร	4.21	0.68	มากที่สุด
2. การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	4.09	0.71	มาก
3. การประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	4.07	0.68	มาก
4. การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	4.15	0.70	มาก
5. ประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	3.09	0.70	ปานกลาง
โดยรวม	**3.92**	**0.59**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ = 3.92, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{x}$ = 4.21, S.D. = 0.68) รองลงมาเป็นการตัดสินใจจากการเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ = 4.15, S.D. = 0.70) การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ = 4.09, S.D. = 0.71) และการประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$ = 4.07, S.D. = 0.68) ในส่วนของการตัดสินใจจากประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.09, S.D. = 0.70)

ตารางที่ 2 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย		ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย						
		เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	สถานภาพ	ภูมิลำเนา
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	χ^2	13.343	41.361	32.748	36967	29.662	29.849	57.571
	Sig.	0.020*	0.021*	0.005*	0.058	0.013*	0.001*	0.000*
2. ระยะเวลาในการเดินทางแต่ละครั้ง	χ^2	12.835	40.366	29.548	78.388	7.489	22.143	64.775
	Sig.	0.005*	0.000*	0.001*	0.000*	0.586	0.001*	0.000*
3. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	χ^2	0.862	13.816	5.510	24.442	9.569	5.786	20.723
	Sig.	0.650	0.182	0.480	0.007*	0.144	0.216	0.023*
4. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	χ^2	14.923	27.599	35.498	84.954	3.095	8.461	50.040
	Sig.	0.001*	0.002*	0.000*	0.000*	0.797	0.076	0.000*
5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	χ^2	13.839	34.795	35.055	98.026	43.294	14.363	22.904
	Sig.	0.003*	0.003*	0.000*	0.000*	0.000*	0.026*	0.086
6. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	χ^2	21.171	25.125	44.873	21.607	41.320	21.062	27.959
	Sig.	0.000*	0.048*	0.000*	0.119	0.000*	0.002*	0.022*
7. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว	χ^2	1.662	70.672	32.530	96.135	48.618	19.637	52.328
	Sig.	0.894	0.000*	0.005*	0.000*	0.000*	0.033*	0.001*
8. ประเภทของที่พัก	χ^2	19.681	39.345	18.498	31.189	28.955	11.685	51.594
	Sig.	0.000*	0.000*	0.005*	0.001*	0.000*	0.020*	0.000*
9. พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว	χ^2	12.910	38.639	15.828	30.995	17.386	21.313	79.564
	Sig.	0.005*	0.001*	0.071	0.009*	0.043*	0.002*	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก โดยจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศที่ต่างกัน อายุที่ต่างกัน การศึกษาที่ต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน สถานภาพที่ต่างกัน ภูมิลำเนาที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางแต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมา

ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก และ พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ทดสอบโดยใช้สถิติ t-test และ F-test ผลการทดสอบดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระดับการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย		การตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร					
		1. การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร	2. การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	3. การประเมินผลเพื่อเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	4. การเลือกที่จะเดินทางจังหวัดยโสธร	5. ประสบกาณณ์ภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร	โดยรวม
1. เพศ	t	4.510	2.603	3.669	4.825	0.889	**3.862**
	Sig.	0.000*	0.010*	0.000*	0.000*	0.375	**0.000***
2. อายุ	F	0.705	1.291	1.474	0.537	3.132	**1.107**
	Sig.	0.620	0.267	0.197	0.748	0.009*	**0.356**
3. ระดับการศึกษา	F	0.960	1.692	3.724	1.856	1.500	**2.057**
	Sig.	0.412	0.168	0.012*	0.136	0.214	**0.105**
4. อาชีพ	F	1.132	3.314	1.812	0.428	1.125	**1.246**
	Sig.	0.343	0.006*	0.109	0.829	0.346	**0.287**
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F	2.123	0.643	1.953	1.489	1.288	**1.487**
	Sig.	0.097	0.588	0.121	0.217	0.278	**0.218**
6. สถานภาพ	F	0.859	2.717	1.371	1.082	0.304	**1.512**
	Sig.	0.424	0.067	0.255	0.340	0.738	**0.222**
7. ภูมิลำเนา	F	0.890	1.381	0.558	0.997	0.634	**0.464**
	Sig.	0.488	0.231	0.736	0.419	0.674	**0.803**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก ทั้งนี้มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกัน อย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก จากผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า เพศชายกับเพศหญิงมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนาต่างกัน ไม่ได้ผลต่อการตัดสินในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร ดังนั้นในการจัดการท่องเที่ยวจะต้องเน้นวิธีการที่จะทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดยโสธรที่มีวิธีการเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร วิธีที่จะทำให้เกิดการประเมินผลเพื่อเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร วิธีการเลือกที่จะเดินทางไปจังหวัดยโสธร และประสบการณ์ภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรที่ตรงกับเพศของนักท่องเที่ยวจะทำให้การตัดสินใจในเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มากขึ้น

อภิปรายผล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-30 ปี โดยมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.80) มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสดและภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ภาคกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพงศ์ พัดชา ชวาลศักดิ์ เพชรจันทร์ฉายและชฎามาศ ขาวสะอาด (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่กลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจวรรณ ขวัญมา (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวลัญช์ วิวรรธน์นิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน ซึ่งช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธรคือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ มีความถี่ในการเดินทางมาจังหวัดยโสธร 1 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ซึ่งจะเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด และเลือกพักในที่พักประเภทโรงแรม ทั้งนี้เดินทางด้วยพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา พวกสนิท และประสพชัย พสุนนท์ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรามีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์ – วันอาทิตย์) ระยะเวลาในการ

ท่องเที่ยวภายในวันเดียว ความถี่ในการท่องเที่ยว คือ 1–2 ครั้งต่อปี และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ 2,001–3,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นการตัดสินใจจากการเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่แล้ว การตัดสินใจจากการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และการตัดสินใจจากการประเมินผลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรซึ่งอยู่ในระดับมาก ในส่วนของการตัดสินใจจากประสบการณ์หลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพงศ์ พัดชา ชวาลศักดิ์ เพชรจันทร์ฉาย และชฎามาศ ขาวสะอาด (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่กลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวแถบชายทะเลตะวันออกของประเทศไทยเกิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของประพันธ์พงษ์ ชิณพงษ์ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญ กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญกลุ่มจังหวัดลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิตที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก ทั้งนี้มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลพลกฤต รัตน์นราทร (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

จากผลการศึกษาวิจัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดยโสธรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีข้อเสนอแนะ

ดังนี้ 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมเดินทางมาในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ เน้นการพักผ่อนร่วมกับครอบครัว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร ควรหากิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ของสมาชิกในครอบครัวและสามารถทำสำเร็จภายในระยะเวลา 2 วัน นอกจากนี้ผลวิจัยทำให้ได้รู้ว่าเพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร รวมถึงการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธรจำเป็นจะต้องจัดให้มีการให้บริการกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวที่มีการแบ่งแยกเกี่ยวกับเพศให้ชัดเจน เพื่อที่จะรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร

2. การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธรที่มีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของศิลปะ สถาปัตยกรรมและหัตถกรรม รวมถึงความเป็นกันเองของคนในชุมชนภายในจังหวัดยโสธร ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร ควรทำการส่งเสริมและพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความโด่ดเด่นเป็นที่รู้จักที่แพร่หลาย ซึ่งอาจจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันเข้ามาช่วยเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับเหตุผลและการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรในด้านต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงเกษตร การท่องเที่ยวรูปแบบเทศกาลและงานประเพณี

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันทน์ พรหมสุวรรณ ที่ให้คำแนะนำ ปรึกษา ชี้แนะวิธีการวิจัย ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้คำปรึกษาในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยพะเยาที่ให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2561). **การท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร**. สืบค้นจาก https://i-san.tourismthailand.org/1831/.

กนกพิชญ์ วิชญวรนันท์. (2563). แนวทางการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดยโสธร. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.** 9(1), 13-21.

ชลพลกฤต รัตน์นราทร. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุณฑริกา หวังล้อมกลาง และโอชัญญา บัวธรรม. (2564). เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรม

พื้นบ้านอีสาน: ร้อยเรื่องเมืองยโสธร. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.** 15(2), 168-180.

เบญจวรรณ ขวัญมา. (2564). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ.** 13(2), 125-134.

ประพันธ์พงษ์ ชิณพงษ์. (2565). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมรามัญ กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.** 16(2), 1-19.

ปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมา ว่าพัฒนวงศ์. (2556). **ดีโมพีเดีย พจนานุกรมประชากรศาสตร์พหุภาษา ฉบับปรับให้เป็นเอกภาพ (ปรับปรุงครั้งที่ 2)**. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

ปิยะพงศ์ พัดชา ชวาลศักดิ์ เพชรจันทร์ฉาย และชฎามาศ ขาวสะอาด. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ กลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก. **วารสารนวัตกรรมและการจัดการ.** 5(1), 87-102.

พิศมัย จัตุรัตน์. (2565). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.** 16(2), 50-64.

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. (2551). **หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

วรวลัญช์ วิวรรธน์นิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2565).ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม. **วารสารวิทยาลัยการจัดการวไลอลงกรณ์ปริทัศน์.** 3(1), 11-25.

วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). **แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.** สืบค้นจาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html.

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา. (2564). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน. **วารสารสมาคมนักวิจัย**. 26(1), 244-256.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2565). **จับตา ไทยเที่ยวไทยยอดพุ่งครึ่งปีหลัง คาดทั้งปีโต 161.7% สร้างรายได้ราว 7.2 แสนล้านบาท.** สืบค้นจาก https://marketeeronline.co/archives/268652.

สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2551). **การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร**. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยโสธร. **นักท่องเที่ยวและนักเดินทางชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรในปี 2562.** สืบค้นจาก https://yasothon.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=500.

สุกัญญา พวกสนิท และประสพชัย พสุนนท์. (2564). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. 12(2), 203-215.

อัณณ์จิรภา ธนาชัยกุลวัฒน์ และศรัญญา กันตะบุตร. (2563). **กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในการเลือกท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว.** การประชุมวิชาการการระดับนานาชาติและระดับชาติด้านบริหารธุรกิจและการบัญชี 2563. 118-127. สืบค้นจาก https://incbaa.kku.ac.th/img/files/articles/df768-22.d8.pdf.

Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. **Current Issuses in Tourism**, 17(10), 872-909.

Howell, D.W. (1993). **Passport: An Introduction to the Travel and Tourism Industry** (2nd ed.). Cincinnati, Ohio: South - Western Publishing Co..

Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning, implementation and control**. New Jersey:A simon & Schuster Company.

Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rdEd. New York. Harper and Row Publications.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Miss Poonsup Setsri **Highest Education: Ph.D (candidate)** **University or Agency:** College of Management, University of Phayao **Field of Expertise:** Tourism, Hospitality **Address:** 70/155 Pruksa Lite Lox Rattanathibet, Sao Thong Hin Subdistrict, Bang Yai District, Nonthaburi Province, Thailand, 11140
	Name and Surname: Associate Professor Chawalee Na Thalang **Highest Education:** Master Degree of Arts, Major History **University or Agency:** College of Management, University of Phayao **Field of Expertise:** Tourism Management, Hospitality Management, History **Address:** College of Management University of Phayao 8th Floor, Wave Place Building, No.55 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330
	Name and Surname: Associate Professor Dr. Seri Wongmontha **Highest Education:** Ph.D. (JOURNALISM) Southern Illinois, U.S.A **University or Agency:** College of Management, University of Phayao **Field of Expertise:** Tourism Management, Hospitality Management, Marketing Management, Marketing Communication **Address:** College of Management University of Phayao 8th Floor, Wave Place Building, No.55 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330
	Name and Surname: Associate Professor Dr. Suthinan Pomsuwan **Highest Education:** Ph.D. (Leadership and Human Behavior) United States International University of San Diego, U.S.A. **University or Agency:** Director of Master of Business Administration (English Program), Bangkok University **Field of Expertise:** Management, Strategic Management, Human Resource Management, Organizational Behavior, Business Administration, Hospitality Management, Tourism Management **Address:** The Graduate School of Bangkok University, Bangkok University, 9/1 Phahonyothin Road, Khlong Luang, Pathum Thani 12120

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน ปี พ.ศ. 2566

องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

COMPONENTS OF TRAVELING TO CHAO SAM PHRAYA NATIONAL MUSEUM IN THE PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

ศศิประภา บุดดี[1] จารุวรรณ ศักดิ์สมบูรณ์[2] และจุรีรัตน์ หนองหว้า[3]
Sasiprapa Buddee[1] Jaruwan Saksomboon[2] and Jureerat Nongwa[3]

[1, 2] นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
[3] อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
[1, 2] Student, Bachelor of Arts Program in Tourism Management, Faculty of Management Sciences Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage.
[3]Lecturer, Bachelor of Arts Program in Tourism Management, Faculty of Management Sciences Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage.
E-mail [1]sasiprapa.bud@vru.ac.th [2]jaruwan.sak@vru.ac.th [3]jureerat@vru.ac.th

Received January 13,2023
Revised March 28,2023
Accepted April 23,2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) เปรียบเทียบองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ทดสอบเครื่องมือโดยการตรวจค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) และค่าความเชื่อมั่น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า F-Test หรือ (Anova) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความดึงดูดใจมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ พิพิธภัณฑ์มีการจัดนิทรรศการโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินชมได้อย่างทั่วถึงและเข้าใจง่ายเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมาของโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุที่มีความเป็นมาเชื่อมโยงกัน รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวย

ความสะดวก ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุนักท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) to study the components of traveling to the Chao Sam Phraya National Museum, the Phra Nakhon Si Ayutthaya province, and 2) to compare the components of travel according to the personal factors of tourists visiting Chao Sam Phraya National Museum, the Phra Nakhon Si Ayutthaya province. The sample group was 400 Thai tourists visiting the Chao Sam Phraya National Museum in the Phra Nakhon Si Ayutthaya province. In this present study, a questionnaire with the acceptable criteria of IOC values and reliability values was used in order to gather the data. The statistics used to analyze the data were descriptive statistics including percentage, mean, standard deviation, and F-test or ANOVA. The findings showed that female students, aged 21-30 years, bachelor's degree, single status, and earn less than 15,000 baht a month were the majority of tourists in this study. The opinions on components of travel to Chao Sam Phraya National Museum in the Phra Nakhon Si Ayutthaya province, as a whole, were at a high level. When considering each aspect, it was found that the attractiveness was at the highest average score, followed by accessibility and facilities respectively. The results of the hypothesis testing showed that the age differences of tourists resulted in different opinions towards the facilities with statistically significant at the 0.05 level.

