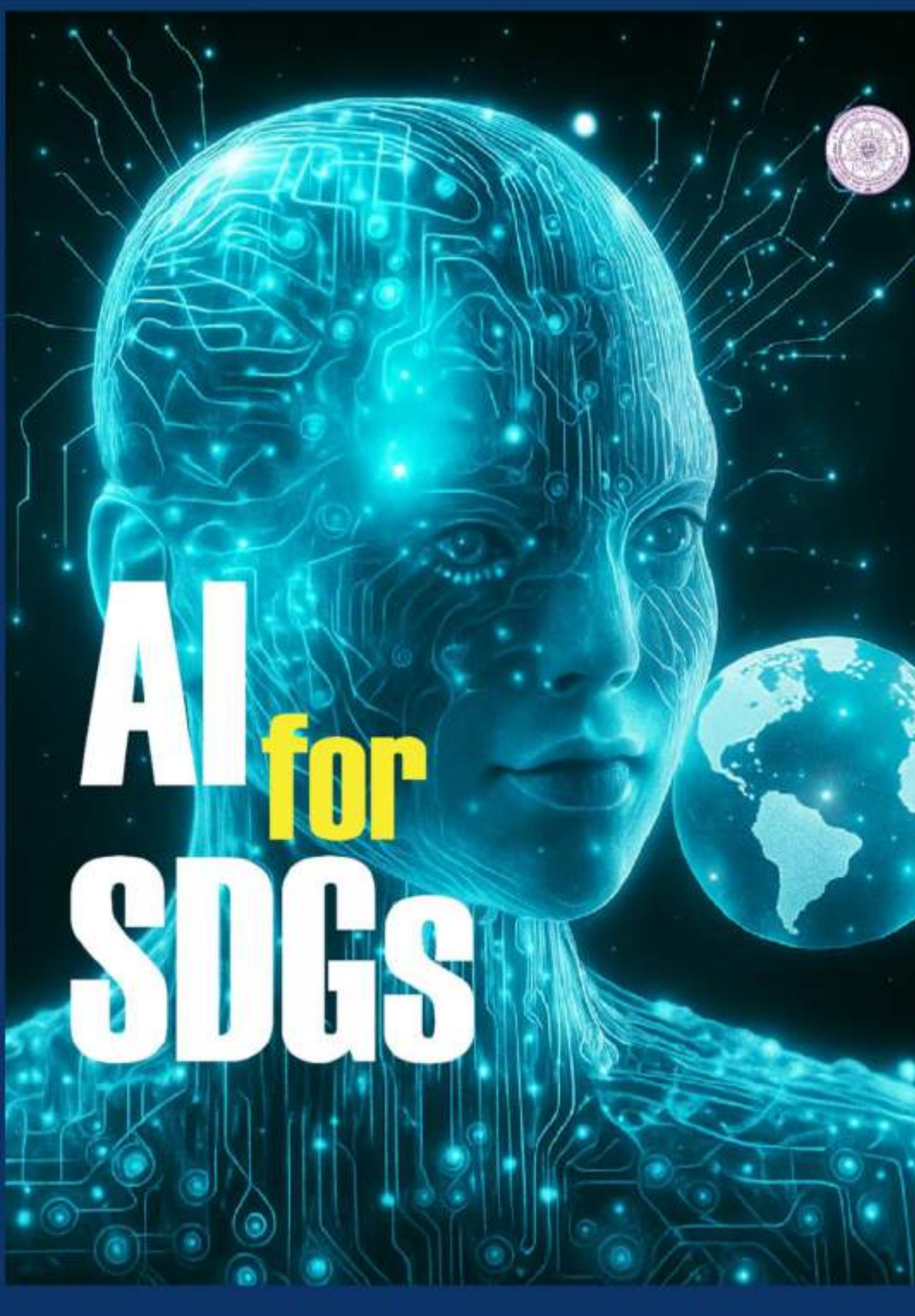
Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
คุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย	ปิยาภา พรหมทอง กวีกานต์ กลั่นมา จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์	125-133
กลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ทักษพร ดาวขาว วัลลภ นิมานนท์	134-142
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในภาคอุตสาหกรรม	เดโชชัย สาพิมพ์ ศุภโชค เสมศรี เพียร โตท่าโรง สิทธิกร ใจดี เจตจอหอ	143-159
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำ Chat GPT ไปประยุกต์ใช้ในงานบัญชี	วฤตตา สังวรกิตติวุฒิ ฐนิตา บุญยสาร สมโภช ฮองกูล นวพร เชื้อเฉลิม ประภาพรรณ เอกอภิสิทธิ์	160-167
ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองในการบริการรถบัส รับ-ส่งนักเรียน ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ในงานโลจิสติกส์	ศุภเดช สงสม ธนวัฒน์ อภิธานวิทิต จุลจักร เอี่ยมลาภะ	168-182
ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในสาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	รณชัย แพทย์ไชโย โยษิตา ผิบลักษณ์ ตนุพล วันชัยสถิร	183-191
การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ในอำเภอฉลาง จังหวัดภูเก็ต	นฤพนธ์ อัยสานนท์ จินดา ขลิบทอง เฉลิมศักดิ์ คุ้มหิรัญ	192-204
ความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของแกนนำสุขภาพประจำครอบครัว ตำบลบางคลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	สมฤดี นามวงษ์	205-217
แนวทางความร่วมมือระหว่างชุมชนกับตำรวจในการป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา สถานีตำรวจนครบาลหนองจอก	พรเทพ สุดิปัญญา เฉลิมพล บุชอุดม ผกากรอง ชุติกุลวรนันท์	218-229
พฤติกรรมการจัดการขยะอาหารของชุมชนในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์	230-244
ปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำโบราณบางพลี	กวีกานต์ กลั่นมา ภณสิทธ์ อ้นยะ	245-252
การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานกลุ่มแปลงใหญ่ปาล์มน้ำมันในอำเภอเมืองพังงา จังหวัดพังงา	นทดล ภักดี จินดา ขลิบทอง เฉลิมศักดิ์ คุ้มหิรัญ	253-273

คุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย

Qualifications of Cooperative Education Students that Establishments in the Lat Krabang Industrial Estate Require According to the Thai Higher Education Qualifications Framework

ปิยาภา พรหมทอง, กวีกานต์ กลั่นมา, จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, p_promthong@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย (Thai Qualification Framework - TQF) 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความรู้ 2. ทักษะ 3. จริยธรรม 4. ลักษณะบุคคล ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ หัวหน้าฝ่ายบุคคลของสถานประกอบการที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ที่นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเข้ารับการฝึกสหกิจศึกษา จำนวน 23 แห่ง โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และมีวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

ผลการวิจัยพบว่าคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$= 4.73, SD =0.50) รองลงมาได้แก่ด้านลักษณะบุคคล ($\bar{X}$= 4.71, SD=0.66) ด้านทักษะ ($\bar{X}$= 4.11, SD=0.48) และด้านความรู้ ($\bar{X}$= 4.03, SD=0.64) ตามลำดับ

คำหลัก : นักศึกษาสหกิจศึกษา, คุณสมบัติที่พึงประสงค์, กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ, และนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

Abstract

This research aimed to study the characteristics of cooperative education students that the establishments in Ladkrabang Industrial Estate required according to the Thai Qualification Framework (TQF) in 4 aspects: 1. Knowledge 2. Skills 3. Ethics 4. Personal characteristics. A survey study was used to collect data using a questionnaire. The population used in the research was the HR heads of 23 establishments in the Lat Krabang Industrial Estate where students of Bangkok Suvarnabhumi University participated in their internship. The sample was selected using the

purposive sampling method. Data were analyzed by finding the mean $\bar{X}$ and standard deviation (SD.)

The results of the study showed that the qualifications of cooperative education students required by establishments in the Ladkrabang Industrial Estate Zone were in accordance with the framework of Thai higher education qualification standards in all four aspects. The highest average value was $(\bar{X} = 4.73, SD = 0.50)$, followed by personality $(\bar{X} = 4.71, \text{SD}=0.66)$, skills$(\bar{X} = 4.11, \text{SD}=0.48)$, and knowledge $(\bar{X} = 4.03, \text{SD}=0.64)$, respectively.