Keywords

Tourism Element, Chao Sam Phraya National Museum, Tourists

ความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่นิยมและเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ปิดให้บริการชั่วคราว ซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิต และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้เปลี่ยนแปลงไป (จิระพงศ์ เรืองกุน พิชาพัทธ์ งามสิน และปกรณ์ โอภาสวิทยารักษ์, 2565) รวมถึง

อิทธิพลของโลกาภิวัตน์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีค่านิยมและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป คือ ต้องการเรียนรู้ความดั้งเดิม (Indigenousness) หรือความเป็นของแท้ (Authenticity) ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น (นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, 2554) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงได้รับความสนใจมากขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปเพื่อสังเกต เรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วม การตระหนักคุณค่าของวัฒนธรรม รวมถึงงานสร้างสรรค์ ประเพณี ขนบธรรมเนียม กิจกรรมต่าง ๆ และพิพิธภัณฑ์ ส่งผลให้กระแสการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์มีการตื่นตัวอย่างมาก ทำให้พิพิธภัณฑ์ช่วยยกระดับประเทศให้มีฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้กับประเทศได้ (Silberberg, 1995) และกลายเป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ตอบโจทย์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษทางมรดกวัฒนธรรม (Daskalaki, 2020) และถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้รวมกว่า 1,500 แห่ง กระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาค และมีตัวเลขเติบโตอย่างต่อเนื่องจากข้อมูลจำนวนพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ของศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 หรือมากกว่า 200 แห่ง เทียบกับปี พ.ศ. 2556 หรือเมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันความสนใจของนักท่องเที่ยวกำลังเปลี่ยนไปและหันมาเที่ยวพิพิธภัณฑ์ทั้งเพื่อเป็นจุดพักผ่อนหย่อนใจ จุดท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนสำหรับเด็กและเยาวชน (บ้านเมือง, 2561) โดยเฉพาะจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดินแดนสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์ทั้งด้านประวัติศาสตร์และโบราณสถาน ที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศสนใจเข้ามาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี และเป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงเป็นอันดับ 4 ของประเทศ มีสถานที่ท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทย ทำให้องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ได้มีมติเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 ประกาศขึ้นทะเบียนอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้เป็นเมืองมรดกโลกในนามนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) โดยมีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอันทรงคุณค่าที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่สามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ จำนวน 18,859 คนต่อปี (กรมศิลปากร, 2565) เป็นพิพิธภัณฑ์ทองคำที่ใหญ่ที่สุดและดีที่สุดในประเทศไทยที่รวบรวมโบราณวัตถุล้ำค่าต่าง ๆ ไว้มากมาย มีอาคารจัดแสดงเครื่องทองโบราณสมัยกรุงศรีอยุธยามากถึง 2,244 รายการ (ศรัณยู นกแก้ว, 2565) นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่ทำหน้าที่ให้การศึกษาและถ่ายทอดความรู้ด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยายังคงต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์ และหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับความดึงดูดใจของพิพิธภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ การเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของพิพิธภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังและต้องการ

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนา

เพื่อยกระดับพิพิธภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ และมีมาตรฐานเทียบเท่าพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ รวมไปถึงเพื่อสร้างวัฒนธรรมในการเที่ยวพิพิธภัณฑ์ อันจะส่งผลต่อการเรียนรู้และเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย และนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

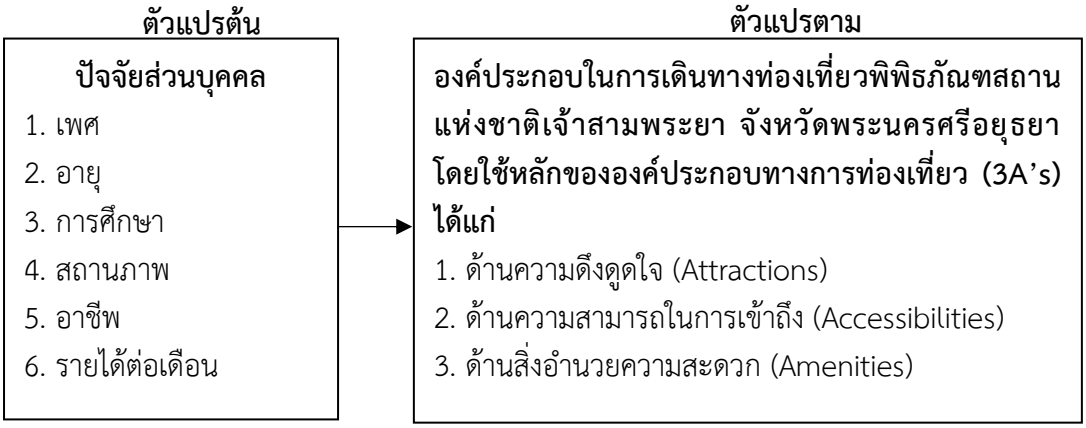
1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีตัวแปรที่เกี่ยวข้องและสามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

1. องค์ประกอบในการท่องเที่ยว (3A's) หมายถึง องค์ประกอบที่ใช้พิจารณาหรือประเมินแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยใช้องค์ประกอบทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่

1.1 ด้านความดึงดูดใจ (Attractions) หมายถึง ความน่าสนใจของการจัดแสดงโบราณวัตถุและศิลปวัตถุภายในพิพิธภัณฑสถานเจ้าสามพระยา ความสวยงามของโบราณวัตถุ

ศิลปวัตถุของพิพิธภัณฑ์ เช่น เครื่องทองจากกรุวัดราชบูรณะ พระบรมสารีริกธาตุจากวัดมหาธาตุ พระพุทธศิลาขาวสมัยทวาราวดี เป็นต้น

1.2 ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) หมายถึง ความสะดวกในการคมนาคมมายังในพิพิธภัณฑสถานเจ้าสามพระยา มีความสะดวก การเข้าชมในแต่ละห้องมีความสะดวก ป้ายบอกทางมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย ยานพาหนะมีความปลอดภัย เส้นทางการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับป้ายบอกเส้นทางท่องเที่ยวมาพิพิธภัณฑ์อย่างชัดเจน

1.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง การให้บริการข้อมูลของเจ้าหน้าที่แก่นักท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑสถานเจ้าสามพระยาแต่ละจุดบริการ มีร้านอาหารให้บริการในบริเวณพิพิธภัณฑ์ มีลานจอดรถที่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว และมีห้องน้ำที่สะอาดถูกสุขลักษณะ

2. พิพิธภัณฑสถาน หมายถึง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ตั้งอยู่ที่ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่จัดแสดงโบราณวัตถุและศิลปวัตถุที่ค้นพบในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาองค์ประกอบในการเดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้หลักขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (3A’s) ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

(Pike Steven, 2008) กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์และการนำเสนอ ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกองค์ประกอบการท่องเที่ยวมาอย่างน้อย 3 ประการ (3A’s) ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านความดึงดูดใจ (Attractions) (Dickman, 1996) กล่าวว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณและโด่งดัง โดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าจะมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจและมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น ทั้งนี้ความดึงดูดใจของพิพิธภัณฑ์อาจรวมไปถึงสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ ห้องจัดแสดงต่าง ๆ สภาพแวดล้อมโดยรวมทั้งภายในและภายนอก ค่าใช้จ่ายเข้าชม และระยะเวลาในการเข้าชมของพิพิธภัณฑ์ด้วย

2. องค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย ที่เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยว

โดยพิจารณาจากระยะทางมาสู่แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวก ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน การคมนาคมขนส่ง นอกจากนี้ยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น ทั้งนี้ความสามารถในการเข้าถึงพิพิธภัณฑ์ยังรวมถึงมัคคุเทศก์หรือนักสื่อความหมายที่จะช่วยดำเนินงานกิจกรรมภายในพิพิธภัณฑ์ที่มีปฏิสัมพันธ์แก่ผู้เข้าชม การสร้างความเพลิดเพลิน การนำเสนอข้อมูลสู่คนทุกกลุ่มแทนการจัดแสดงวัตถุที่ไม่สามารถนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาใช้ได้ด้วย

3. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีไว้บริการนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะอยู่ท่องเที่ยวนานวันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวหมายถึง สรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางของนักท่องเที่ยวให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง แล้วถือเป็นผลพลอยได้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกของพิพิธภัณฑ์ คือ การบริการต่าง ๆ จากทางบุคลากรเจ้าหน้าที่ การมีสถานที่ภายในที่เพียงพอต่อการเข้าใช้เพิ่มเติม เช่น ห้องสุขา ร้านอาหาร ที่นั่งพักผ่อน ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของพิพิธภัณฑ์ด้วย

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความดึงดูดใจ (Attractions) ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เนื่องจากมีความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมด 18,859 คนต่อปี (กรมศิลปากร, 2565) และได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัยทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) กับผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป และทดสอบความเชื่อมั่นจำนวน 30 ชุด มีค่าเท่ากับ 0.88 จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลออนไลน์ (Online) จำนวน 300 ชุด เนื่องจากระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยอยู่ในช่วงการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในสถานที่ท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา และเก็บข้อมูลในพื้นที่ (Offline) จำนวน 100 ชุดโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3. วิเคราะห์ข้อมูลข้อคำถามรูปแบบตรวจสอบรายการ โดยหาค่าความถี่แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ แบบมาตราส่วนประมาณค่าใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วย F-Test หรือ Anova โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยการแปลผลระดับความคิดเห็นตามองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้มาตรวัดของ Likert Scale 5 ระดับ และแปลค่าคะแนน คือ 4.21 – 5.00 มากที่สุด, 3.41 – 4.20 มาก, 2.61 – 3.40 ปานกลาง, 1.81 – 2.60 น้อย และ 1.00 – 1.80 น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 อายุ 21-30 ปี จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 สถานภาพโสด จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.25 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงในตารางที่ 1-4 ดังนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความดึงดูดใจ

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความดึงดูดใจ (Attractions)			
1.1 เป็นแหล่งความรู้ทางประวัติศาสตร์	4.35	0.67	มากที่สุด
1.2 ห้องจัดแสดงพระพุทธรูปประทับนั่งห้อยพระบาทปางประทานเทศนา ศิลปะทวารวดี สวยงามเหมาะสม	4.27	0.66	มากที่สุด
1.3 การออกแบบและการแบ่งโซนสำหรับการจัดนิทรรศการที่ดี เข้าใจง่าย	4.26	0.68	มากที่สุด
1.4 ห้องจัดแสดงเครื่องทองวัดมหาธาตุและห้องวัดราชบูรณะ สวยงาม เหมาะสม	4.25	0.66	มากที่สุด
1.5 ห้องจัดแสดงเศียรพระพุทธรูปสำริด เศียรพระพุทธรูปสำริด ศิลปะอู่ทอง ที่ได้จากวัดธรรมิกราชสวยงาม	4.24	0.67	มากที่สุด
1.6 ห้องจัดแสดงครุฑโขนเรือไม้จำหลักปางกรณมุทราใช้เป็นหัวเรือสมัยกรุงศรีอยุธยา สวยงาม เหมาะสม	4.23	0.68	มากที่สุด
1.7 สภาพแวดล้อมภายนอกมีความสะอาด สวยงาม	4.21	0.71	มากที่สุด
1.8 สภาพแวดล้อมภายในพิพิธภัณฑ์มีความสะอาด สวยงาม	4.21	0.71	มากที่สุด

1.9 ค่าเข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา มีความ เหมาะสม	4.20	0.72	มาก
1.10 เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงแห่งแรกในต่างจังหวัด	4.19	0.72	มาก
1.11 เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ในการใช้แสงสีในการนำเสนอให้ดูน่าสนใจ	4.19	0.71	มาก
1.12 ใช้ระยะเวลาในการเข้าชมเหมาะสม	4.18	0.70	มาก
รวม	**4.23**	**0.55**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความดึงดูดใจ (Attractions) โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นแหล่งความรู้ทางประวัติศาสตร์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.35, S.D. = 0.67) รองลงมาคือ ห้องจัดแสดงพระพุทธรูปประทับนั่งห้อยพระบาท ปางประทานเทศนา ศิลปะทวารวดี สวยงามและเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = 0.66) และการออกแบบและการแบ่งโซนสำหรับการจัดนิทรรศการที่ดีเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความสามารถในการเข้าถึง

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)			
2.1 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาตั้งอยู่ใจกลางเมืองอยุธยา	4.24	0.68	มากที่สุด
2.2 มีแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่ายทางเว็บไซต์และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ	4.19	0.73	มาก
2.3 ที่ตั้งใกล้กับถนนสายหลัก ง่ายต่อการเดินทาง	4.18	0.71	มาก
2.4 มีจุดสังเกต ป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.18	0.71	มาก
2.5 แหล่งข้อมูลจากแผ่นพับ/โปสเตอร์/สแกน QR Code เหมาะสมเข้าใจง่าย	4.15	0.71	มาก
2.6 ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์มีความทันสมัย สอดคล้องกับช่วงเวลา	4.14	0.76	มาก
2.7 การเดินทางมีหลากหลายเส้นทาง ทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถตุ๊กตุ๊ก Grab car	4.14	0.69	มาก
2.8 การเดินทางไปยังพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยามีความสะดวก	4.12	0.73	มาก
รวม	**4.17**	**0.57**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาตั้งอยู่ใจกลางเมืองอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.24, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ มีแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่ายทางเว็บไซต์และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.73) และที่ตั้งใกล้กับถนนสายหลัก ง่ายต่อการเดินทาง มีจุดสังเกต ป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.18, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)			
3.1 มีป้ายสื่อความหมายในพิพิธภัณฑสถานชัดเจน	4.16	0.76	มาก
3.2 มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อน หย่อนใจ	4.14	0.73	มาก
3.3 สถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม	4.11	0.75	มาก
3.4 มีจุดทิ้งขยะให้สำหรับนักท่องเที่ยวเหมาะสม เพียงพอ	4.07	0.78	มาก
3.5 ห้องน้ำมีความสะอาด	4.06	0.79	มาก
3.6 มีร้านจำหน่ายของที่ระลึกที่น่าสนใจ	4.03	0.81	มาก
3.7 มีจุดบริการรับฝากของเพียงพอ	4.03	0.80	มาก
3.8 มีร้านอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายเพียงพอ	3.99	0.80	มาก
3.9 มีสัญญาณ Wi-fi ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.88	0.96	มาก
รวม	**4.05**	**0.64**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.05, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีป้ายสื่อความหมายในพิพิธภัณฑสถานชัดเจน เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.16, S.D. = 0.76) รองลงมาคือ มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อน หย่อนใจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.14, S.D. = 0.73) และสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลรวมทั้ง 3 ด้าน

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความดึงดูดใจ (Attractions)	4.23	0.55	มากที่สุด
2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)	4.17	0.57	มาก

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.05	0.64	มาก
รวม	**4.15**	**0.58**	**มาก**

จากตารางที่ 4 พบว่า องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.15, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความดึงดูดใจ (Attractions) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = 0.57) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.05, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	**ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย**					
	เพศ	**อายุ**	**การศึกษา**	**สถานภาพ**	**อาชีพ**	**รายได้ต่อเดือน**
1.ด้านความดึงดูดใจ (Attraction)	0.62	0.36	0.70	0.52	0.75	0.60
2.ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)	0.31	0.22	0.54	0.40	0.57	0.79
3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	0.25	0.05*	0.96	0.08	0.58	0.43

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 การเปรียบเทียบองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุ 21-30 ปี และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี และกลุ่มอายุ 21-30 ปี มีความคิดเห็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

องค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านความดึงดูดใจ (Attractions) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา โดยเรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ เป็นแหล่งความรู้ทางประวัติศาสตร์ มีห้องจัดแสดงพระพุทธรูปประทับนั่งห้อยพระบาทปางประทานเทศนา ศิลปะทวารวดี สวยงามและเหมาะสม และมีการออกแบบและการแบ่งโซนสำหรับการจัดนิทรรศการที่ดี เข้าใจง่าย กล่าวคือ ทางพิพิธภัณฑ์มีการจัดนิทรรศการโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินชมได้อย่างทั่วถึงและเข้าใจง่ายเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมาของโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุที่มีความเป็นมาเชื่อมโยงกัน นอกจากนี้การออกแบบกิจกรรมในพิพิธภัณฑ์ที่เน้นการสร้างความสนุกสนาน การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนร่วมกัน การสร้างการพักผ่อนหย่อนใจให้กับนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบยังเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดใจของพิพิธภัณฑ์ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นักรบ นาคสุวรรณ์ (2565) ศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในเรื่องการจัดแสดงหรือสิ่งดึงดูดใจโดยรวม คือ ต้องการให้การจัดแสดงดูน่าสนใจ เช่น โบราณวัตถุวัตถุล้ำค่า ควรจัดแสดงแบบมีเรื่องราวและคำบรรยายทั้งตัวหนังสือและสื่อต่าง ๆ ให้เข้าใจง่ายและต้องมีหลายภาษา รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ไทย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี คุ้มรักษา (2563) ศึกษาเรื่อง การจัดการพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์เพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม โดยการเรียนรู้อดีต อารยะธรรมต่าง ๆ ถือเป็นแรงจูงใจที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่า พิพิธภัณฑ์ควรมีหัวข้อการจัดแสดงนิทรรศการที่หลากหลาย น่าสนใจ ทันสมัยต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และควรมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนมากขึ้น ตามแต่ละยุคสมัยเพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา โดยเรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาตั้งอยู่ใจกลางเมืองอยุธยา มีแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่ายทางเว็บไซต์และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ที่ตั้งใกล้กับถนนสายหลัก ง่ายต่อการเดินทาง และมีจุดสังเกตป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน กล่าวคือ พิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่ใจกลางเมืองจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงได้โดยสะดวก มีแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่ายทางเว็บไซต์ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลในสื่อออนไลน์มากขึ้น และสะดวกต่อการค้นหาศึกษาข้อมูลในด้านต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา และมีป้ายบอกทางที่ทำให้คนที่สัญจรไปมามองเห็นป้ายบอกทางได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชีวิตปัจจุบัน องค์ความรู้ใหม่ ๆ ถือเป็นสิ่งสำคัญของการเข้าถึงพิพิธภัณฑ์ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนใจ จันทร์หมื่น (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A’S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีป้ายทางหลวงบอกทางอย่างชัดเจน

สภาพถนนมีมาตรฐาน สามารถรองรับยานพาหนะของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบเส้นทางถนนเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและมีไฟส่องสว่าง มีระบบการขนส่งที่ให้บริการอย่างสม่ำเสมอและเพียงพอ และ นุจนาถ นรินทร์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น พบว่า ด้านการสภาพการเดินทางมีสภาพที่ดีปลอดภัย มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและมีป้ายสัญลักษณ์ตามจุดต่าง ๆ ภายในพิพิธภัณฑ์บอกอย่างชัดเจน ทำให้เดินทางเป็นไปได้อย่างสะดวก

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา โดยเรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายสื่อความหมายในพิพิธภัณฑสถานชัดเจน เข้าใจง่าย มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อนหย่อนใจ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ กล่าวคือ ทางพิพิธภัณฑ์มีการจัดการด้านการบริการข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีป้ายอธิบายข้อมูลเบื้องต้นของโบราณวัตถุไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ข้อมูลความเป็นมาของโบราณวัตถุแต่ละชิ้นยังมีการทำให้สะดวกสบายมากขึ้นโดยการสแกนคิวอาร์โค้ดจะมีลิงก์ข้อมูลโชว์บนหน้าจอมือถือสามารถกดเข้าไปอ่านข้อมูลความเป็นมาของโบราณวัตถุได้ มีการทำข้อมูลภาษาต่างชาติ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และยังมีพื้นที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อนหย่อนใจ พิพิธภัณฑ์สามารถนำพื้นที่ว่างในบริเวณของพิพิธภัณฑ์มาทำพื้นที่สำหรับ Co-working Space เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้พื้นที่สำหรับการศึกษาเพิ่มเติม นอกจากนี้การออกแบบภูมิทัศน์บริการและการส่งมอบบริการในพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวต้องเน้นความสะดวกสบาย การพักผ่อนหย่อนใจ มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้านของที่ระลึก และเทคโนโลยี รวมถึงพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการทุกรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ ฤดีสถิต (2563) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องมาจากหากภายในวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาร่วมทำกิจกรรมภายในวัดได้ เช่น มีห้องน้ำที่สะอาด มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และมีการรักษาความปลอดภัยสำหรับการเดินทางมาทำบุญ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลพร เสถียรอุดร (2561) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า การคมนาคมมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย ป้ายบอกทางมายังเกาะเกร็ดมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย สถานที่จอดรถเพียงพอ (บริเวณลานจอดรถวัดสนามเหนือ) เรือโดยสารข้ามฟากระหว่างเกาะเกร็ดกับฝั่งมีความปลอดภัย เส้นทางการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ดมีความชัดเจนและสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว ระยะเวลาแต่ละรอบของเรือข้ามฟากใช้เวลาเดินทางมีความเหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐาปกรณ์ ทองคำนุช เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์ และอรวรรณ ศิริสวัสดิ์ อภิชยกุล (2564) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในพิพิธภัณฑ์เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การบริการในด้านการเป็นพื้นที่พักผ่อนที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด อาทิ ระบบการคมนาคมขนส่ง ระบบไฟฟ้า

ระบบน้ำประปา ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจัดนิทรรศการ ธุรกิจจัดเลี้ยงภายในพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

4. การเปรียบเทียบองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐ์พัชร์ กาญจนรัตน์ และกุลพิชญ์ โภไคยอุดม (2563) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยของลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 4 ปัจจัย คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน คือ ปัจจัยด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์ธร ตั้งภาณุกุล (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอาชีพ แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 พิพิธภัณฑ์ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านสื่อความหมายต่าง ๆ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์

1.2 พิพิธภัณฑ์ควรมีการสร้างเครือข่ายร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาและส่งเสริมด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์

1.3 พิพิธภัณฑ์ควรมีการร่วมมือกับภาควิชาการจากสถาบันต่าง ๆ เพื่อศึกษา ค้นคว้าและสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางประวัติศาสตร์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ให้เป็นไปตามหลักสากล

2.2 ควรมีการศึกษาเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบในการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.3 ควรมีการศึกษาการท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์โดยแยกองค์ประกอบทั้งภายในและภายนอก เช่น ห้องจัดแสดง ภูมิทัศน์ และการบริการอื่น ๆ เพื่อสอดคล้องและให้ทันกระแสของสังคมในปัจจุบันในการท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

กรมศิลปากร. (2565). **ระบบฐานข้อมูลแหล่งมรดกทางศิลปวัฒนธรรม**. สืบค้นจาก https://mis.finearts.go.th/Default.aspx.

จิระพงค์ เรืองกุน พิชาพัทธ์ งามสิน และปกรณ์ โอภาสวิทยารักษ์. (2565). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรม XYZ รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา. **วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**. 3(1), 39-50.

ฐาปกรณ์ ทองคำนุช เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์ และอรวรรณ ศิริสวัสดิ์ อภิชยกุล. (2564). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง. **Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University**. 15(1), 38-52

ณัฏฐ์พัชร์ กาญจนรัตน์ และกุลพิชญ์ โภไคยอุดม. (2563). องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ.** 21(2), 283-294.

ดวงใจ ฤดีสถิต. (2563) **องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เตือนใจ จันทร์หมื่น. (2562). **การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นักรบ นาคสุวรรณ์. (2565). ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 16(2), 20-34.

นุจนาถ นรินทร์. (2560). **การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14.** เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. (2554). **มนุษยศาสตร์ในทศวรรษใหม่: พลวัตแห่งองค์ความรู้กับพหุลักษณ์ทางวัฒนธรรม**. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จังหวัดกรุงเทพ

บ้านเมือง. (2561). **เปิดสถิติคนไทยสนใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์เพิ่มขึ้น**. สืบค้นจาก https://www.banmuang.co.th/news/education/116939.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ผุสดี คุ้มรักษา. (2563). **การจัดการพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

มนต์ธร ตั้งภาณุกุล. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว**

ชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิไลพร เสถียรอุดร. (2561). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.** ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔**. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

ศรัณยู นกแก้ว. (2565). **เปิดพิพิธภัณฑ์เครื่องทอง ที่ดีที่สุดในไทย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา**. สืบค้นจาก https://www.sarakadeelite.com/arts_and_culture/gold-treasures-of-ayutthaya/.

Daskalaki, V. V., Voutsa, M. C., Boutsouki, C. & Hatzithomas, L. (2020). Service quality, visitor satisfaction and future behavior in the museum sector. **Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing**. 6(1), 3-8.

Dickman, S. (1996). **Tourism: An Introductory Text. 2nd ed.** Sydney: Hodder Education.

Pike, Steven D. (2008). **Destination Marketing : anintegrated marketing communication approach**. Butterworth-Heinmann, Burlington, MA.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. **Tourism management**. 16(5), 361-365.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** 3rd Ed. New York: Harper and Row Publications.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Sasiprapa Buddee **Highest Education:** B.A. (Tourism Management) **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage. **Field of Expertise:** Tourism Management **Address:** 16/12132 Moo 10 Khlong Nueng, Khlong Luang, Pathumthani 12120
	Name and Surname: Jaruwan Saksomboon **Highest Education:** B.A. (Tourism Management) **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage. **Field of Expertise:** Tourism Management **Address:** 51 Moo 2 Ban Pong, Wiang Papao, Chiang Rai 57170
	Name and Surname: Jureerat Nongwa **Highest Education:** M.A. (Tourism Management) **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage. **Field of Expertise:** Tourism Management **Address:** 1 Moo 20 Khlong Nueng, Khlong Luang, Pathumthani 13180

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน ปี พ.ศ. 2566

การพัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

THE ACTIVITIES MODEL AND TOURISM ROUTES DEVELOPMENT IN UNIVERSITY SUPPORTING A LIFELONG LEARNING SOCIETY

ภัทราพร ทิพย์มงคล[1] ลลิดา แก้วฉาย[2] รวีพรรณ กาญจนวัฒน์[3] ถิรนันท์ ทิวาราตรีวิทย์[4] และวรีรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์[5]
Pattraporn Tipmongkol[1] Lalida Kaewshai[2] Raweepan Kanjanawat[3]
Thiranan Tiwaratreewit[4] and Wareerat Sampatpong[5]

[1]สาขาวิชาการจัดการการบริการและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
[2,3]สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการค้า มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
[4]สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
[5]สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ แขนงวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
[1]Hospitality and Hotel Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University
[2,3]Innovative Trading Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University
[4]Logistics and Supply Chain Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University
[5]Business Administration Program (Marketing), Valaya Alongkorn Rajabhat University
E-mail [1]pattraporn@vru.ac.th [2]lalida@vru.ac.th [3]raweepan@vru.ac.th
[4]thiranan@vru.ac.th [5]wareerat@vru.ac.th