Keywords : Cooperative education students, Desirable Features, Thai Qualification Framework – TQF, Ladkrabang Industrial Estate

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการผลิตบัณฑิตให้มีสมรรถนะพร้อมสู่โลกแห่งการทำงานจริง และตรงกับความต้องการของตลาดในแต่ละยุคสมัย ถือเป็นสิ่งที่สำคัญ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จึงจัดให้มีการเรียนรู้แบบสหกิจศึกษา (Co-operative Education: Co-op) ภายใต้แนวคิดของการเชื่อมโยงโลกของการศึกษากับการประกอบอาชีพ การจัดการศึกษาเชิงประสบการณ์ (Experiential Education) บนฐานสมรรถนะ (Competencies-based) ให้นักศึกษาเรียนในสถาบันอุดมศึกษาควบคู่กับการไปปฏิบัติงานจริง ในสถานประกอบการ (Workplace) โดยจัดให้มีการผสมผสาน ระหว่างการเรียนของนักศึกษากับการปฏิบัติจริงอย่างมีหลักการ และเป็นระบบ เพื่อให้ได้ประสบการณ์ตรง โดยกำหนดให้นักศึกษาออกปฏิบัติงานในสถานประกอบการในฐานะเสมือนพนักงาน (ชั่วคราว) เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา หรือประมาณ 16 สัปดาห์ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552)

จากนโยบายการส่งเสริมสนับสนุนการจัดการศึกษารูปแบบสหกิจศึกษาในด้านต่างๆ ของภาครัฐ ทำให้สถานประกอบการและสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดการศึกษารูปแบบสหกิจศึกษา ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสถาบันอุดมศึกษา สถานประกอบการ หรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตและต่อนักศึกษาเอง การจัดการเรียนการสอนรูปแบบสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ เป็นการดำเนินงานในหลักสูตรที่มีเป้าหมายหลักในการผลิตบัณฑิตเพื่อเข้าสู่ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมเป็นหลัก (วิไลลักษณ์ ขาวสอาด, 2561)

การเพิ่มคุณภาพของนักศึกษาก่อนที่จะออกฝึกสหกิจศึกษา ให้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ ถือเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญที่จะเป็นการช่วยให้นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับสถานประกอบการได้เป็นอย่างดีและ ลดปัญหาความไม่พร้อมและความไม่เข้าใจในการทำงานของนักศึกษาได้อีกทางหนึ่ง ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้นักศึกษาได้มีโอกาส ได้แสดงความสามารถให้ผู้ประกอบการเห็นก่อนที่จะจบการศึกษาและอาจเป็นหนทางให้นักศึกษาได้ทำงานในสถานประกอบการที่ไปฝึกหลักจากเสร็จสิ้นการฝึกงานได้อีก

นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง นับว่าเป็นแหล่งอุตสาหกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจที่สำคัญของประเทศเอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีระบบการขนส่งไม่ไกลจากสนามบินและท่าเรือที่สำคัญ การคมนาคม การขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ มีความสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากใกล้บริเวณสนามบินสุวรรณภูมิถือเป็นนิคมอุตสาหกรรมที่น่าสนใจของผู้ลงทุนเป็นอย่างมาก จึงมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว (อิทธิพันธ์ ห้วยหงษ์ทอง และคณะ, มมป.) และมีการตอบรับนโยบายของภาครัฐบาลในการรับนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในระบบสหกิจศึกษา โดยเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตลาดกระบัง

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาคุณสมบัติ 4 ด้าน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565) ได้แก่

1. ด้านความรู้ (Knowledge) มีลักษณะย่อย 3 ประการ คือ
    1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง
    1.2 สามารถบูรณาการความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์กับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
    1.3 มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง
2. ด้านทักษะ (Skills) มีลักษณะย่อย 5 ประการ คือ
    2.1 มีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง
    2.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
    2.3 คิดอย่างมีวิจารณญาณ
    2.4 สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้
    2.5 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี
3. ด้านจริยธรรม (Ethics) มีลักษณะย่อย 3 ประการ คือ
    3.1 ตระหนักในคุณค่าและจริยธรรมเสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
    3.2 มีวินัย มีความรับผิดชอบ และตรงต่อเวลา
    3.3 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆขององค์กร
4. ด้านลักษณะบุคคล (Character) มีลักษณะย่อย 5 ประการ คือ
    4.1 มีความใฝ่รู้ ใฝ่เรียน อยู่ตลอดเวลา
    4.2 กล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในทางที่ถูกต้อง
    4.3 มีความรับผิดชอบและอดทนในการทำงานตามวิชาชีพ
    4.4 มีความละเอียดและรอบคอบในการทำงาน
    4.5 มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ และสามารถนำมาใช้งานได้

เพื่อทราบถึงความต้องการของสถานประกอบการและนำไปปรับใช้ในการเพิ่มคุณภาพของนักศึกษาก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพในรูปแบบสหกิจศึกษาให้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการต่อไป

วัตถุประสงค์

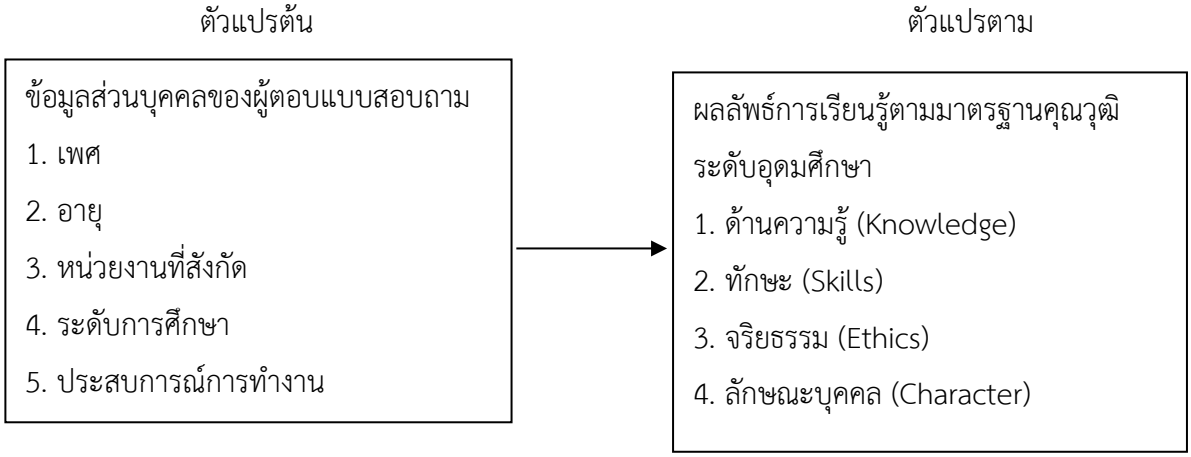
เพื่อศึกษาคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้เข้าใจความต้องการของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีต่อนักศึกษาสหกิจศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงแนวทางการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษามีคุณสมบัติพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบสหกิจ และตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ

กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยมีตัวแปรและกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายบุคคลของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ที่นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเคยเข้ารับการฝึกสหกิจศึกษาระหว่างปีพ.ศ. 2562- พ.ศ. 2567จำนวน 23 แห่ง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลของหัวหน้าฝ่ายบุคคลของสถานประกอบการที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเคยเข้ารับการฝึกสหกิจศึกษาจำนวน 23 คน ได้แก่ เพศ อายุ หน่วยงานที่สังกัด ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน

ตัวแปรตาม คือ คุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) ด้านจริยธรรม (Ethics) และด้านลักษณะบุคคล (Character)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยลักษณะของแบบสอบถามมีโครงสร้างรายละเอียดของคำถามที่ระบุคำถามชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และคำถามปลายปิด (Close-ended Question) 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ หน่วยงานที่สังกัด ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 คุณสมบัติ 4 ด้าน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) ด้านจริยธรรม (Ethics) และด้านลักษณะบุคคล โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ซึ่งมีเกณฑ์แต่ละระดับดังนี้

5 มีความต้องการระดับมากที่สุด
4 มีความต้องการระดับมาก
3 มีความต้องการระดับปานกลาง
2 มีความต้องการระดับน้อย
1 มีความต้องการระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบในการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach’s Alpha) และจะนำแบบสอบถามไปใช้ต่อเมื่อทดสอบแล้วได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค มากกว่า 0.70

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 100) 5 ระดับ มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	ระดับความต้องการมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับความต้องการมาก
2.61-3.40	ระดับความต้องการปานกลาง
1.81-2.60	ระดับความต้องการน้อย
1.00-1.80	ระดับความต้องการน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลและลงมือเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำคัญ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ บทความ ตำราสื่ออิเล็คทรอนิกส์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่สังกัด สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 23 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81.67 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.23 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 89.64 มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.24 ผู้ประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ส่วนใหญ่สังกัดบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 92.15

จากการศึกษาคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พบว่าสถานประกอบการมีความต้องการคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาดังนี้

ตาราง 1 คุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ

คุณสมบัติ 4 ด้าน	**สถานประกอบการ**		**ระดับความต้องการ**
	($\bar{X}$)	**SD.**	
ด้านความรู้ (Knowledge)	4.03	0.50	มาก
ด้านทักษะ (Skills)	4.11	0.64	มาก
ด้านจริยธรรม (Ethics)	4.73	0.50	มากที่สุด
ด้านลักษณะบุคคล (Character)	4.71	0.66	มากที่สุด
รวม	4.39	0.55	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่าสถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง มีความต้องการคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.39, SD=0.55) โดยด้านจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$= 4.73, SD =0.50) รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะบุคคล ($\bar{X}$=

4.71, SD=0.66) ด้านทักษะ ($\bar{X}$= 4.11, SD=0.48) และด้านความรู้ ($\bar{X}$= 4.03, SD=0.64) ตามลำดับ โดยรายละเอียดของแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านจริยธรรม (Ethics) เป็นคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความต้องการเป็นอันดับแรก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการมีความต้องการเรื่องมีวินัย มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลามากที่สุด ($\bar{X}$=4.84, SD=0.50) รองลงมาได้แก่ เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆขององค์กร ($\bar{X}$=4.78, SD=0.44) และมีตระหนักในคุณค่าและจริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริตเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X}$=4.57, SD=0.48)