Received January 16,2023
Revised March 26,2023
Accepted April 11,2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี 2) พัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตและ 3) ทดลองและประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้บริหาร คณบดี ผู้อำนวยการ/หัวหน้าสำนัก จำนวน 20 คน เก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยโดยการสนทนากลุ่ม จำนวน 20 คน และการวิจัยเชิงปริมาณใช้เครื่องมือแบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน ด้วยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์เชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า มหาวิทยาลัยมีแหล่งเรียนรู้ และศักยภาพเหมาะสมต่อการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว ควรมีกิจกรรมที่มีความหลากหลาย

สามารถเรียนรู้เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และกิจกรรมที่สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยทั้งหมดมี 14 กิจกรรม สามารถสังเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในมหาวิทยาลัย 2) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงเกษตร 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทักษะอาชีพ และนำเสนอในรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Package) แบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง คือ เส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบค้างคืน 1 คืน 2 วัน และเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบเต็มวัน 1 วัน และจากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของต่อรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยสนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยรวมที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.25) จำแนกตามรายด้านดังนี้ 1) กิจกรรม (Activity) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมากในทุกประเด็น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.34) ได้แก่ กิจกรรมมีความหลากหลาย เสริมทักษะ ช่วงเวลาจัดกิจกรรมมีความเหมาะสม และเส้นทางมีความน่าสนใจ 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ มีการทดลองทำ และความโดดเด่นด้านการสร้างการเรียนรู้ ทุกเพศ ทุกวัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.33) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.28) ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลางสำหรับการทำกิจกรรม มีห้องสุขาเพียงพอ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและมีร้านอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ มีข้อเสนอแนะควรเพิ่มตู้เอทีเอ็มในเส้นทางการท่องเที่ยว 4) ที่พัก (Accommodation) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.15) ในทุกประเด็น ได้แก่ ที่พักตั้งอยู่ในพื้นที่เหมาะสม ปลอดภัย ที่พักมีราคาเหมาะสม ที่พักเพียงพอต่อ และมีข้อเสนอแนะควรห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย 5) การเข้าถึง (Accessibility) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.12) ได้แก่ สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจน มีบริการรถรับ - ส่ง มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง

คำสำคัญ

เส้นทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ABSTRACT

The purposes of this research were to (1) scrutinize the potential of learning resources for developing tourism routes in Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani Province, (2) develop tourism routes in Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani Province, and (3) examine tourists' satisfaction with the activity model and tourism routes in the university, supporting a lifelong learning society. The research employed a mixed method with qualitative and quantitative methods. For qualitative research, in-depth interviews were engaged with 20 executives, including the president, vice presidents, deans, directors, and heads, and focus groups were employed with 20 stakeholders. For quantitative research, a

questionnaire survey was conducted with 40 tourists. Data collection was accomplished using the quota sampling technique. The content analysis was employed for qualitative research, and the statistical procedures for quantitative research were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation. Through the qualitative method, the study found that Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani Province, has appropriate learning resources and the potential to develop tourism routes. Hence, activities along tourism routes should be varied and suitable for all genders and ages. Fourteen activities could be determined for the tourism routes, and there are three types of tourism patterns: (1) leisure tourism in universities, (2) agro-tourism, and (3) educational tourism. Furthermore, the tourism pattern and program should be designed into two packages; two days - one night and one day trip. The study found that tourists' overall satisfaction toward the activities model and tourism routes in university supporting a lifelong learning society was at a high level, with a mean of ($\bar{X}$ = 4.25). According to the satisfaction study, an activity (variety, upskills, a suitable time, and exciting route) an attraction (pleasing experiences, fun workshops, and supporting lifelong learning society) amenities (common area, adequate toilets, car park, and information staff), were very satisfied, with a mean of ($\bar{X}$ =4.34), ($\bar{X}$ = 4.33), and ($\bar{X}$ = 4.28), respectively, and accommodation (appropriate location, safety, reasonable price, and adequate for demand) were satisfied, with a mean of ($\bar{X}$ = 4.15) and ($\bar{X}$ = 4.12), respectively. And in addition, the accessibility (easy access, a clear information board, a free shuttle bus, and a good direction sign)

Keywords

Tourism Routes, Educational Tourism, Lifelong Learning Society

ความสำคัญของปัญหา

สภาวการณ์ในปัจจุบันที่บริบทของโลกเปลี่ยนแปลงไปจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การแข่งขันในศตวรรษที่ 21 และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับการท่องเที่ยวทั่วโลกมากขึ้นนั้น ทำให้ภาคการท่องเที่ยวต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองกับสถานการณ์การแข่งขันทางการท่องเที่ยว สรรสร้างนวัตกรรมการบริการใหม่ ๆ เพื่อให้เข้าถึงและตอบสนองของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด (ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทึก, 2561) ประกอบกับรัฐบาลในปัจจุบันได้ชูแนวคิดให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 และ ณ วันนี้สถาบันอุดมศึกษาของไทยซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่จะต้องขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวของรัฐบาล จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวเพื่อพัฒนาให้ก้าวทันกับสังคมที่กำลังเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ยุคโลกาภิวัฒน์ เน้นการได้รับความรู้และสามารถสร้างนวัตกรรม การเรียนรู้ต้องยึดตัวผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง การเรียนการสอนจะต้องตอบ

โจทย์เฉพาะบุคคล มีการให้เลือกเรียนในสิ่งที่อยากรู้ อยากทำและอยากเป็น และเรียนเพื่อใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันและเพื่อการทำงาน ฉะนั้นการเรียนในทุกวันนี้จึงไม่ใช่การเรียนเพื่อรับปริญญาเพียงอย่างเดียว แต่ในขณะเดียวกันก็ได้เกิดอาชีพใหม่ ๆ ด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาดออนไลน์ ด้านการขนส่ง ด้านการค้าการลงทุนในผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เกิดขึ้น (เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช และคณะ, 2559)

มหาวิทยาลัยในปัจจุบันจึงต้องมีการปรับตัวและดึงศักยภาพในศาสตร์วิชาชีพต่าง ๆ ที่จะช่วยเพิ่มทักษะและความสามารถให้กับผู้เรียน ในปัจจุบันนี้ มหาวิทยาลัยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งมหาวิทยาลัยเป็นจุดมุ่งหมายของนักศึกษาปริญญาที่จะเข้ามาศึกษาและจบไปมีงานทำ แต่ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเป็นที่ความคาดหวังต่อสังคม ชุมชน ที่มากขึ้นในทุกช่วงกลุ่มวัย ให้ได้เข้ามาเรียนรู้และมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งนี้การส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิตหรือ Lifelong Learning อาจเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะช่วยให้การพัฒนาและยกระดับทักษะสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้อยู่รอดได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง โดยการนำการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายรูปแบบในปัจจุบัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น (ภัยมณี แก้วสง่า & นิศาชล จำนงศรี, 2555 อ้างถึงใน สุจิตรา หนูมีและเจริญชัย เอกมาไพศาล, 2563) และด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายนี้ สามารถจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของการศึกษาเรียนรู้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน พร้อมได้รับความรู้ และประสบการณ์ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้จึงถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้นอกห้องเรียนโดยเชื่อมโยงการเรียนรู้ในห้องเรียนแบบบูรณาการให้แก่บุคคล โดยการจัดการรูปแบบการให้องค์ความรู้ต่าง ๆ ผ่านประสบการณ์ตรง เป็นการศึกษาตามอัธยาศัยและจะกลายเป็นรากฐานของการเรียนรู้ตลอดชีวิต (พจนา สวนศรี, 2540 อ้างถึงในโชติรส สุวรรณรัตน์ และวรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา, 2562) การจัดการศึกษาตลอดชีวิตสามารถสร้างคนให้เกิดทักษะทางการเรียนรู้ ฉะนั้นการศึกษาตลอดชีวิต หรือการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) จึงได้กลายเป็นแนวความคิดและแนวทางที่สำคัญยิ่งต่อการจัดการศึกษาของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยที่ได้มีการปฏิรูปการศึกษาให้มีลักษณะของการผสมผสานความสัมพันธ์กับทรัพยากรทางการศึกษาและวิถีชีวิตของคนในชุมชนจนเป็นหนึ่งเดียว ดังจะเห็นได้จากนโยบายและยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศที่เกี่ยวข้องด้านการศึกษาตลอดชีวิต และส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิต อาทิ การพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาและแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่เพื่อพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาทุกระดับ/ประเภทให้สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพและอื่น ๆ ทั้งในระบบ นอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและมีคุณภาพ (ดุษณี ดำมี, 2557)

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีวิสัยทัศน์มุ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้สำหรับคนทุกช่วงวัยที่มีนวัตกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมฐานรากบนความร่วมมือของหุ้นส่วนทางสังคมให้เกิดการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน มีการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ แม้จะเป็นสถาบันศึกษาแต่ก็มีความพร้อมและมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ที่ยังคงคุณค่า โดยมีพื้นที่ที่สามารถนำศักยภาพและทรัพยากรที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้นำมาต่อยอด ฐานทรัพยากรในมหาวิทยาลัยให้เกิด

ประโยชน์อย่างสูงสุด ซึ่งเป็นต้นทุนของมหาวิทยาลัยที่พร้อมพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง ย่อมจะทำให้เกิดการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งอาจเป็นอีกหนึ่งแนวทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาและยกระดับทักษะของผู้เรียนผู้ศึกษา รวมถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ให้เกิดประโยชน์จากกิจกรรม ทั้งด้านการเรียนรู้ การศึกษา การฝึกทักษะปฏิบัติ อีกทั้งยังให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมกับงานด้านท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนข้างเคียงในมหาวิทยาลัยด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจากคณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่สังคมทุกช่วงวัย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งเรียนรู้ รวมถึงการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สู่การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต
3. เพื่อทดลองและประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว มาประยุกต์ใช้ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้จากสิ่งที่ทำให้เกิดการรับรู้ในบริการท่องเที่ยว โดยวิธีการเรียนรู้เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคณะทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

เส้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง การสัญจรที่กำหนดขึ้นสำหรับการเดินทางเพื่อให้สามารถเข้าถึงและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว เกิดจากการศึกษาศักยภาพและกิจกรรมที่มีภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี โดยได้รับความรู้ ประสบการณ์ความเพลิดเพลินจากการใช้เส้นทางการท่องเที่ยว 2 เส้นทาง คือ เส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบค้างคืน 1 คืน 2 วัน และเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบเต็มวัน 1 วัน

การเรียนรู้ตลอดชีวิต หมายถึง การศึกษาตลอดชีวิตเป็นกระบวนการเรียนรู้ของบุคคลในทุกช่วงวัย เป็นการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างการ เรียนรู้จากการทดลองทำและใช้ทรัพยากรที่สนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ ตามความต้องการของตนเอง เพื่อนำไปสู่ประสบการณ์อย่างมีคุณค่า เน้นการปฏิบัติลงมือกระทำด้วยตนเองในกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การทบทวนวรรณกรรม

องค์ประกอบการท่องเที่ยว เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว ควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ คือ 1) Accessibility คือ มีความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี 2) Activity คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว 3) Amenity คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ 4) Attraction คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ 5) Accommodation คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับกุลวดี ละม้ายจีน (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) ความดึงดูดใจ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความน่าสนใจของนักท่องเที่ยวได้ 2) ความสามารถในการเข้าถึง หากนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกก็จะทำให้เขาอยากจะเดินทางมา 3) สิ่งอำนวยความสะดวก คือความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน 4) ที่พัก ภายในแหล่งท่องเที่ยวดังนั้นจำเป็นจะต้องเตรียม อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาพัก และ 5) กิจกรรม คือกิจกรรมการที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) รักกิจ ศรีสรินทร์ (2554) เสนอว่า การเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางความคิด จิตใจและทักษะทางร่างกายให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้นในทุกช่วงของชีวิต เป็นการสนองต่อความต้องการของผู้เรียน อาจมองในแง่ของพัฒนาการมนุษย์ มีความเปลี่ยนแปลงและต้องเกี่ยวพันกับปัจจัยต่าง ๆ มากมายทั้งในเรื่องของความเป็นอยู่ สังคม สิ่งแวดล้อม ศาสนา การเมือง เช่นเดียวกับศักรินทร์ ชนประชา (2562) กล่าวว่า เป็นการจัดกระบวนการทางการศึกษาเพื่อให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในรูปแบบของการผสมผสานการศึกษาในระบบโรงเรียน (Formal Education) การศึกษานอกระบบโรงเรียน (Non-Formal Education) และการศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Education) โดยมุ่งให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ด้วยตนเอง และปรับตนเองให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของสังคม สิ่งแวดล้อม ศาสนา การเมือง นอกจากนี้การเรียนรู้ตลอดชีวิตนั้นมีแก่นแท้ในตัวเองก็คือ การที่มนุษย์สามารถเรียนรู้ใหม่ ๆ จากกิจกรรมการเรียนรู้ที่เอื้ออำนวยให้บุคคลสามารถเพิ่มพูนความรู้ ทักษะและสมรรถนะได้ด้วยตนเองตามความสนใจนอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2546) ได้กล่าวว่า การเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นการเรียนจากวิถีชีวิต แหล่งเรียนรู้ เหตุการณ์และสถานการณ์ สนองความต้องการและความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะต้องได้รับการค้ำจุนจากเสาหลัก 4 เสาหลักที่เป็นรากฐานของการศึกษาคือ 1. การเรียนเพื่อรู้ หมายถึง การเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนากระบวนการคิด การแสวงหาความรู้ 2. การเรียนรู้เพื่อปฏิบัติได้จริง หมายถึง การเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาความสามารถและความชำนาญรวมทั้งสมรรถนะทางด้านวิชาชีพ ไปสู่การปฏิบัติงาน 3. การเรียนรู้เพื่อที่จะอยู่ร่วมกันและการเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่น พหุวัฒนธรรมได้อย่างมีความสุข 4. การเรียนรู้เพื่อชีวิต หมายถึง การเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกด้านทั้งจิตใจและร่างกาย สติปัญญา