ด้านลักษณะบุคคล (Character) เป็นคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความต้องการเป็นอันดับที่สอง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการมีความต้องการเรื่องมีความรับผิดชอบและอดทนในการทำงานตามวิชาชีพ เป็นอันดับแรก ($\bar{X}$=4.79, SD=0.37) รองลงมามีความละเอียดและรอบคอบในการทำงาน ($\bar{X}$=4.71, SD=0.48) มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและสามารถนำมาใช้งานได้ ($\bar{X}$=4.55, SD=0.52) กล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในทางที่ถูกต้อง ($\bar{X}$=4.51, SD=0.32) และมีความใฝ่รู้ ใฝ่เรียน อยู่ตลอดเวลาเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X}$=4.49, SD=0.43)

ด้านทักษะ (Skills) เป็นคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความต้องการ เป็นอันดับที่สาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการมีความต้องการเรื่องสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้ เป็นอันดับแรก ($\bar{X}$=4.35, SD=0.52) รองลงมาได้แก่ มีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ($\bar{X}$=4.18, SD=0.60) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี ($\bar{X}$=4.05 , SD=0.42) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ($\bar{X}$=4.01 , SD=0.32) และคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X}$=3.97 , SD=0.62)

ด้านความรู้ (Knowledge) เป็นคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความต้องการเป็นอันดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการมีความต้องการเรื่องมีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง เป็นอันดับแรก ($\bar{X}$=4.38, SD=0.68) รองลงมาได้แก่ สามารถบูรณาการความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ ($\bar{X}$=4.16, SD=0.68) และ มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้องเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X}$=3.57, SD=0.57)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 23 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 2 ปี และสังกัดบริษัทเอกชน มีความต้องการคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

ระดับอุดมศึกษาไทย ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความต้องการนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีคุณสมบัติด้านจริยธรรม เป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านลักษณะบุคคล ด้านทักษะ และด้านความรู้ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความต้องการอันดับแรกได้แก่ด้านจริยธรรม (Ethics) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่านเช่น อธิวัฒน์ โพธิ์พนา และสุเมธ พิลึก (2559) ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยเจ้าพระยาตามทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต, เพลินพิศ ศิริสมบูรณ์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประจำปีการศึกษา 2556 - 2557 (รุ่นที่ 15) และบุปผา ภิภพ และคณะ (2559) ทำการศึกษาเรื่องคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษาของสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา ทั้ง 3 เรื่องพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญด้านจริยธรรม อยู่ในอันดับแรกเช่นกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านจริยธรรมพบว่าสถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมมีความต้องการนักศึกษาสหกิจศึกษาที่มีวินัย มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลามากที่สุด แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันสถานประกอบการต้องการนักศึกษาฝึกประสบการวิชาชีพแบบสหกิจศึกษาที่มีจริยธรรม เพื่อสร้างความไว้วางใจและช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ดังนั้นทางสถาบันการศึกษาจึงควรนำผลการวิจัยไปปรับปรุงหลักสูตรการเรียน การสอนเพื่อให้นักศึกษามีความรู้ด้านจริยธรรมมากขึ้น โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษา การบรรยายจากผู้เชี่ยวชาญในสาขา หรือการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดเชิงจริยธรรม ซึ่งจะช่วยให้นักศึกษามีคุณสมบัติพร้อมก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบสหกิจ และตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยเล่มนี้เป็นการศึกษาคุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการในภาพรวมทั้งหมดทุกสาขา ถ้าหากมีการศึกษารายละเอียดของแต่ละสาขาจะทำให้ทราบถึงคุณสมบัติที่สถานประกอบการต้องการของแต่ละสาขาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

งานวิจัยเล่มนี้จะเกิดประโยชน์สูงสุด ถ้าสถาบันการศึกษานำเอาผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงการเรียนการสอนเพื่อให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.). (2565). โครงการส่งเสริมการจัดสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน กองยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา (กคอ.) สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.).

บุญชม ศรีสะอาด. (2538). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

บุปผา ภิภพ และคณะ. (2559) คุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษา ของสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 10 ฉบับที่1 มกราคม – มิถุนายน 2559.

เพลินพิศ ศิริสมบูรณ์. (2559). คุณลักษณะบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประจำปีการศึกษา 2556 - 2557 (รุ่นที่ 15). รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

วิไลลักษณ์ ขาวสอาด (2561) ประสิทธิผลของสหกิจศึกษา : กรณีศึกษาอุดมศึกษาไทย วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). เอกสารแนบท้าย ประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552.

อธิวัฒน์ โพธิ์พนาและสุเมธ พิลึก. (2559). เรื่องคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยเจ้าพระยาตามทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต วิจัยครั้งที่ 12: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ.

อิทธิพันธ์ ห้วยหงษ์ทอง และคณะ (มปป.) ปัจจัยและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ทำงานของกลุ่มคนในบริเวณรอบเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (2568): มกราคม-มิถุนายน 2568

ตอนเวลาที่ตั้ง: 2025-03-13

Articles

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเป็นของผู้ประกอบการใช้ของการคาบใบสมาชิกมาสมาคมนวดสาธารณ์ ในบางพลศักดิ์ของเสน
[illegible] 1-21
pdf

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของคนที่ยังคงเป็นคนสูงอายุ ณ ประเทศพนาสเสน
[illegible] 22-34
pdf

[illegible]
[illegible] 35-53
pdf

[illegible]
[illegible] 54-68
pdf

[illegible]
[illegible] 69-83
pdf

[illegible]
[illegible] 84-96
pdf

[illegible]
[illegible] 97-110
pdf



Journal Information

Indexed in TCI

Editor : Associate Professor
Dr.Anamal Damnet

Language

ภาษาไทย
English

Information

[illegible]

[illegible]

ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

The potential of cooperative education students that the tourism business needs According to the Higher Education Qualification Standards Framework

ปิยาภา พรหมทอง, กัญญาพัชร วุฒิยา, และจรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
Piyapa Promthong, Kanyaphach Woothiya, and Jaroonwit Tosatjawong
Bangkok Suvarnabhumi University

ประวัติย่อ

1. นางสาวปิยาภา พรหมทอง (Corresponding author) อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนท์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ Email: Tikpiyapa@gmail.com ความเชี่ยวชาญ การท่องเที่ยว บริหารธุรกิจ

2. นางสาวกัญญาพัชร วุฒิยา อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนท์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ Email: gramkanyaphach@gmail.com ความเชี่ยวชาญ การท่องเที่ยว บริหารธุรกิจ

3. นายจรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์ อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนท์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ Email: manalfc9@gmail.com ความเชี่ยวชาญ การท่องเที่ยว บริหารธุรกิจ

Revised: February 13, 2025; Revised: June 3, 2025; Accepted: June 6

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (TQF) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการที่เคยรับนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเข้าฝึกสหกิจศึกษา ระหว่างปี พ.ศ. 2558–2566 จำนวน 78 แห่ง จากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพของนักศึกษาทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญกับความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบ และความซื่อสัตย์สุจริต รองลงมาคือด้านความรู้ โดยเฉพาะทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ด้านลักษณะบุคคลให้ความสำคัญกับความตั้งใจ และความรอบคอบ และด้านทักษะเน้นการทำงานร่วมกับผู้อื่น และการทำงานเป็นทีม นัยสำคัญของผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญกับศักยภาพด้านจริยธรรม และด้านทักษะมากกว่าความรู้เชิงวิชาการเพียงอย่างเดียว สะท้อนความต้องการบัณฑิตที่มีความพร้อมทั้งด้านพฤติกรรม ทัศนคติ และ การทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร การจัดกิจกรรมเสริม และการเตรียมความพร้อมนักศึกษาสู่ตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

คำสำคัญ: ศักยภาพ, สหกิจศึกษา, ธุรกิจนำเที่ยว, ทักษะ, จริยธรรม

Abstract

This research aims to study the potential of cooperative education students that are in demand by tour businesses, based on the Thai Qualifications Framework for Higher Education (TQF) in four key areas: Knowledge, Skills, Ethics, and Personal Characteristics. Data were collected using questionnaires from 78 tourism businesses that had previously accepted cooperative education students from Bangkok Suvarnabhumi University between 2015 and 2023, selected through purposive sampling. The data were analyzed using mean ($\overline{X}$) and standard deviation (S.D.). The results revealed that students' potential in all four areas was rated at the highest level. Among them, ethics received the highest average score. Tour businesses placed great importance on punctuality, responsibility, and honesty. This was followed by the knowledge domain, with a particular emphasis on foreign language skills. In terms of personal characteristics, determination and attentiveness were highly valued. The skills domain highlighted the importance of teamwork and the ability to work collaboratively. Significantly, the findings indicate that tour businesses prioritize ethical values and practical skills over academic knowledge alone. This reflects the demand for graduates who are well-rounded in terms of behavior, attitude, and the ability to work with others. The results of this study can serve as a guideline for curriculum development, the organization of supplementary activities, and effective and sustainable preparation of students for the labor market.