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัย 2 รูปแบบได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือทั้งแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถาม รายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การศึกษาศักยภาพแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและเลือกใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ องค์ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คณะวิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้หลัก (Key Informants) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก (In-Depth Interview) โดยเลือก ผู้บริหาร คณบดี ผู้อำนวยการ/หัวหน้าสำนัก ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จังหวัดปทุมธานี หรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมาย รวมจำนวน 20 คน เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความเห็นของแต่ละภาคส่วน ทั้งระดับผู้บริหาร และระดับหัวหน้างานในพื้นที่วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งเรียนรู้ โดยใช้ประเด็นศึกษา ดังนี้

1. ความดึงดูดใจ
2. ความสามารถในการเข้าถึง
3. สิ่งอำนวยความสะดวก
4. ที่พัก
5. กิจกรรม

การสัมภาษณ์ ในระหว่างเดือน กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2564 ในช่วงเวลาเที่ยงหรือเย็นของวันจันทร์ถึงศุกร์ ผู้วิจัยทำการนัดหมายเพื่อขอรับการสัมภาษณ์ และใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณคนละ 40 นาที – 1 ชั่วโมง ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงและบันทึกภาพในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ลำดับความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2555) ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เขียนบรรยายตามข้อมูลที่ได้และตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง สรุปและเรียบเรียงผลที่ได้

ขั้นตอนที่ 2 : การพัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ 1) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพการณ์การท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยจากการสัมภาษณ์ในขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพและทรัพยากรที่เอื้อต่อ

การจัดกิจกรรมและทำเส้นทางการท่องเที่ยว 2) กำหนดเกณฑ์การเลือกกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย โดยเป็นเส้นทางที่สอดคล้องกับการจราจรภายในมหาวิทยาลัยและกิจกรรมที่โดดเด่นตามบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี 3) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ตัวแทนบุคลากร เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนากิจกรรมและรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย จำนวน 20 คน

กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ หัวหน้าสำนัก อาจารย์ เจ้าหน้าที่ รวมทั้งสิ้น 20 ท่าน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection)

เกณฑ์การเลือกกลุ่มเป้าหมาย คือ เป็นผู้ดำรงตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและดำเนินงานด้านกิจกรรมการศึกษาดูงาน มีความรู้ ความชำนาญ ในพื้นที่ที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยอย่างน้อย 3 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อการมีส่วนร่วมของผู้วิจัย จึงใช้เทคนิคการระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก วิเคราะห์ ศักยภาพของมหาวิทยาลัยในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว และระดมความคิดรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย คณะผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 1 ครั้ง ใช้เวลา 2 ชั่วโมง 09.00 -11.00 น. ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี โดยการบันทึกเสียงและบันทึกภาพเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์

คณะผู้วิจัยถอดเทปและวิเคราะห์และสรุปเนื้อหาแยกตามประเด็นที่ทำการสนทนากลุ่ม สรุปเป็นภาพรวม นำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลในรูปความเรียง

ขั้นตอนที่ 3 : ทดลองและประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยสนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ 1) การเตรียมทดลองรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี 2) ประชาสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทดลองรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย จำนวน 40 ท่าน 3) เตรียมแบบประเมิน 4) ทดลองรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ในรูปแบบค้างคืน 1 คืน 2 วัน และเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบเต็มวัน 1 วัน และ 5) สรุปผลการทดลองรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) จำนวน 40 ท่าน เพื่อเป็นกลุ่มทดลองการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย คือ

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักวิชาการที่มีความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวนวน 10 ท่าน

2. หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทจัดนำเที่ยว มัคคุเทศก์ จำนวน 10 ท่าน
3. นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จำนวน 10 ท่าน
4. นักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงาน จำนวน 10 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบประเมินระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยในการแปลความหมายข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่าแบบ Rating Scale คำถามที่ใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความดึงดูดใจ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และกิจกรรม แสดงการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ มีการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้สร้างแล้วเสร็จให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาว่าสอดคล้องกับหัวเรื่องและวัตถุประสงค์การวิจัยโดยวิธี Item Objective Congruence Index (IOC) ผลการหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คำนวณค่า IOC ได้ค่า 0.81 มีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าไม่มีข้อคำถามที่ต้องตัดทิ้ง ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาใช้ได้ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อคำถาม (Reliability) ของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์เชิงสถิติ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เปรียบเทียบความคิดเห็นเป็นรายข้อ และสรุปในรูปแบบตาราง ข้อมูลที่เกี่ยวกับสภาพทรัพยากรต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย และแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ กิจกรรมที่พัฒนาทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำมาสรุปประเด็น จัดลำดับความสำคัญ และนำเสนอผลทางสถิติเป็นร้อยละจากแบบสอบถาม 5 ระดับ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาศักยภาพแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

จากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ทำงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี มากกว่า 15 ปี มีบทบาทและมีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยโดยตรง ซึ่งเป็นนโยบายของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อทำให้มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่ของการศึกษาองค์ความรู้ให้แก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกช่วงวัย โดยการจัดทำโครงการ หลักสูตร หลักสูตรระยะสั้น และพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้ผ่านการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ครบทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ 1) ความดึงดูดใจ จุดเด่นสำคัญของมหาวิทยาลัย ก็คือ มหาวิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอนทั้งสิ้น 9 คณะ มีศาสตร์ความรู้ที่หลากหลาย จึงทำให้มีบุคลากรที่มีความรู้

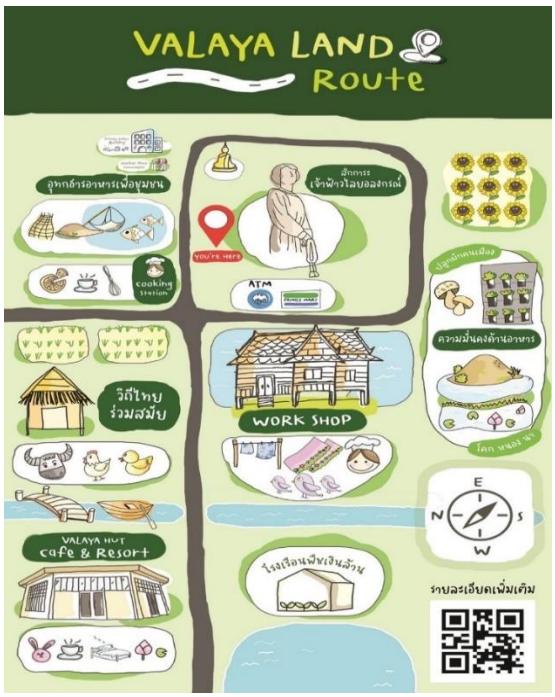
ความเชี่ยวชาญสามารถบูรณาการศาสตร์ในการสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้รูปแบบใหม่ ให้เป็นไปตามกลไกพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุคปัจจุบัน สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต นอกจากนี้ มีพื้นที่ส่วนกลางในการทำกิจกรรม มีการพัฒนาระบบนิเวศของมหาวิทยาลัย จึงทำให้มีผลการประเมินตามเกณฑ์การจัดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียวโลก (UI Green Metric) อีกทั้งมีความพร้อมด้านของการใช้ศักยภาพด้านองค์ความรู้ การถ่ายทอด เทคนิคการสอน ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสร้างความดึงดูดใจได้เป็นอย่างดี 2) ความสามารถในการเข้าถึง พื้นที่ด้านหน้าติดถนนพหลโยธิน มีป้ายชื่อมหาวิทยาลัย ที่สามารถมองเห็นได้ง่าย การเดินทางเข้ามา มีความสะดวกสบาย สามารถเดินทางได้หลายวิธี ได้แก่ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารปรับอากาศ รถแท็กซี่ เป็นต้น ตลอดเส้นทางภายในมหาวิทยาลัย มีรถรางคอยให้บริการตามเส้นทางการท่องเที่ยว แต่ยังมีป้ายสื่อความหมายและป้ายบอกทางค่อนข้างน้อยและควรเพิ่มเส้นทางเดินเท้า เส้นทางปั่นจักรยาน และควรเพิ่มเส้นทางของผู้พิการ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก มหาวิทยาลัยแบ่งพื้นที่สำหรับการเรียนการศึกษา และพื้นที่ส่วนกลางที่สามารถให้บุคลากรภายในและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าไปใช้บริการได้ ภายในมหาวิทยาลัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของที่ระลึก เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ที่เข้ามายังมหาวิทยาลัย ควรมีการเพิ่มเรื่องพื้นที่จอดรถให้มากขึ้น 4) ที่พัก ในปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี มีการจัดที่พัก ทั้งหมด 2 ที่ คือ ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ (H.R.H. Princess Valaya) และศูนย์การศึกษาพัฒนาความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Valaya Hut) เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สามารถรองรับได้จำนวน 76 ห้อง ภายในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน และ 5) กิจกรรม ในปัจจุบันกิจกรรมของมหาวิทยาลัยเป็นรูปแบบการศึกษาดูงาน การสาธิตของฐานการเรียนรู้ (Valaya Land) ซึ่งประกอบด้วย ฐานการเรียนรู้ทั้งหมด 4 ฐาน เริ่มจาก ฐานที่ 1 หอนิทัศน์ราชภัฏเป็นห้องนิทรรศการรัชกาลที่ 9 ฐานที่ 2 ฐานการเรียนรู้อุทกธาร อาหารเพื่อชุมชน ฐานที่ 3 ฐานการเรียนรู้ความมั่นคงด้านอาหาร ฐานที่ 4 ฐานการเรียนรู้วิถีไทยร่วมสมัย ในทุกฐานจะมีกิจกรรมและการให้ความรู้ควบคู่กันไป มีเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายคอยให้ความรู้ และบริการด้านการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จากการจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตัวแทนบุคลากร เจ้าหน้าที่ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว ใช้เทคนิคการระดมสมอง (Brainstorming) ร่วมระดมความคิดออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยในรูปแบบรายการท่องเที่ยวสำเร็จรูป โดยวิเคราะห์จากศักยภาพและทรัพยากร พบว่า ความโดดเด่นด้านการสร้างการเรียนรู้ อาชีพ ทุกเพศ ทุกวัยทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยมากขึ้น คือ การสร้างประสบการณ์กิจกรรมการเรียนรู้ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย จึงควรมีแนวทางในการพัฒนากิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน เพื่อเน้นการสร้างความพึงพอใจตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย พิจารณาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ความดึงดูดใจ ศักยภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยว

ในมหาวิทยาลัย เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ต่อการเรียนรู้ จากศักยภาพขององค์ความรู้ที่มี และบุคลากร อีกทั้งมีความหลากหลายด้านของระบบนิเวศ 2) ความสามารถในการเข้าถึงการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยสามารถใช้บริการรถราง หรือขับรถยนต์ส่วนตัวไปตามเส้นทางและฐานกิจกรรม แต่ยังมีบางจุดที่ควรพัฒนาและปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ ป้ายสื่อความหมายของฐานกิจกรรม 3) สิ่งอำนวยความสะดวก มหาวิทยาลัยมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการทั้งร้านอาหาร ของฝากที่ระลึก ห้องน้ำ ที่พัก พื้นที่ส่วนกลาง 4) ที่พัก มีความพร้อม ราคาไม่แพง บริการทั้งรูปแบบโรงแรมและรีสอร์ตอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ 5) กิจกรรม ควรมีกิจกรรมที่หลากหลาย กิจกรรมครอบคลุมการเรียนรู้ทุกเพศ ทุกวัย กิจกรรมการเรียนรู้ควรมีหยืดหยุ่นได้ตามความสนใจ สามารถเลือกกิจกรรมเพื่อนำมาออกแบบตารางการท่องเที่ยวได้เอง

จากข้อสรุปการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัย สามารถนำมาพัฒนารูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย ได้ดังนี้ 1) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ประกอบด้วยกิจกรรมสามารถเรียนรู้เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย โดยมีกิจกรรมที่สามารถพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมด 14 กิจกรรม ทั้งนี้สามารถสังเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในมหาวิทยาลัย คือ กิจกรรมการศึกษาดูงาน กิจกรรมการพักค้างคืน กิจกรรมการเข้าชมนิทรรศการ กิจกรรมนั่งเรือชมธรรมชาติ กิจกรรมขี่จักรยานศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ กิจกรรมนวดแผนโบราณ กิจกรรมการซื้อสินค้า และกิจกรรมท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล งานประเพณี งานอีเวนท์ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงเกษตร คือ กิจกรรมการชมการสาธิต/ทดลองทำด้านการเกษตร การเลี้ยงสัตว์ กิจกรรมการทดลองปฏิบัติจริงในฐานการเรียนรู้ โคก หนอง นา และกิจกรรมการศึกษาระบบนิเวศน์ของพื้นที่ เช่น พันธุ์นก ต้นไม้และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทักษะอาชีพ คือ กิจกรรมการศึกษา/การลงมือปฏิบัติด้านอาหารเครื่องดื่ม กิจกรรมการศึกษา/การสาธิตด้านหัตถกรรม เช่น ผ้าพิมพ์ลาย เครื่องปั้น และกิจกรรมศึกษาเรียนรู้การทำประมงพื้นบ้าน นับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมศักยภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงาน และนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ที่ครอบคลุมทุกช่วงวัย 2) เส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยสนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต จัดเป็น 2 เส้นทาง คือ เส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบค้างคืน 1 คืน 2 วัน และเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบเต็มวัน 1 วัน นับได้ว่าเป็นเส้นทางที่เพลิดเพลินไปกับกิจกรรมการเรียนรู้ ที่มีความหลากหลายของศาสตร์ ส่งเสริมอาชีพ ทักษะที่เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในมหาวิทยาลัยเป็น สิ่งที่สำคัญและท้าทายมาก เนื่องจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมหาวิทยาลัย ที่เป็นสถานศึกษา จึงมีความจำเป็นในด้านการสร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการรับรู้ว่ามหาวิทยาลัยไม่ใช่แค่เพียงเป็นสถานที่สำหรับการเรียนในห้องเรียนเท่านั้น แต่ยังมีความสวยงาม ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ แต่มีคุณค่าในบริบทเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้