Keywords: Potential, Cooperative Education, Tourism Business, Skills, Ethics

บทนำ

สหกิจศึกษาเป็นการจัดการศึกษาเชิงประสบการณ์ ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการร่วมกันออกแบบและร่วมพัฒนา โดยให้นักศึกษาได้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาควบคู่กับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติหรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการศึกษา และสามารถบูรณาการความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคลเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องตามกฎกระทรวงมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรื่อง กำหนดปรัชญาการอุดมศึกษาไทยและระบบอุดมศึกษาใหม่ ด้านการสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคน (คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา, 2565) มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการตอบสนองนโยบายในการพัฒนาประเทศในด้านการสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคนมาโดยตลอด จึงต้องตระหนักถึงความสำคัญและมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลง และความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเน้นผลิตบัณฑิตที่มีความสมบูรณ์พร้อมทั้งทักษะ ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนเป็นบุคคลที่มีคุณธรรม (เรืองยศ วัชรเกตุ, 2562) และเพื่อให้สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560-2579 ตามยุทธศาสตร์การผลิต และพัฒนากำลังคนการวิจัย และนวัตกรรม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ที่มีเป้าหมายหลักได้แก่ การพัฒนากำลังคนให้มีทักษะที่สำคัญ จำเป็น และมีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ การมุ่งเน้นให้สถาบันการศึกษาผลิตบัณฑิตที่เชี่ยวชาญ และเป็นเลิศเฉพาะด้าน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) สหกิจศึกษาจึงถูกบรรจุอยู่ในหลักสูตรต่าง ๆ ในเกือบทุกสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งในหลายหลักสูตรได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการ เมื่อศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 เพื่อพร้อมในการการพัฒนากำลังคนให้มีทักษะและมีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน และเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศ จึงต้องควรยกระดับคุณภาพและความสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ ดังนั้นการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งด้านความรู้ ทักษะ จริยธรรม ลักษณะบุคคล และสมรรถนะต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น (ชลลดา มงคลวนิช, 2564) หากพิจารณาถึงห่วงโซ่คุณค่าทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วยผู้ประกอบการหลายส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566) ที่มีบทบาทเกี่ยวกับการจัดหรือให้บริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนาจร และมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2559)

แม้ภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษาจะพยายามพัฒนากระบวนการผลิตบัณฑิตให้ตอบโจทย์ตลาดแรงงาน แต่ช่องว่างระหว่างผลผลิตของสถานศึกษากับความต้องการของสถานประกอบการยังคงเป็นปัญหาเรื้อรังในระบบการศึกษาไทย โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา ซึ่งมักพบว่าผู้สำเร็จการศึกษายังขาดทักษะที่ตรงกับสมรรถนะการทำงานจริง ทั้งนี้ แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 ได้ระบุชัดเจนถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตบัณฑิตให้เน้นสมรรถนะจริง และต้องกำหนดสัดส่วนการผลิตในแต่ละสาขาวิชาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 และเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสถานประกอบการในการพัฒนากำลังคน ผู้วิจัยจึงได้จัดทำงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 โดยศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) จริยธรรม (Ethics) และลักษณะบุคคล (Character) ตามแนวทางที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมกำหนดไว้ (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์

วิจัยและนวัตกรรม, 2565) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการวางแผนพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาให้สามารถปฏิบัติงานได้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจท่องเที่ยว และตลาดแรงงานในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพของบัณฑิตให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจนำเที่ยวตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา อันเป็นการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานจริงอย่างมีประสิทธิภาพ

3. เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมนักศึกษาก่อนออกสหกิจศึกษา ทั้งด้านทักษะเฉพาะทางและทักษะพื้นฐานในการทำงานจริง เพื่อเสริมความมั่นใจและเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ

ทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิด

ช่องว่างระหว่างศักยภาพของนักศึกษาที่มีกับศักยภาพที่ตลาดแรงงานต้องการ (graduate skills gap) เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายในวงการศึกษาทั่วโลก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งต้องการแรงงานที่มีความพร้อมทั้งด้านทฤษฎีและทักษะเชิงปฏิบัติ Yong และ Ling (2023) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของ soft skills ต่อความสามารถในการทำงานของบัณฑิตในยุคปัจจุบัน โดยเน้นว่าแม้ว่านักศึกษาจะมีความรู้ความสามารถทางทฤษฎีที่ดี แต่ยังขาดทักษะด้านการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นทักษะที่นายจ้างให้ความสำคัญอย่างสูงในการเลือกสรรพนักงาน จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า soft skills ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเพียงพอในระบบการศึกษาปัจจุบัน ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของนายจ้างและศักยภาพของบัณฑิต

McKinsey and Company (2023) ได้เสนอข้อมูลเชิงลึกที่น่าสนใจว่า มากกว่า 80% ขององค์กรทั่วโลกประสบปัญหาการขาดแคลนทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานจริง โดยพบว่าบัณฑิตจำนวนมากไม่พร้อมสำหรับตำแหน่งงานที่เปิดรับเพราะขาดทั้งทักษะทางเทคนิคและ soft skills โดยเน้นย้ำว่าการเพิ่มความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา และภาคธุรกิจเป็นกุญแจสำคัญในการลดช่องว่างนี้อย่างมีประสิทธิภาพ Freeman et al., (2020) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของนายจ้างในการออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อให้แน่ใจว่าบัณฑิตได้รับทักษะและความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเมื่อภาคธุรกิจเข้ามามีบทบาทในการวางแผนและกำหนดมาตรฐานการศึกษา จะช่วยลดช่องว่างทักษะและเพิ่มโอกาสในการจ้างงานของบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญ กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education: TQF HEd) ซึ่งกำหนดโดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2565) ได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้หลักในระดับอุดมศึกษาไว้ 4 ด้านสำคัญ ได้แก่

ด้านความรู้ (Knowledge) หมายถึง ข้อมูลและความรู้ที่สะสมจากการศึกษา การค้นคว้า และประสบการณ์ภายในหลักสูตร ซึ่งมีความจำเป็นและเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน ต่อยอดความรู้ รวมถึงการดำรงชีวิตในสังคมยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ด้านทักษะ (Skills) หมายถึง ความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้และฝึกฝนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความชำนาญและคล่องแคล่วในการพัฒนางาน วิชาชีพ และตนเอง รวมทั้งการสนับสนุนการพัฒนาสังคมในบริบทยุคดิจิทัล

ด้านจริยธรรม (Ethics) หมายถึง พฤติกรรมและการกระทำที่สะท้อนความเป็นผู้มีคุณธรรม ศีลธรรม และจรรยาบรรณ ที่มุ่งเน้นประโยชน์ส่วนรวมและส่วนตนในทุกสถานการณ์ ทั้งในที่เปิดเผยและที่ลับ

ด้านลักษณะบุคคล (Character) หมายถึง บุคลิกภาพ นิสัย และค่านิยมที่สะท้อนความเฉพาะตัวของศาสตร์ วิชาชีพ และสถาบันการศึกษา ซึ่งได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านการเรียนรู้และประสบการณ์ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

กรอบมาตรฐานดังกล่าวจึงเป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดและพัฒนาหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาได้รับการพัฒนาศักยภาพครบทุกมิติที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและตลาดแรงงานในยุคดิจิทัล (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565)

แนวคิดเรื่อง “ศักยภาพ” (Potential) เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดย McClelland (1973, อ้างถึงใน บัวเลียน เกดโสพาพอน, 2563) ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่าเป็นคุณลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในบุคคล ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลสามารถสร้างผลงานที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าเกณฑ์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ ศักยภาพดังกล่าวอาจยังไม่แสดงออกมาในขณะหนึ่ง แต่สามารถพัฒนาและต่อยอดได้ผ่านประสบการณ์ การฝึกอบรม หรือโอกาสในการปฏิบัติงานจริง แนวคิดนี้เน้นว่าความสามารถในการประสบความสำเร็จของบุคคลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงความรู้หรือทักษะที่เห็นได้ในปัจจุบันเท่านั้น แต่รวมถึงปัจจัยภายในที่หล่อหลอมให้บุคคลสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานได้สูงกว่าที่คาดหวัง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการคัดเลือกและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ

แนวคิดเรื่องสหกิจศึกษา (Cooperative Education) เป็นแนวทางการจัดการศึกษาที่ผสมผสาน การเรียนรู้ในห้องเรียนเข้ากับประสบการณ์การทำงานจริง (work-integrated learning) โดยมหาวิทยาลัย วอเตอร์ลู ประเทศแคนาดา ได้ให้นิยามของสหกิจศึกษาไว้ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างการเรียนวิชาการ (academic studies) กับประสบการณ์การทำงาน (work experience) โดยมีลักษณะการจัดการเรียนสลับกันระหว่างภาคการศึกษา (academic terms) และภาคการทำงาน (work terms) อย่างต่อเนื่อง (University of Waterloo, 2012, อ้างถึงใน บุษยา วงษ์ชวลิตกุล, 2558) ในทำนองเดียวกัน Crequis และคณะ (2010, อ้างถึงใน บุษยา วงษ์ชวลิตกุล, 2558) พบว่าสหกิจศึกษาในฐานะการจัดการศึกษาแบบบูรณาการระหว่างการเรียนกับการทำงานนั้น ช่วยเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้พัฒนาขีดความสามารถทั้งในด้านวิชาชีพและทักษะที่จำเป็นต่อการได้งานทำ รวมทั้งการรักษาสภาพการจ้างงาน (employability) นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้สถานประกอบการสามารถคัดเลือกบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความเข้าใจบริบทขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับคุณภาพของสถาบันการศึกษาในภาพรวม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธิพรรณ ชิตินทร (2562) ได้ศึกษาคุณลักษณะบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ตามความต้องการของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจระดับความคิดเห็นของผู้บริหารสถานประกอบการ และเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างประเภทของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุด

ทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านการสื่อสาร และด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าประเภทของสถานประกอบการ เช่น ธุรกิจจัดนำเที่ยวและธุรกิจที่พักแรม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กรรณิกา นาคพันธ์ แก้วสมุทร (2562) ได้ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาวิชาภาษาอังกฤษ ตามทัศนคติของแหล่งฝึกประสบการณ์ โดยมุ่งเน้นการสำรวจความคิดเห็นของแหล่งฝึกในสถานศึกษา และสถานประกอบการประเภทโรงแรม และรีสอร์ท ที่มีต่อนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 ผลการวิจัยพบว่า แหล่งฝึกประสบการณ์ประเภทสถานศึกษาให้ความสำคัญกับด้านคุณธรรมจริยธรรมมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องความตรงต่อเวลา รองลงมาคือ ด้านความรู้เกี่ยวกับสื่อการสอนภาษาอังกฤษ และด้านทักษะทางปัญญา เช่น ความเป็นผู้นำและวิสัยทัศน์ในการพัฒนางาน ขณะที่แหล่งฝึกประสบการณ์ประเภทโรงแรมและรีสอร์ทให้ความสำคัญกับด้านความรู้มากที่สุด โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีร่วมกับการสื่อสารภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ ด้านทักษะการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษและความสามารถในการจัดกิจกรรมภาษาอังกฤษอย่างมีนวัตกรรม รวมถึงความรู้พื้นฐานด้านการสื่อสารและการสนทนา

อดิศา เบญจรัตนานนท์ (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ดูแลการปฏิบัติงานนักศึกษาฝึกงานในสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ดูแลมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้านที่ประเมิน โดยลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติต่อการทำงาน และด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน

ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล (2564) ศึกษาความคาดหวังของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยพบว่าสถานประกอบการมีความคาดหวังในระดับมากต่อคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์ในทุกด้าน ได้แก่ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ คุณธรรมจริยธรรม ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และทักษะทางปัญญา นอกจากนี้ ยังพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของสถานประกอบการมีผลต่อความคาดหวังในคุณลักษณะของนักศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลัก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การดำเนินการวิจัยเริ่มจากการกำหนดประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ ทบทวนวรรณกรรม ออกแบบระเบียบวิธีวิจัย กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สร้างเครื่องมือวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลพร้อมอภิปรายผล การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2567 โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามด้วยตนเองและผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและพื้นที่ใกล้เคียง จำนวน 78 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะองค์กรที่เคยรับนักศึกษา สห

กิจศึกษาจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิในช่วงปี พ.ศ. 2558–2566 กลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูล คือ ผู้ที่ดำรงตำแหน่งระดับหัวหน้างานขึ้นไป จำนวน 78 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และสามารถประเมินศักยภาพของนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม ขนาดกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับแนวคิดของ Krejcie และ Morgan (1970) ซึ่งระบุว่าหากประชากรมีขนาดไม่เกิน 100 คน ควรเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด (Census Sampling) เพื่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ที่ออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยประกอบด้วยคำถามทั้งแบบปลายเปิดและปลายปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานหน่วยงานที่สังกัด และวิธีการคัดเลือกนักศึกษาสหกิจศึกษา

ส่วนที่ 2 ประเมินศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคล โดยแต่ละด้านมีลักษณะย่อย 4 ประการ รวม 16 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ “มากที่สุด” ถึง “น้อยที่สุด” (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดสำหรับให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม

เพื่อให้มั่นใจในความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ได้ทำการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน ผลการประเมินความเที่ยงตรงอยู่ที่ 0.87 และได้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่า Cronbach’s Alpha (Cronbach, 1951) พบว่าค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้สำหรับการนำไปใช้ในงานวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 78 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.49 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.74 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 68.97 มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.18 และ วิธีคัดเลือกนักศึกษาฝึกงานที่หน่วยงานใช้มากที่สุด คือ พิจารณาประวัติ คุณสมบัติ และ / หรือประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 72.46

ข้อมูลศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พบว่า สถานประกอบการมีความต้องการศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 1 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

คุณลักษณะ 4 ด้าน	**สถานประกอบการ**		**ระดับความคิดเห็น**
	$\overline{X}$	SD	
ด้านความรู้ (Knowledge)	4.53	0.61	มากที่สุด
ด้านทักษะ (Skills)	4.45	0.47	มากที่สุด
ด้านจริยธรรม (Ethics)	4.55	0.59	มากที่สุด
ด้านลักษณะบุคคล(Character)	4.47	0.53	มากที่สุด
รวม	**4.49**	**0.55**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พบว่า ภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.49, SD=0.55) โดยด้านจริยธรรม มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ =4.55, SD =0.59) รองลงมาคือ ด้านความรู้ ($\overline{X}$= 4.53 , SD=0.61) ด้านลักษณะบุคคล ($\overline{X}$= 4.47, SD=0.53) และด้านทักษะ ($\overline{X}$= 4.45, SD=0.47) ตามลำดับ โดยรายละเอียดของแต่ละด้านสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านจริยธรรม (Ethics)

ด้านจริยธรรม (Ethics)	สถานประกอบการ		ระดับความคิดเห็น
	$\overline{X}$	SD	
มีความซื่อสัตย์สุจริต	4.53	0.61	มากที่สุด
ตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน	4.62	0.57	มากที่สุด
มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย	4.59	0.60	มากที่สุด
มีจิตสาธารณะช่วยเหลือผู้อื่น	4.47	0.59	มากที่สุด
รวม	**4.55**	**0.59**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านจริยธรรม (Ethics) พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงานมากที่สุด ($\overline{X}$=4.62) รองลงมา คือ มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ($\overline{X}$=4.59) มีความซื่อสัตย์สุจริต ($\overline{X}$=4.53) และมีจิตสาธารณะช่วยเหลือผู้อื่น ($\overline{X}$=4.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านความรู้ (Knowledge)

ด้านความรู้ (Knowledge)	สถานประกอบการ		ระดับความคิดเห็น
	$\overline{X}$	SD	
มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง	4.40	0.64	มากที่สุด
มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ และสามารถนำมาใช้งานได้	4.59	0.57	มากที่สุด
มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง	4.55	0.60	มากที่สุด
มีความรู้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับผู้อื่นได้	4.61	0.59	มากที่สุด
รวม	**4.53**	**0.61**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 3 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านความรู้ (Knowledge) พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องมีความรู้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับผู้อื่นได้ มากที่สุด ($\overline{X}$=4.61) รองลงมา คือ มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและสามารถนำมาใช้งานได้ ($\overline{X}$=4.59) มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง ($\overline{X}$=4.55) และมีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง ($\overline{X}$=4.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านลักษณะบุคคล (Character)

ด้านลักษณะบุคคล (Character)	สถานประกอบการ		ระดับความคิดเห็น
	$\overline{X}$	SD	
มีความใฝ่รู้ ใฝ่เรียน ตลอดเวลา	4.53	0.61	มากที่สุด
กล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในทางที่ถูกต้อง	4.37	0.57	มากที่สุด
มีความอดทนในการทำงานตามวิชาชีพ	4.42	0.52	มากที่สุด
มีความตั้งใจ ละเอียดและรอบคอบในการทำงาน	4.58	0.43	มากที่สุด
รวม	**4.47**	**0.53**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านลักษณะบุคคล (Character) พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องมีความตั้งใจละเอียดและรอบคอบในการทำงานมากที่สุด ($\overline{X}$=4.58) รองลงมา คือ มีความใฝ่รู้ ใฝ่เรียน ตลอดเวลา ($\overline{X}$=4.53) มีความอดทนในการทำงานตามวิชาชีพ ($\overline{X}$=4.42) และกล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในทางที่ถูกต้อง ($\overline{X}$=4.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านทักษะ (Skills)