ภาพที่ 2 เส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อทดลองและประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อต่อรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A)	**($\bar{X}$)**	**S.D.**	**ระดับความพึงพอใจ**
1. ความดึงดูดใจ	($\bar{X}$ = 4.33)	.56	มาก
2. ความสามารถในการเข้าถึง	($\bar{X}$ = 4.12)	.60	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวก	($\bar{X}$ = 4.28)	.54	มาก
4. ที่พัก	($\bar{X}$ = 4.15)	.57	มาก
5. กิจกรรม	($\bar{X}$ = 4.34)	.55	มาก
	($\bar{X}$= 4.25)	**.38**	**มาก**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม พบว่า ด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในประเด็นต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.25) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในด้าน ดังนี้ 1) กิจกรรม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมากในทุกประเด็น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.34) ได้แก่ กิจกรรมมีความหลากหลายและเส้นทางมีความน่าสนใจ ส่งเสริมทักษะองค์ความรู้ 2) ความดึงดูดใจ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ มีการทดลองทำ และความโดดเด่นด้านการสร้างการเรียนรู้ ทุกเพศ ทุกวัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.33) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.28) ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลางสำหรับการทำกิจกรรม มีห้องสุขาเพียงพอ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและมีร้านอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ ควรเพิ่มตู้เอทีเอ็มในเส้นทางการท่องเที่ยว 4) ที่พัก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.15) ในทุกประเด็น ได้แก่ ที่พักตั้งอยู่ในพื้นที่เหมาะสม ปลอดภัย ที่พักมีราคาเหมาะสม และมีข้อเสนอแนะควรห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย 5) ความสามารถในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.12) ได้แก่ สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง ควรเพิ่มป้ายสื่อความหมาย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ คณะผู้วิจัย จึงได้กำหนดรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยว โดยเน้นทรัพยากรตามบริบทของมหาวิทยาลัยได้ 2 เส้นทาง คือ แบบ 1 วัน และแบบค้างคืน จำนวน 2 วัน 1 คืน

เส้นทางที่ 1 แบบ 1 วัน สักการะสมเด็จพระราชปิตุจฉาเจ้าฟ้าวไลยอลงกรณ์ ทุ่งดอกไม้ Seasonal Flowers ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร นั่งรถรางสู่พื้นที่ความมั่นคงด้านอาหาร แปลงเกษตรคนเมือง ทำกิจกรรมการปลูกผักแนวตั้งในพื้นที่จำกัด และเดินชมพื้นที่เกษตร โคก หนอง นา ทำผ้ามัดย้อมจากสีธรรมชาติ เรียนรู้เส้นทางอาหารมอญ อาหารประจำจังหวัดปทุมธานี พื้นที่อุทกธารอาหารเพื่อชุมชน ฟังบรรยายการทำประมงพื้นบ้าน การใช้เครื่องมือหาปลาพื้นบ้าน สนุกสนานกับการทำอาหารปลา (ลูกอมปลาอารมณ์ดี) ชมแปลงเกษตร ทดลองทำไข่เค็ม นอกจากนี้ร่วมทำกิจกรรมสัมผัสประสบการณ์การดำนา พร้อมฟังบรรยายจากวิทยากรตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ภาพที่ 3 รูปแบบโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทาง แบบ 1 วัน

เส้นทางที่ 2 แบบค้างคืน จำนวน 2 วัน 1 คืน สักการะสมเด็จพระราชปิตุจฉาเจ้าฟ้าวไลยอลงกรณ์ ถ่ายภาพทุ่งดอกไม้ Seasonal Flowers ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร ที่มีการปลูกพืชไม้ดอก นั่งรถรางสู่พื้นที่ความมั่นคงด้านอาหาร แปลงเกษตรคนเมือง ทำเวิร์คช็อปการปลูกผักแนวตั้งในพื้นที่จำกัด และเดินชมพื้นที่เกษตร โคก หนอง นา ลงมือทำศิลปะผืนแรกจากธรรมชาติ Eco-Printing กิจกรรมทำอาหารมอญ สัมผัสการทำนาวิถีชาวนา เพลิดเพลินดนตรีในสวนพร้อมรับประทานอาหารเย็น เข้าพักที่ Valaya Hut ช่วงเช้าวันที่ 2 ร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยตักบาตรทางเรือ จากนั้นเข้าชมแปลงเกษตร ให้อาหารไก่ เก็บไข่ กิจกรรมทำไข่เค็ม สนุกสนานกับการทำ DIY Pizza ฟังบรรยายการทำประมงพื้นบ้านลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา พันธุ์ปลา การใช้เครื่องมือหาปลาพื้นบ้าน สนุกสนานกับการทำอาหารปลา (ลูกอมปลาอารมณ์ดี) เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ภาพที่ 4 รูปแบบโปรแกรมท่องเที่ยวเส้นทาง แบบค้างคืน จำนวน 2 วัน 1 คืน

อภิปรายผล

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีวิสัยทัศน์มุ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้สำหรับคนทุกช่วงวัย แม้จะเป็นสถาบันศึกษาแต่ก็มีความพร้อมและมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อการเรียนรู้ที่ยังคงคุณค่า โดยมีพื้นที่ที่สามารถนำศักยภาพและทรัพยากรที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้นำมาต่อยอด พัฒนาแหล่งเรียนรู้ และนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความเพลิดเพลินและน่าสนใจ ในการเรียนรู้และฝึกทักษะ ก่อให้เกิดประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว ที่แปลกใหม่ แตกต่างจากการเรียนในห้องเรียน สอดคล้องกับ Rinaldi et al. (2018) ได้ศึกษาเรื่องมหาวิทยาลัยและกลยุทธ์ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน : จากพันธกิจสู่การร่วมกันสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่าผู้นำการศึกษาควรจัดหาทรัพยากรที่หลากหลายไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางทางการศึกษาที่เท่าเทียมกันมากขึ้น และควรหารือเกี่ยวกับวิธีที่ความพยายามในการสร้างการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมของผู้เรียน เช่นเดียวกับ Tomasi, Paviotti & Cavicchi (2020) ที่ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงการศึกษากับการพัฒนาท้องถิ่น: บทบาทของมหาวิทยาลัย พบว่า ประสบการณ์การเดินทางกับการเรียนรู้ผ่านแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปะ อาหาร และวัฒนธรรม การเรียนรู้อย่างตั้งใจเพื่อเปิดใจและเสริมสร้างความรู้ การมีส่วนร่วมจากบริบทที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ และยังสอดคล้องกับ Mcgladdery & Lubbe (2017) พบว่ามหาวิทยาลัยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมายที่สามารถทำหน้าที่เป็นพื้นฐานการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ทรัพยากรเหล่านี้อาจแบ่งประเภทได้ดังต่อไปนี้ มิติ : วัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติ/การท่องเที่ยวในชนบท, ศิลปะ และโครงการศึกษาต่อต่างประเทศ

เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทุกช่วงวัยผ่านการบูรณาการการเรียนรู้ทั่วโลกสู่การปฏิบัติ เมื่อผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเรื่องนี้จึงพบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ค้นพบทั้ง 5 ด้าน ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 1) ความดึงดูดใจ ศักยภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ จากศักยภาพขององค์ความรู้ที่มี และบุคลากร อีกทั้งมีความหลากหลายด้านของระบบนิเวศ มีความหลากหลายและสวยงามของมุมถ่ายรูป ซึ่งเป็นที่น่าดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว 2) ความสามารถในการเข้าถึง การท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยสามารถใช้บริการรถราง หรือขับรถยนต์ส่วนตัวไปตามเส้นทางและฐานกิจกรรม แต่ยังมีบางจุดที่ควรพัฒนาและปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ ป้ายสื่อความหมายของฐานกิจกรรมให้ดูสะอาดและชัดเจน 3) สิ่งอำนวยความสะดวก มหาวิทยาลัยมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการทั้งร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ ที่พัก พื้นที่ส่วนกลาง 4) ที่พัก มีความพร้อม ราคาไม่แพง บริการทั้งรูปแบบโรงแรมและรีสอร์ตอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ และ 5) กิจกรรม ควรมีกิจกรรมที่หลากหลาย กิจกรรมครอบคลุมการเรียนรู้ทุกเพศ ทุกวัย กิจกรรมในตารางการเรียนรู้ไม่ควรเป็นกิจกรรมที่กำหนดไว้เฉพาะ ควรมีกิจกรรมที่เป็นทางเลือก สามารถยืดหยุ่นได้ตามความสนใจ สามารถเลือกกิจกรรมเพื่อนำมาออกแบบตารางการท่องเที่ยวได้เอง นับได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวภายในมหาวิทยาลัย แสดงถึงศักยภาพในการให้บริการท่องเที่ยว และเพื่อตอบสนองความต้องการต่อการท่องเที่ยว เช่น เพื่อนันทนาการ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญพื้นฐานของการท่องเที่ยวที่เรียกว่า องค์ประกอบ 5As เช่นเดียวกับ Samaraweera & Upekshani (2019) พบว่าที่พักสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึง และกิจกรรมต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาพบว่า ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึง และกิจกรรมต่างๆ มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย โดยการศึกษาศักยภาพแหล่งเรียนรู้องค์ความรู้ในมหาวิทยาลัยที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ สามารถสังเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในมหาวิทยาลัย 2) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงเกษตร 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทักษะอาชีพ ทุกรูปแบบกิจกรรมเน้นการทดลองทำ เพื่อเกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความครอบคลุมและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาดูงาน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางแบบครอบครัว ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย ที่ต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการมอบองค์ความรู้ทักษะ ควบคู่กับความสนุกสนาน สามารถจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ เป็นลักษณะเส้นทางการท่องเที่ยวที่กำหนด โปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็น รายการท่องเที่ยวสำเร็จรูป แบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง คือ เส้นทางการท่องเที่ยวแบบเต็มวัน 1 วัน และแบบเวลา 1 คืน 2 วัน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกตามความสนใจ รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ มีความเหมาะสมทุกเพศ ทุกวัย สอดคล้องกับแนวคิดของ สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(2563) ที่ได้กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตจำเป็นต้องมีมุมมองแบบองค์รวม (Comprehensive View) ที่ครอบคลุมกิจกรรมการเรียนรู้ทุกด้าน โดยมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมและพัฒนาความรู้และความสามารถของบุคคลที่เข้าร่วมให้มีประสบการณ์การเรียนรู้อย่างเหมาะสมทุกเพศ ทุกวัย และยังสอดคล้องกับ Tomasi, Paviotti & Cavicchi (2020) กล่าวถึง สถาบันอุดมศึกษาสามารถส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยว โดยนักเรียนสามารถถูกมองว่าเป็นนักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เนื่องจากประสบการณ์โดยรวมของพวกเขาที่จุดหมายปลายทางรวมถึงกิจกรรมสันทนาการและการท่องเที่ยวและการเข้าพักของพวกเขาจะเป็นประโยชน์ต่อพวกเขาและจุดหมายปลายทาง ในบริบทนี้มหาวิทยาลัยสามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่ปลายทางและปรับปรุงความยั่งยืนของเศรษฐกิจท้องถิ่น

ผลการทดลองและประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านกิจกรรม รองลงมาด้านความดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และด้านความสามารถในการเข้าถึงตามลำดับ

ด้านกิจกรรม พบว่าโดยอยู่ในระดับมาก เนื่องจากกิจกรรมมีความหลากหลายและเส้นทางมีความดึงดูดน่าสนใจ ส่งเสริมทักษะองค์ความรู้ สอดคล้องกับ (Getz and Page, 2016 อ้างใน (นนลณีย์ วรจรัสวิทย์, ภัทราวดี มากมี และพูลพงศ์ สุขสว่าง, 2562) พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญคือกิจกรรมซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมกับจุดหมายปลายทาง กล่าวคือกิจกรรมที่เด่นชัดในพื้นที่ที่น่าสนใจ บวกกับกิจกรรมทางการตลาดที่ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักและมีความเป็นสากลขึ้นเพื่อดึงดูดการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมชม

ด้านความดึงดูดใจ พบว่าโดยอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ มีการทดลองทำ และความโดดเด่นด้านการสร้างการเรียนรู้ ทุกเพศ ทุกวัย สอดคล้องกับพรรณ์ธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์ (2022) พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจและกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเกิดความต้องการท่องเที่ยว ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจตามธรรมชาติและสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิต ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจมาเที่ยวชมเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการศึกษาความสนุกสนานหรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลายสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าโดยอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง พื้นที่ส่วนกลางสำหรับการทำกิจกรรม มีห้องสุขา มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและมีร้านอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ สอดคล้องกับอรรทวิท ศิลาน้อย (2562) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ในด้านของที่จอดรถ และสุขาสำหรับคนพิการ เพื่อการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

ด้านที่พัก พบว่าโดยอยู่ในระดับมาก ในเรื่องที่พักตั้งอยู่ในพื้นที่เหมาะสม ปลอดภัย ที่พักมีราคาเหมาะสม สอดคล้องกับสุรสิทธิ์ วิเชียร และคณะ (2561) ได้ทำการวิจัยการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ต พบว่ามีความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาให้ความสำคัญกับความมั่นใจเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเข้าพัก

ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่าโดยอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง มีบริการรถรับ - ส่ง แต่ควรเพิ่มป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยวและป้ายสื่อความหมายในแต่ละกิจกรรมให้ชัดเจน สอดคล้องกับอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์ (2565) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวด้วยความหลากหลายในการเดินทาง สภาพเส้นทางในชุมชนมีมาตรฐาน สถานที่ท่องเที่ยวเดินทางสะดวก การจราจรในพื้นที่มีความสะดวกคล่องตัว และควรเพิ่มเติมความเหมาะสมของภูมิทัศน์ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทางป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยว

ผลการทดลองโปรแกรมการท่องเที่ยวในส่วนการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นข้อมูลของนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะโดยตรงกับมหาวิทยาลัย เพื่อใช้ในการปรับปรุงกิจกรรม เส้นทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น สำหรับการเตรียมความพร้อม การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมในระดับมาก ดังนั้นมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมรูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ควรมีการจัดการท่องเที่ยว และรักษามาตรฐานการให้บริการไว้ให้อยู่ในระดับมากและมากขึ้น โดยมีการพัฒนาการบริหารจัดการพร้อมกันไปทุกด้าน อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านกิจกรรม และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนากิจกรรมสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนด้านกิจกรรม เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี จึงควรมีการขยายพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัย และพื้นที่เพื่อการเรียนรู้อื่น ๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กุลวดี ละม้ายจีน. (2552). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนรายวิชาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. อุบลราชธานี: สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

โชติรส สุวรรณรัตน์ และวรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา. (2562). แนวทางการจัดการศึกษาเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน. **วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย**. 11(2), 472-487.

ดุษณี ดำมี. (2557) การศึกษาตลอดชีวิต: พัฒนาสังคมไทยสู่สังคมแห่งการเรียนรู้. **วารสาร Mahidol R2R e-Journal.** 1(2), 12-30.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

นนลณีย์ วรจรัสวิทย์, ภัทราวดี มากมี และพูลพงศ์ สุขสว่าง. (2562) การออกแบบกิจกรรมการทองเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำบางปะกง. **วารสารวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา**. 17(1), 141-157.

เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช และคณะ. (2559). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพัฒนานักศึกษา. **วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้.** 3(2), 208-222.

พรรณ์ธิดา เหล่าพวงศักดิ์, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์. (2022). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**. 18(1), 1-11.

รักกิจ ศรีสรินทร์. (2554). **การเรียนรู้ตลอดชีวิต**. กองการต่างประเทศ. กรุงเทพฯ : สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.

ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทึก. (2561). การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.** 4(1), 12-28.

ศักรินทร์ ชนประชา. (2562). การศึกษาตลอดชีวิต. **วารสาร AL-NUR บัณฑิตวิทยาลัย**, 14(26), 159-175.

สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). **องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา** Organization for Economic Co-operation and Development หรือ OECD. สืบคนจาก https://www.ryt9.com/s/nesd/42724.

สุจิตรา หนูมีและเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2563). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. **วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ.** 7(1), 43-68.

สุรสิทธิ์ วิเชียร และคณะ. (2561). การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.** 1(1), 13-24.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2546). **รายงานวิจัยปฏิบัติการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายใน สถานศึกษา.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.)

อัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์. (2565). การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนบางตะบูนและชุมชนบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี.**วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน.** 4(1), 97 – 114.

อรรทวิท ศิลาน้อย. (2562). ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพระบรมธาตุนาดูน สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. 10(2), 130-143.

เอื้อมพร หลินเจริญ. (2555). **เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

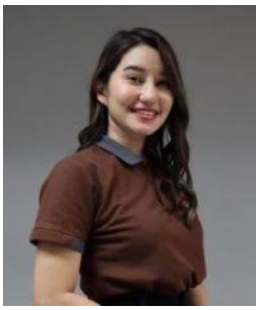
McGladdery, C.A. and Lubbe, B.A. (2017), Rethinking educational tourism: proposing a new model and future directions, **Tourism Review**, 72(3), 319-329.

Rinaldi, C., Cavicchi, A., Spigarelli, F., Lacchè, L., & Rubens, A. (2018). Universities and smart specialisation strategy: From third mission to sustainable development co-creation, **International Journal of Sustainability in Higher Education**, 19(1), 67-84.

Samaraweera, K.G., and Upekshani, Y., (2019). **An empirical analysis to investigate the influence of 5A's on domestic tourists' satisfaction in Hikkaduwa, Sri Lanka,** conference proceedings: South Eastern University International Arts Research Symposium -2019, 18th December 2019, (pp. 269- 285). http://ir.lib.seu.ac.lk/handle/123456789/4214.

Tomasi, S., Paviotti, G., & Cavicchi, A. (2020). Educational Tourism and Local Development: The Role of Universities. **Sustainability**, 12(20), 1-15.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname: Pattraporn Tipmongkol
Highest Education: Master of Art, Tourism and Hotel Management, Naresuan University
University or Agency: Valaya Alongkorn Rajabhat University, Pathum Thani, Thailand.
Field of Expertise: Hospitality and Hotel, Tourism
Address: 1 Moo 20 Klong Nuaug, Klong Luang, Pathumthani 13180

ประวัติแนบท้ายบทความ (ต่อ)

	Name: Lalida Kaewshai **Highest Education:** Master of Science in Corporate Brand Management, Brunel University London **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University, Pathum Thani, Thailand. **Field of Expertise:** Marketing, Marketing Communication **Address:** 52/1 Moo7 Klong Song, Klong Luang, Pathumthani 12120
	Name: Raweepan Kanjanawat **Highest Education:** Master of International Tourism and Hospitality Management, James Cook University Australia **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University, Pathum Thani, Thailand. **Field of Expertise:** Marketing, Hospitality Management **Address:** 4 Soi Tansumrit26, Thasai ,Mueang, Nonthaburi 11000
	Name and Surname: Thiranan Tiwaratreewit **Highest Education:** Master of Engineering (M.Eng.): Logistics Engineering and Supply Chain Management Chang Mai University, Thailand. **University or Agency:** Valaya Alongkorn Rajabhat University, Pathum Thani, Thailand. **Field of Expertise:** Logistics and Supply Chain Management **Address:** 1 Moo 20 Klong Nuaug, Klong Luang, Pathumthani 13180
	Name and Surname : Dr. Wareerat Sampatpong **Highest Education :** Doctor of Business Administration, Naresuan University. **University or Agency :** Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage. **Field of Expertise :** Business Administration , Marketing **Address:** 1 Moo 20 Klong Nuaug, Klong Luang, Pathumthani 13180

ภาคผนวก

แบบฟอร์มขอส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลง
วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง ขอส่งบทความตีพิมพ์ลงในวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์

ข้าพเจ้า(ผู้ส่งบทความ) ชื่อ.....นามสกุล.....
ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ).....
ตำแหน่ง ☐ อาจารย์ ☐ นักศึกษา
หลักสูตร.....สาขา.....
มหาวิทยาลัย.....
ชื่อเรื่องบทความภาษาไทย
.....
ชื่อบทความภาษาอังกฤษ
.....
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ เลขที่.....หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....
ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....
รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์..... E-mail.....
มีความประสงค์ขอส่ง

☐ บทความวิชาการ
☐ บทความวิจัย

เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งบทความดังกล่าวนี้ข้าพเจ้าขอรับรองว่ายังไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น ในระหว่างการรอตีพิมพ์ หากข้าพเจ้าขอเพิกถอนบทความ ข้าพเจ้ายินยอมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ อันอาจเกิดขึ้น

ในการนี้ข้าพเจ้าได้ดำเนินการจัดพิมพ์ ตามรูปแบบการเขียนบทความวิจัยที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ กำหนดไว้ทุกประการ และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงได้จัดส่งเนื้อหาบทความ จำนวน 1 ฉบับ ให้แก่กองบรรณาธิการวารสาร เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

ลงนาม.....ผู้ส่งบทความ
(.....)

การเตรียมต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์ลงในวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

ผลงานทางวิชาการที่ได้รับพิจารณา ได้แก่ บทความทางวิชาการ และบทความวิจัย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การตีพิมพ์ต้นฉบับใช้แบบอักษร (Font) ชนิด TH SarabunPSK ขนาด 16 และ 14 ตามที่กำหนดในแบบฟอร์ม พิมพ์หน้าเดียวขนาด A4 ความยาวไม่เกิน 15 หน้า ต้นฉบับประกอบไปด้วยหัวข้อต่อไปนี้

บทความวิจัย

1. ชื่อบทความวิจัย (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้เขียน พร้อมข้อมูลวุฒิการศึกษา และสถานที่ทำงาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ทั้งนี้ วารสารสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนชื่อและจำนวนผู้เขียน ภายหลังส่งบทความเข้าระบบแล้ว
3. บทคัดย่อ (ภาษาไทย จำนวนไม่เกิน 250 คำ และภาษาอังกฤษจำนวนไม่เกิน 250 คำ)
4. คำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
5. ความสำคัญของปัญหา
6. วัตถุประสงค์การวิจัย
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย
8. นิยามศัพท์
9. การทบทวนวรรณกรรม
10. วิธีการดำเนินงานวิจัย
11. ผลการวิจัย
12. อภิปรายผล
13. ข้อเสนอแนะ
14. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)
15. เอกสารอ้างอิง
16. ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

บทความวิชาการ

1. ชื่อเรื่อง/บทความ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อ/ที่อยู่ผู้เขียน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ทั้งนี้ วารสารสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนชื่อและจำนวนผู้เขียน ภายหลังส่งบทความเข้าระบบแล้ว
3. บทคัดย่อ (ภาษาไทย จำนวนไม่เกิน 250 คำ และภาษาอังกฤษจำนวนไม่เกิน 250 คำ)
4. คำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
5. บทนำ
6. เนื้อหา
7. สรุป
8. เอกสารอ้างอิง
9. ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

หมายเหตุ :

การกำหนดรูปแบบบทความวิจัย สำหรับตีพิมพ์ ให้ผู้ส่งปฏิบัติ ดังนี้

1. ตั้งระยะขอบบน 3.81 เซนติเมตร (1.5นิ้ว) ตั้งระยะขอบล่าง 2.54 เซนติเมตร (1นิ้ว)
2. ตั้งระยะขอบด้านซ้าย 3.81 เซนติเมตร (1.5นิ้ว) ตั้งระยะขอบด้านขวา 2.54 เซนติเมตร (1นิ้ว)
3. แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 และ 14 (ตามที่กำหนดในแบบฟอร์ม)

รูปแบบและขนาดตัวอักษร

ตารางที่ 1 การกำหนดรูปแบบและขนาดตัวอักษร

ส่วนประกอบบทความ	**บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ Font = TH SarabunPSK**	
	ขนาดตัวอักษร	**ลักษณะตัวอักษร**
ชื่อเรื่องภาษาไทย	**16 [CT]**	**ตัวหนา**
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ	**16 [CT]**	**ตัวหนา/ ตัวพิมพ์ใหญ่**
ชื่อผู้นิพนธ์ และผู้นิพนธ์ร่วม	14 [CT]	ตัวปกติ
สถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน	14 [CT]	ตัวปกติ
บทคัดย่อ และ ABSTRACT	**16 [CT]**	**ตัวหนา**
เนื้อหาในบทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [LRJ]	ตัวปกติ
หัวข้อสำคัญ	**16 [LJ]**	**ตัวหนา**
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [LRJ]	ตัวปกติ
หัวข้อหลักต่างๆ เช่น ความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย และวิธีการดำเนินการวิจัย	**16 [LJ]**	**ตัวหนา**
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [LRJ]	ตัวปกติ

หมายเหตุ : CT = Centre Text (กึ่งกลาง), LJ = Left Justified (ชิดซ้าย)

LRJ = Left & Right Justified (กระจายแบบไทย)

หมายเหตุ

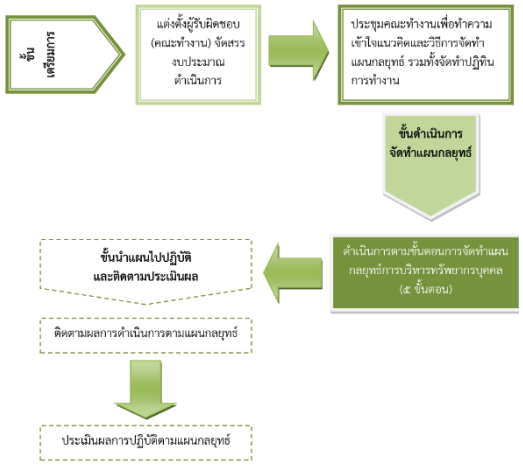
1. คำสำคัญคือ คำที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูลของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ
2. วิธีการดำเนินการวิจัย ได้แก่ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
3. เอกสารอ้างอิง ให้เขียนเฉพาะที่กล่าวถึงในบทความที่ส่งเท่านั้น
4. จำนวนหน้าของเนื้อหาของบทความที่ส่งไม่เกิน 15 หน้า
5. หมายเลข [1),2),3)] ถ้าเป็นอาจารย์ในหลักสูตรที่นักศึกษาเรียนอยู่ไม่ต้องใส่หมายเลขและอาจารย์อยู่ในหลักสูตรเดียวกันให้ใช้ตัวเลขเดียวกัน ส่วนถ้าอาจารย์ไม่ได้อยู่ในหลักสูตรเดียวกันให้ใช้ตัวเลขต่างกัน

การจัดรูปภาพ ตาราง และการเขียนสมการ

1. การจัดรูปภาพต้องพิมพ์รูปภาพให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ใต้รูปภาพให้บอกชื่อของรูปภาพและบอกแหล่งที่มาของรูปภาพด้วย

รูปภาพควรจะมีรายละเอียดเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เว้นบรรทัดเหนือรูปภาพ 1 บรรทัดใต้คำบรรยายรูปภาพ 1 บรรทัด ชื่อภาพให้จัดวางไว้ชิดริมซ้าย โดยวางไว้ใต้ภาพ ภาษาไทยใช้คำว่า **ภาพที่** ภาษาอังกฤษใช้คำว่า **Figure** ตามด้วยหมายเลขภาพ ห่างจากคำว่าภาพที่ 1 ตัวอักษร ใช้ลักษณะตัวเลขเป็นตัวหนา และเว้น 1 ตัวอักษร ตามด้วยชื่อภาพควรระบุที่มาของภาพ (ถ้ามี) โดยระบุคำว่าที่มา ให้ตรงกับคำว่าภาพที่ ด้วยรูปแบบอักษรปกติ ตามด้วยเครื่องหมาย (:) แล้วเว้น 1 ตัวอักษรตามด้วยแหล่งอ้างอิง

ตัวอย่างรูปแบบภาพ



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลของ สลค.