ด้านทักษะ (Skills)	สถานประกอบการ		ระดับความคิดเห็น
	$\overline{X}$	SD	
มีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง	4.49	0.42	มากที่สุด
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.31	0.45	มากที่สุด
สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้	4.58	0.48	มากที่สุด
มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี	4.42	0.53	มากที่สุด
รวม	**4.45**	**0.47**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 5 ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ด้านทักษะ (Skills) พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้ มากที่สุด ($\overline{X}$=4.58) รองลงมาคือมีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ($\overline{X}$=4.49) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี ($\overline{X}$=4.42) และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ($\overline{X}$=4.31) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ด้านจริยธรรม (Knowledge) ผลการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยที่ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุด โดยเฉพาะเรื่องความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต และจิตสาธารณะ ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะงานในธุรกิจนำเที่ยวที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ และการประสานงานที่ดีระหว่างบุคคล และลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิพรรณ ชิตินทร (2562) ที่ได้ศึกษาคุณลักษณะบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ตามความต้องการของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพื้นที่ภาคใต้ พบว่าสถานประกอบการในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณธรรม และจริยธรรมเป็นอันดับแรก เช่นกัน ดังนั้น การเตรียมความพร้อมของนักศึกษาสหกิจศึกษาควรเน้นการพัฒนาด้านจริยธรรม โดยเฉพาะการสร้างความตระหนักในเรื่องความตรงต่อเวลา ซึ่งควรถูกบูรณาการเข้าไปในกระบวนการเรียนการสอน เช่น การส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าเรียนและส่งงานตรงเวลา รวมทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับข้อดีของความตรงต่อเวลาและผลเสียของการไม่ตรงต่อเวลา เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงความสำคัญ และสามารถปฏิบัติได้จริงเมื่อเข้าสู่สถานประกอบการ

การเน้นด้านจริยธรรมเช่นนี้ จะช่วยให้นักศึกษามีศักยภาพที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงานในธุรกิจนำเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทั้งตัวนักศึกษาและองค์กรที่รับเข้าทำงานในอนาคต

ด้านความรู้ (Knowledge) พบว่าธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องมีความรู้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับผู้อื่นได้มากที่สุด ซึ่งถือเป็นทักษะสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องติดต่อกับลูกค้าชาวต่างชาติหลากหลาย การมีความรู้ภาษาอังกฤษจึงไม่ใช่ความจำเป็นเฉพาะสำหรับนักศึกษาที่เรียนสายภาษาเท่านั้น แต่ยังเป็นคุณสมบัติสำคัญของนักศึกษาที่ต้องการทำงานในธุรกิจนำเที่ยวด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิกา นาคพันธ์ แก้วสมุทร (2562) ที่ได้ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาวิชาภาษาอังกฤษตามทัศนคติของแหล่งฝึกประสบการณ์ พบว่านายจ้างต้องการนักศึกษาที่มีพื้นฐานการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และการโต้ตอบเช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความรู้ด้านภาษาต่างประเทศเป็นทักษะพื้นฐานที่ควรมีในการฝึกสหกิจศึกษาและเข้าสู่ตลาดแรงงาน ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับรายวิชาภาษาอังกฤษมากขึ้น และควรสอดแทรกทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการเรียนการสอนทุกวิชาอย่างเหมาะสม เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง และสามารถนำไปใช้ได้จริงในสถานการณ์การทำงาน

ด้านลักษณะบุคคล (Character) ผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะบุคคลเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ธุรกิจ นำเที่ยวให้ความสำคัญ โดยเฉพาะความตั้งใจในการทำงาน ความใฝ่รู้ และความอดทน ซึ่งล้วนเป็นคุณสมบัติสำคัญในการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงเร็ว และต้องเผชิญกับปัญหาหลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศา เบญจรัตนานนท์ (2560) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อนักศึกษาฝึกงานสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่าผู้ดูแลนักศึกษาฝึกงานพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความตั้งใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน จากประเด็นดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าการมีลักษณะนิสัยที่มุ่งมั่น และรับผิดชอบเป็นสิ่งที่ตลาดแรงงานต้องการอย่างมาก ดังนั้น อาจารย์ผู้สอนควรปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของความตั้งใจ และความรับผิดชอบในการทำงาน เพื่อให้สามารถพัฒนาศักยภาพตนเองให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวที่ต้องการคนที่มีความพร้อมทั้งด้านทัศนคติ และพฤติกรรมการทำงานอย่างมืออาชีพ

ด้านทักษะ (Skills) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเกี่ยวกับทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และการทำงานเป็นทีมมากที่สุด ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และต้องอาศัยความร่วมมือเพื่อแก้ปัญหาที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล (2564) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังของสถานประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่าสถานประกอบการมีความคาดหวังให้นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีม และยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นได้เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไม่ได้เป็นเพียงทักษะเสริม แต่เป็นคุณสมบัติที่นายจ้างให้ความสำคัญสูง และจำเป็นต่อความสำเร็จในการทำงานจริง ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่ม เช่น การมอบหมายโครงงานกลุ่ม การอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน หรือการฝึกให้ช่วยเหลือกันในสถานการณ์จำลอง นอกจากนี้ ควรเน้นการปลูกฝังให้นักศึกษาเห็นถึงคุณค่า และความสำคัญของการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างเป็นระบบ เพื่อให้นักศึกษามีความพร้อมในการปรับตัว และทำงานร่วมกับทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพในโลกของการทำงานจริง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า นักศึกษาสหกิจศึกษาควรมีศักยภาพในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านจริยธรรม ความรู้พื้นฐาน และทักษะการทำงานเป็นทีม ซึ่งเป็นทักษะที่ภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างมาก อย่างไรก็ตามปัญหาช่องว่างระหว่างศักยภาพที่นักศึกษามีจริงกับความคาดหวังของนายจ้าง (graduate skills gap) ยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน Yong และ Ling (2023) ชี้ให้เห็นว่า แม้นักศึกษาจะมีพื้นฐานความรู้ทางทฤษฎีดี แต่ยังขาด soft skills ที่จำเป็น เช่น การสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการแก้ไขปัญหาเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นทักษะที่ภาคธุรกิจให้ความสำคัญมากขึ้นในยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ McKinsey และ Company (2023) ที่ระบุว่าการขาดทักษะเชิงปฏิบัติและ soft skills เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้บัณฑิตจำนวนมากไม่สามารถปรับตัวและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์จริง ดังนั้น เพื่อลดช่องว่างทักษะดังกล่าว การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับภาคธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้ที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงานในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงผ่านการฝึกงานหรือโครงการสหกิจศึกษา ซึ่งช่วยให้บัณฑิตสามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานอย่างแท้จริง แนวทางนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Freeman, Jackson และ Tomlinson (2020) ที่เน้นให้ภาคธุรกิจมีบทบาทในการกำหนดมาตรฐานการศึกษาร่วมกับสถาบันการศึกษา เพื่อยกระดับคุณภาพบัณฑิต และลดช่องว่างระหว่างการศึกษาและการจ้างงานในอนาคตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความต้องการด้านจริยธรรม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านความรู้ ด้านลักษณะบุคคล และด้านทักษะ ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ด้านจริยธรรม (Ethics) ให้ความสำคัญเรื่องตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงานมากที่สุด ด้านความรู้ (Knowledge) ให้ความสำคัญเรื่องมีความรู้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับผู้อื่นได้มากที่สุด ด้านลักษณะบุคคล (Character) ให้ความสำคัญเรื่อง มีความตั้งใจ ละเอียดและรอบคอบในการทำงานมากที่สุด และด้านทักษะ (Skills) ให้ความสำคัญเรื่องสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเล่มนี้จะเกิดประโยชน์สูงสุด ถ้าสถาบันการศึกษาตระหนักและเห็นถึงความสำคัญ และนำเอาผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะใน 3 ส่วน ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาหลักสูตรสหกิจศึกษา เพื่อพัฒนาหลักสูตรสหกิจศึกษาให้ตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจนำเที่ยวควรบูรณาการการพัฒนาด้านจริยธรรม เช่น ความตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบเข้ากับกิจกรรมการเรียนรู้ พร้อมส่งเสริมทักษะภาษาอังกฤษเชิงปฏิบัติ และการทำงานเป็นทีมผ่านสถานการณ์จำลอง รวมถึงจัดให้มีการประเมินศักยภาพนักศึกษาก่อน และหลังฝึกสหกิจศึกษา เพื่อปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ควรสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างสถาบันการศึกษากับภาคธุรกิจ เพื่อยกระดับคุณภาพบัณฑิต และเพิ่มโอกาสจ้างงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านการพัฒนาการเรียนการสอน จากผลการวิจัยในแต่ละด้านพบว่าศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการคือ ตรงต่อเวลา มีความรู้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ มีความตั้งใจละเอียด และรอบคอบในการทำงาน และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่น และทำงานเป็นทีมได้ ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนควรสอดแทรกเนื้อหาดังกล่าว เข้าไปในบทเรียนแต่ละรายวิชา เพื่อมุ่งสร้างนักศึกษาให้มีศักยภาพตรงตามความต้องการของธุรกิจนำเที่ยวต่อไป

3. ด้านการพัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยว หลักสูตรการท่องเที่ยวควรเน้นการปลูกฝังจริยธรรม เช่น ความตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบ ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีการประเมินก่อน และหลังอย่างเป็นระบบ