ที่มา: สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 1 มีนาคม 2557

2. การจัดรูปแบบตาราง ตารางทุกตารางจะต้องมีหลายเลขและคำบรรยายกำกับเหนือตารางให้เว้นบรรทัดเหนือชื่อตาราง 1 บรรทัด และเว้นใต้ตาราง/หมายเหตุตาราง หรือ ที่มา 1 บรรทัด ชื่อตารางภาษาไทยใช้คำว่า **ตารางที่** ภาษาอังกฤษใช้คำว่า **Table** ตามด้วยหมายเลขตารางห่างจากคำว่าตารางที่ 1 ตัวอักษร ใช้ลักษณะตัวเลขเป็นตัวหนา และเว้น 1 ตัวอักษร ตามด้วยชื่อตารางโดยจัดรูปแบบชิดริมซ้าย

ตัวอย่างรูปแบบตาราง
ตารางที่ 1 ผลการสำรวจคุณลักษณะบัณฑิตด้านคุณธรรม จริยธรรม

หัวข้อในการสำรวจ	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความพึงพอใจ**
1.1 ความมีระเบียบวินัย	4.09	0.73	มาก
1.2 ความซื่อสัตย์สุจริต	4.06	0.64	มาก
1.3 ความรับผิดชอบ	3.92	0.77	มาก
1.4 ความเสียสละ ความมีน้ำใจ จิตอาสา	4.07	0.73	มาก
1.5 ความตรงต่อเวลา	4.31	0.64	มาก
1.6 มีจรรยาบรรณวิชาชีพ	4.60	.56	มากที่สุด
รวม	**4.11**	**.70**	**มาก**

3. ตัวอย่างการจัดรูปแบบสมการ
- ต้องพิมพ์ให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ

ตัวอย่าง รูปแบบสมการ

$$X^2 + 3x + 11 = 0$$

การอ้างอิงในเนื้อหาและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อความทุกการอ้างอิงที่ปรากฏในเนื้อหาจะต้องมีในส่วนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ และห้ามใส่เอกสารอ้างอิงโดยปราศจากการอ้างอิง โดยมีรายละเอียดการอ้างอิงดังนี้

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

1.1 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาต่างประเทศ ให้ใช้ชื่อสกุลตามด้วยปีที่ตีพิมพ์ ในเอกสาร เช่น (Dessler, 2003) กรณีมีผู้นิพนธ์ 2 คน (Byars, & Rue, 2004) กรณีมีผู้นิพนธ์ 3 คน (Mathis, Gordon & Jackson, 2003) กรณีมีผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คน (Noe et al., 2008)

1.2 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาไทยให้ใส่ชื่อและนามสกุลของผู้นิพนธ์ ตามด้วย ปี พ.ศ. เช่น (ชูศักดิ์ เจนประโคน, 2552) กรณีมีผู้นิพนธ์ 2 คน (จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์ และสุวรรธนา เทพจิต, 2550) กรณีมีผู้นิพนธ์ 3 คน (ประทุม ชัยสุก, สงวน จารุจิต และสิริ สุขอนันต์, 2559) กรณีมีผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คน (มุกดา ศรียงค์ และคณะ, 2556)

1.3 การอ้างอิงเอกสารมากกว่าหนึ่งรายการในวงเล็บเดียวกัน ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร โดยคั่นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค “;” ไม่ต้องเว้นหน้าเครื่องหมายนี้ แต่ให้เว้น 1 ตัวอักษรหลังเครื่องหมาย เช่น (ประทุม ชัยสุก, 2557; สงวน จารุจิต, 2559)

1.4 การอ้างอิง กรณีที่มีเอกสารมากกว่าหนึ่งชื่อเรื่อง โดยผู้แต่งคนเดียวกันและพิมพ์ในปีเดียวกันควรกำหนดอักษร ก ข ค... กำกับไว้ที่ปี พ.ศ. ด้วย สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น (ชูศักดิ์ เจนประโคน, 2552ก) หรือ (ชูศักดิ์ เจนประโคน, 2552ข) และอักษร a, b, c, สำหรับภาษาต่างประเทศ เช่น (Dessler, 2003a) หรือ (Dessler, 2003b)

1.5 การอ้างอิงเอกสารที่ผู้แต่งเป็นสถาบัน ในการอ้างอิงทุกครั้งให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน เช่น (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2560)

1.6 การอ้างอิงที่ไม่ปรากฏนามผู้แต่งให้ใช้คำว่า นิรนาม สำหรับเอกสารภาษาไทย และคำว่า Anonymous สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศแทนชื่อผู้แต่ง เช่น (นิรนาม, 2559) หรือ (Anonymous, 2010)

1.7 การอ้างอิงสองทอด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากเอกสารต้นฉบับ ต้องสืบค้นจากเอกสารที่ผู้อื่นได้อ้างอิงไว้ (Secondary Source) เขียนโดย การอ้างอิงโดยระบุชื่อผู้แต่งต้นฉบับ (Original) ที่ผู้อื่นนำมาอ้างอิงต่อในกรณีหนังสือของ (สิริ สุขอนันต์, 2559) ให้ระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ ตามด้วย “อ้างใน” สำหรับเอกสารภาษาไทยหรือคำว่า “cited in” สำหรับภาษาไทยต่างประเทศ แล้วระบุชื่อผู้ที่นำผลงานนั้นมาอ้างอิง เช่น (Dessler, 2010 อ้างใน (สิริ สุขอนันต์, 2559)

1.8 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ในตำแหน่งที่ต้องระบุปีที่พิมพ์ ให้ระบุ ม.ป.ป. สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น (กรมป่าไม้, ม.ป.ป.) และ n.d. สำหรับเอกสารต่างประเทศ เช่น (Mathis, n.d.)

2. เอกสารอ้างอิง

2.1 หนังสือ

มุกดา ศรียงค์ และคณะ. (2556). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

2.2 บทความจากวารสาร

วโรดม แก้วโกมินทวงษ์. (2557). สมรรถนะของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่จำเป็นต่อยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. **วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. 6(2), 103-115.

2.3 รายงานการวิจัย

พิมพ์ลักษณ์ อยู่วัฒนา. (2557). **การวิจัยแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสายสนับสนุนเครือข่ายบริการสาธารณสุข จังหวัดสมุทรสงคราม**. สมุทรสงคราม: สำนักงานสาธารณสุขสมุทรสงคราม.

2.4 วิทยานิพนธ์

2.4.1 วิทยานิพนธ์แบบรูปเล่ม

ผู้แต่ง./(ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ Doctoral dissertation หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ master's thesis)./สถานที่พิมพ์./ชื่อสถาบัน.

วันชนะ จูบรรจง. (2560). ระบบสนับสนุนการประมาณการสัมผัสแคดเมียมผ่านการบริโภคอาหาร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.4.2 วิทยานิพนธ์ฐานข้อมูลออนไลน์

ผู้แต่ง./(ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ Doctoral dissertation หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ master's thesis)./สถานที่พิมพ์./ชื่อสถาบัน. สืบค้นจาก หรือ Retrieved from http://www.xxxxxxxxx

พรทิพย์ ว่องไวพิทยา. (2551). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการมอบหมายและติดตามความก้าวหน้าของงาน กรณีศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก. มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นจาก https://tdc.thailis.or.th/tdc/

2.5 เอกสารประกอบการสัมมนา/การประชุมทางวิชาการ

วรัญญา แก้วสุวรรณ. (2560). **ทิศทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่ประชาคมอาเซียน**. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การยกระดับแรงงานไทยสู่ประชาคมอาเซียน โรงแรมบางกอกอินเตอร์ จังหวัดกรุงเทพ

2.6 สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

กองวิจัยตลาดแรงงาน. (2560). **สถิติผู้สำเร็จการศึกษา**. สืบค้นจาก http://lmi.doe.go.th/images/file/book/book12.2.pdf.

NASA. (2016). **Supercomputer.** Retrieved from http://www.nasa.gov/centers/ames/news/releases/2010/10-45AR.html.

ประวัติแนบท้ายบทความ (กรอกเป็นภาษาอังกฤษ)

รูปภาพผู้เขียน	**Name and Surname:** **Highest Education:** **University or Agency:** **Field of Expertise:** **Address:**

[ชื่อ ภาษาไทย]

[ชื่อเรื่อง ภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่)]

ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์[1] ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[2] และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[3] [ภาษาไทย]
ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์[1],ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[2],และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[3] [ภาษาอังกฤษ]

[1] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[2] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[3] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
} ภาษาไทย

[1] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[2] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[3] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
} ภาษาอังกฤษ

E-mail [1]..... [2]..... [3].....

บทคัดย่อ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

คำสำคัญ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ABSTRACT

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

Keywords

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

บทนำ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

เนื้อหา

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

สรุป

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

เอกสารอ้างอิง

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

....

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

....

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

....

ประวัติแนบท้ายบทความ

รูปภาพผู้เขียน	**Name and Surname:** **Highest Education:** **University or Agency:** **Field of Expertise:** **Address:**

วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ ฉบับที่ เดือน ปี

[ชื่อ ภาษาไทย]

[ชื่อเรื่อง ภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่)]

ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์[1] ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[2] และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[3] [ภาษาไทย]
ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์[1],ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[2],และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม[3] [ภาษาอังกฤษ]

[1] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[2] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[3] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
} ภาษาไทย

[1] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[2] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
[3] หลักสูตร.....สาขาวิชา.....ชื่อสถาบัน.....
} ภาษาอังกฤษ

E-mail [1]..... [2]..... [3].....

บทคัดย่อ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

คำสำคัญ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ABSTRACT

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

Keywords

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ความสำคัญของปัญหา

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

วัตถุประสงค์การวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

กรอบแนวคิดในการวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

นิยามศัพท์

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

การทบทวนวรรณกรรม

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

วิธีดำเนินการวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ผลการวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

อภิปรายผล

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ข้อเสนอแนะ

1. **ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน**

   [พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

2. **ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป**

   [พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

เอกสารอ้างอิง

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

.....

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

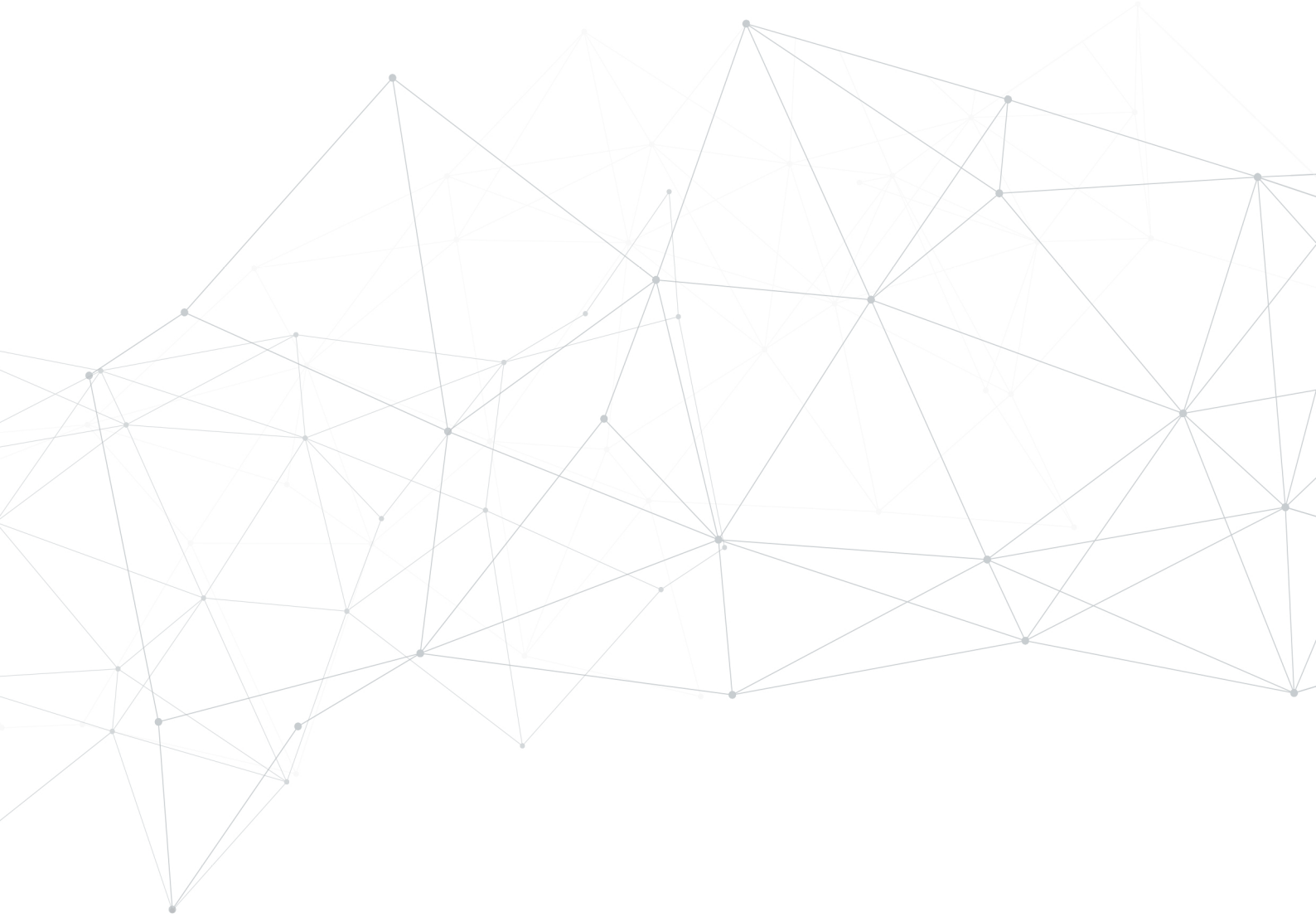
.....

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

.....

ประวัติแนบท้ายบทความ

รูปภาพผู้เขียน	**Name and Surname:** **Highest Education:** **University or Agency:** **Field of Expertise:** **Address:**



วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

เลขที่ 1 หมู่ 20 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 13180

โทรศัพท์ 025-293847 โทรสาร 025-293847

https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/index

E-mail: fmsjournal@vru.ac.th