ควบคู่กับการเสริมทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในสถานการณ์จริง พัฒนาทัศนคติที่ดีเช่น ความตั้งใจ ความอดทน และความใฝ่รู้ รวมถึงส่งเสริมการทำงานเป็นทีมผ่านกิจกรรมกลุ่ม และสถานการณ์จำลอง นอกจากนี้จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมให้ สอดรับกับความต้องการของตลาดแรงงานยุคใหม่ควรบูรณาการการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบจองออนไลน์ หรือแชตบอต เข้าไว้ในการเรียนรู้ เพื่อให้นักศึกษาทันต่อยุค AI และสามารถประยุกต์ใช้ในงานจริงได้ สถาบันการศึกษาควรร่วมมือกับภาคธุรกิจในการออกแบบการฝึกสหกิจศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และสามารถพัฒนา soft skills ได้อย่างชัดเจน ทั้งหมดนี้จะช่วยให้นักศึกษาพร้อมเข้าสู่โลกการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ: ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565*. สำนักพิมพ์กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

กรรณิกา นาคพันธ์ แก้วสมุทร์. (2562). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาวิชาภาษาอังกฤษ ตามทัศนคติของแหล่งฝึกประสบการณ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, *10*(2), 79–90.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570)*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา. (2565). *ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการจัดหลักสูตรสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน*. สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

ชลลดา มงคลวนิช. (2564). การรับรู้ของสถานประกอบการต่อคุณภาพโครงงานสหกิจศึกษาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ. *กระแสวัฒนธรรม*, *23*(4), 47–59.

บัวเลียน เกดโสพาพอน. (2563). การศึกษาศักยภาพและสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัย. *วารสารการบริหารและนิเทศการศึกษา*, *11*(2), 1–15.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9, ฉบับปรับปรุงใหม่). สุวีริยาสาส์น.

บุษยา วงษ์ชวลิตกุล. (2558). ความคาดหวังความสามารถหลักในการทำงานของนิสิตนักศึกษาสหกิจศึกษาในทรรศนะของผู้ประกอบการ. *วารสารวิชาการ*, *21*(2), 99–110.

เรืองยศ วัชรเกตุ. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ เครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาภาคกลางตอนบน* [วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล. (2564). *ความคาดหวังของสถานประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี* [รายงานการวิจัย]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. บริษัท พริกหวาน กราฟฟิค จำกัด.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2559). *พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2559*. สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.

สุทธิพรรณ ชิตินทร. (2562). คุณลักษณะบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ตามความต้องการของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พื้นที่ภาคใต้. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 6*(2), 65–78.

อดิศา เบญจรัตนานนท์. (2560). ศึกษาความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อนักศึกษาฝึกงานสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, *28*(2), 45–56.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, *16*(3), 297–334.

Freeman, J., Jackson, D., & Tomlinson, M. (2020). Employability and the role of employers in graduate transitions: A systematic review. *Higher Education Research & Development*, *39*(5), 1031–1046.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607–610.

McKinsey & Company. (2023). Bridging the skills gap: Preparing graduates for the future of work.

Yong, M. K., & Ling, C. Y. (2023). Enhancing graduate employability through soft skills development: A study of hospitality and tourism students. *Journal of Hospitality Education*, *45*(2), 120–134.

279017

JLASI

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ
Journal of Liberal Arts and Service Industry

ที่ ศศอบ. 045/2568

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ
คณะอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
73140

6 มิถุนายน 2568

เรื่อง ขอส่งแบบตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่
เรียน คุณปิยาภา พรหมทอง คุณกัญญาพัชร วุฒิยา คุณจรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ เรื่อง "**ศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา**" และผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิของวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ เป็นที่เรียบร้อยแล้วนั้น

จึงขอแจ้งให้ทราบว่าบทความของท่านได้ผ่านการพิจารณาคุณภาพตามเกณฑ์การประเมินและเสนอแนะข้อแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสิ้น 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบันที่มิได้เป็นสถาบันเดียวกับผู้ประพันธ์ และพร้อมตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2568 โดยวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการได้รับการพิจารณาคุณภาพอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 3

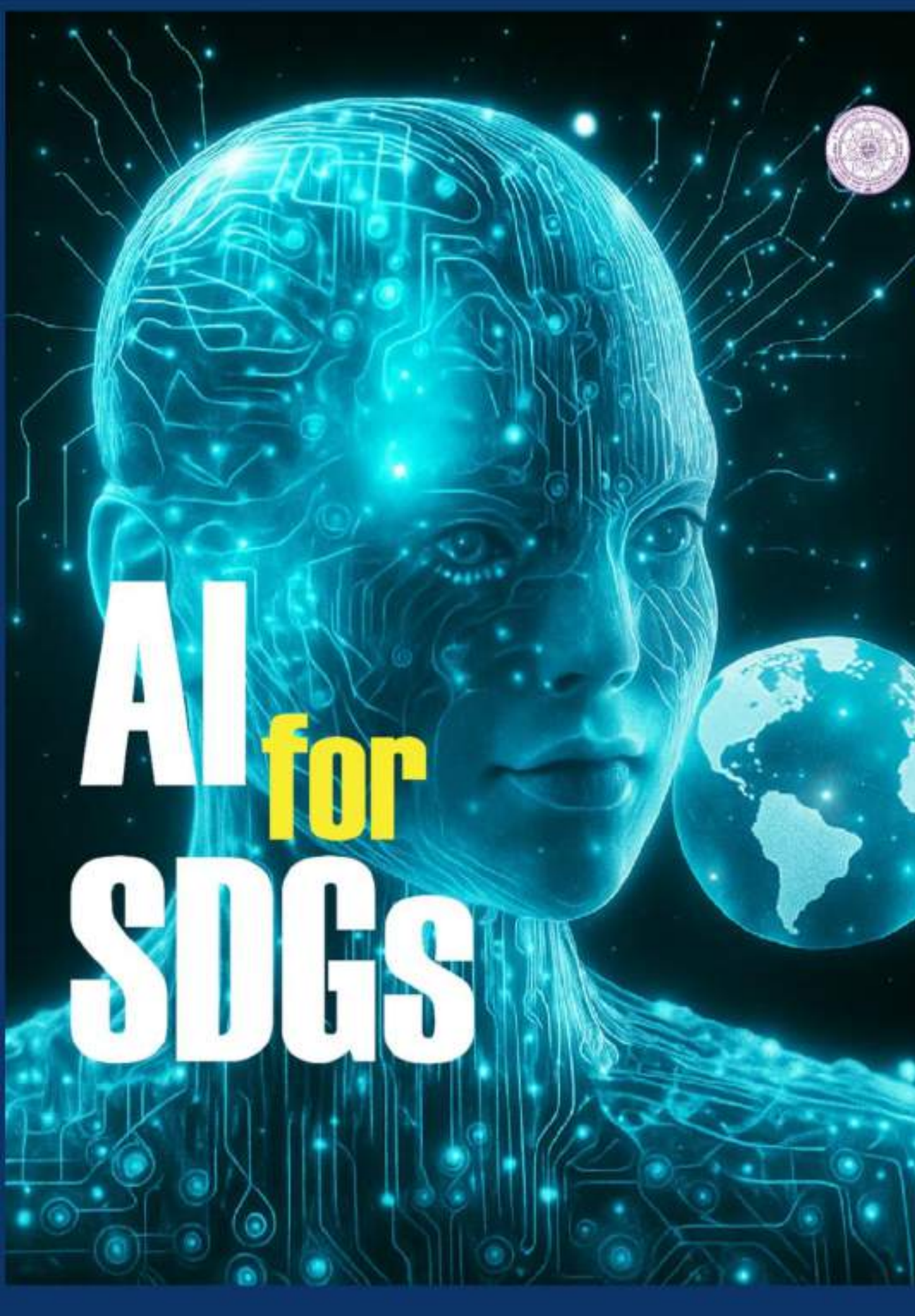
จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร)
บรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ
หลักสูตรปริญญาโท-เอก สาขาวิชานวัตกรรมบริการและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
โทรศัพท์/โทรสาร 0-3435-2285

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากร สถาบันพระบรมราชชนก	พลอยไพลิน โพธิ์เงิน ยุทธนาท บุณยะชัย	274-286
ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง	จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์ ภณสิทธ์ อันยะ	287-295
การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี	ธิรพิทย์ ศรศักดิ์ ภัทราวุฒิ โนรี มะลิวรรณ ช่องงาม	296-306
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่แมวของผู้บริโภค ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	กรกนก บุญพา เสาวภา เมืองแก่น	307-316
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภัทราธัช แก้วพลายงาม ชนัดดา ศรีวิเชียร	317-328
ทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุคการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	329-337
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว อนุพงศ์ เครืองาม	338-349
ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	350-364
ผลการใช้การเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพโดยใช้กฎสามส่วน (Rule of Thirds) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	อาทินันทน์ แก้วประจันทร์ ทศพร ไชยเดช ณัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์ ปุริมปวัชญ์ อำพัน ปาณท รัตนวงศ์แข	365-372
ความนิยมและความคาดหวังของผู้บริโภคต่ออาหารไต้ะจีนในงานอีเวนต์ของสังคมไทย	วันวิวาห์ แซ่ชั้น ไพลิน บรรพโต ประภาศรี เพิกขุนทด รัตดา พัฒน์แก้ว	373-386
ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	กัญญาพัชร วุฒิยา ปิยาภา พรหมทอง อัญชลี เรียงหา	387-400
การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเอกสารนำกลับด้านการขนส่ง: กรณีศึกษาบริษัท ซ่ายเหนี่ยว สมาร์ท โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ก (ไทยแลนด์) จำกัด	กิตติวัฒน์ สนใจ ฌาณินี อาชา อาภัสรา ไชยคาม	401-414

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

The Main Factors of Tourism Influencing Thai Tourists Choice to Cultural Tourism, in Khok Slung Community, Lopburi Province

กัญญาพัชร วุฒิยา, ปิยาภา พรหมทอง, อัญชลี เรียงหา
คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, anchalee.r@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี (2) เพื่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี (3) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีมากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน

คำหลัก: ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย,ชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง

Abstract

The purposes of this research study were (1) investigate the demographic characteristics of Thai tourists who travel to the food tourism community of Khok Salung, Lopburi Province; (2) identify the primary factors influencing Thai tourists' decisions to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi Province; and (3) compare the demographic characteristics

with the primary factors that influence Thai tourists' decisions to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi Province. This is a quantitative study with a sample size of 400 participants, selected through random sampling. A questionnaire was used as the research instrument.

The findings of the study reveal that respondents place the greatest importance on the key factors influencing their decision to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi, particularly in terms of the attractiveness of the tourism destination, which was rated at the highest level ($\bar{x}$ = 4.30, S.D. = 0.75). When considering individual factors, the most significant element influencing the decision to visit was the availability of activities that allow tourists to learn about the community's way of life. This includes learning about indigenous knowledge, local food, handicrafts, and folk games, all of which were rated at the highest level. Hypothesis testing revealed that age had a significance value (Sig) of 0.01*, the highest level of education had a Sig value of 0.00*, and average monthly income had a Sig value of 0.04*. These factors significantly influenced the key tourism elements affecting Thai tourists' decisions to visit the Thai-Beng cultural community of Khok Salung, Lopburi, with a statistical significance level of 0.05. For other factors, the hypotheses were rejected.

Keywords: The main factors of tourism influencing, Thai tourists, Cultural Tourism, in Khok Slung community

บทนำ

การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ระบุว่า หนึ่งในภาคส่วนที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุดและรวดเร็วที่สุด คือ การท่องเที่ยว โดยมีประชากรนับพันล้านคนทั่วโลกที่เดินทางท่องเที่ยวทุกปี และคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 3.3% ทุกปีจนถึงปี 2579 (ค.ศ. 2030) นอกจากนี้ ยังสามารถส่งเสริมการแลกเปลี่ยน ด้านสังคมและการมีส่วนร่วมต่อเศรษฐกิจชุมชน และแม้ว่าจะมีโครงการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีอยู่ทั่วโลกหรือ มีการส่งเสริมโดยผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวหรือองค์กรอื่นๆ ที่ติดตามเพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังวิกฤต COVID-19 (อ้างอิงข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรม New Normal ของการท่องเที่ยวที่จัดทำโดย McKinsey) และเลือกเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ Unseen เช่น แหล่งท่องเที่ยวมหัศจรรย์และธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย แหล่งท่องเที่ยวสิ่งศักดิ์สิทธิ์ แหล่งท่องเที่ยวประเพณีวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต [1]

ไทยเบิ้ง' ไทยเดิ้ง หรือ ไทยโคราช เป็นกลุ่มชนอีกท้องถิ่นหนึ่ง ซึ่งอาศัยอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำป่าสักมีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเองทั้งสำเนียงการพูดภาษาไทยภาคกลาง แต่เหน่อแบบโคราช มักลงท้าย

คำพูดว่า เบิ้ง เหว่ย ด๊อก หรือ เด้อ และสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์เด่นชัด คือ การแต่งกายโดยผู้หญิงจะนุ่งโจงกระเบน ใส่เสื้อกระโจมหรือเสื้ออีหิ้ว ผ้าขาวม้าพาดบ่า กินหมาก สะพายย่ามสีแดง และของใช้จำเป็นมีความเชื่อ การทอผ้า การละเล่น และเพลงพื้นบ้าน ชาวไทยเบิ้งอยู่อาศัยในบริเวณนี้มาก่อนการสร้างเขื่อนป่าสักนานนับร้อยปี หลังมีการก่อสร้างเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ทำให้วิถีชีวิตของชาวไทยเบิ้งเปลี่ยนไป ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ขณะที่ความเปลี่ยนแปลงนั้นก็เข้ามาทำให้วิถีชีวิตความเป็นไทยเบิ้งหายไปด้วย ทางชุมชนจึงร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดมา ผ่าน "พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยเบิ้ง" ที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบิ้ง ภายในเรือนจัดเป็นห้องต่างๆ จำลองบรรยากาศให้เหมือนกับการอยู่อาศัยจริง ใต้ถุนเรือนจะเป็นที่แสดงเครื่องมือหาปลา เครื่องมือดักสัตว์ และหัตถกรรมจากไม้ไผ่ ส่วนเพิงอีกสองหลังปลูกไว้จัดแสดงเครื่องมือเกี่ยวกับการทำนา เช่น ไถ ครกตำข้าว รวมถึงยังร่วมกันรักษาเอกลักษณ์ด้านอาหาร การทอผ้า การแสดง และงานประเพณีต่างๆ ด้วย อาหารเป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์ของชาวไทยเบิ้ง ที่เน้นอาหารแบบเรียบง่าย ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลจากธรรมชาติมาผลิตและปรุงอาหาร เน้น “กินปลาเป็นหลักกินผักเป็นพื้น” ไม่นิยมกินอาหารใส่กะทิหรือทอด โดยอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยเบิ้ง เช่น "พริกกะเกลือ" เป็นน้ำพริกชนิดหนึ่ง มีส่วนประกอบคือพริกป่น เกลือ ใบมะกรูด กระเทียม และกำจัด (สมุนไพรชนิดหนึ่ง) ตำปนกันให้ละเอียด สามารถเป็นพื้นฐานของอาหารหลายๆ อย่าง อาทิ คลุกข้าวห่อใบตอง ทำแกงนอกหม้อ (คล้ายห่อหมกแต่ใช้การปิ้งแทนการนึ่ง) หรือจะเป็นเครื่องจิ้มอาหารหรือผลไม้ "เครื่องดำ" ประกอบด้วย พริกแห้ง ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเทียม ข่า กำจัด โขลกให้เข้ากันแล้วนำไปคั่วให้หอม เกรียม ใช้สำหรับอาหารประเภทต้มหรือลาบ นอกจากนั้นก็ยังมีเมนูท้องถิ่นอย่างแกงหัวลาน แกงสามสิบ แกงบุก แกงมันนก แกงบอน แกงไข่น้ำ แกงแย้เหมือดเปราะ ต้มไก่บ้านเครื่องดำใส่ใบมะขามอ่อน เป็นต้น ที่ชุมชนแห่งนี้มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้านเพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้าด้วยกี่โบราณเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่บ่งบอกเอกลักษณ์ชาวบ้านโคกสลุง ซึ่งการทอผ้าไทยเบิ้งบ้านโคกสลุงมีเอกลักษณ์เด่นเฉพาะตัวไม่เหมือนของใคร เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ ผ้าขาวม้า ย่ามไทยเบิ้ง กระเป๋า การทอเสื่อ การสานของเล่นจากใบลาน เช่น ตั๊กแตน (ตั๊กกะโต่ง) นก ปู ปลา ตะเพียน กบ ยีราฟ เครื่องบิน และชุมชนมีการจัดกิจกรรมการทำขนมพื้นบ้าน คือ ขนมเบื้องโบราณ แบบไม่มีไส้ และ ข้าวโปง คือ ขนมโบราณที่ใช้ข้าวเหนียวแช่น้ำแล้วเอาไปนึ่งให้สุก จากนั้นรอพักให้เย็นนำไปตำกับครกไม้ขนาดใหญ่เมื่อแป้งถูกตีถูกตำถูกนวดจนเป็นเนื้อเดียวกันแล้วจะนำมาปั้น และใส่ไส้ที่ทำจากถั่วลิสงคั่วบดละเอียดผสมกับงาดำคั่ว น้ำตาลปี๊บ หรือถ้าข้าวโปงจะนำไปปิ้งไฟกลางๆ ชุมชนที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งสำเนียงการพูด การแต่งกาย และของใช้จำเป็น ซึ่งการดำเนินวิถีชีวิตแบบดั่งเดิม [2]

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีความนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นเพราะการคมนาคมที่ดีขึ้น ภาพและข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ที่ได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนได้อย่างหลากหลาย รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายเข้าประเทศจำนวนมหาศาลในแต่ละปี ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ทั้งสิ้น 3 ปัจจัย

ดังนี้ปัจจัยสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) [6]

ผู้วิจัยจึงศึกษางานวิจัยในหัวข้อ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีแตกต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As

ได้แก่ Collier & Harraway (1997 อ้างใน ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่

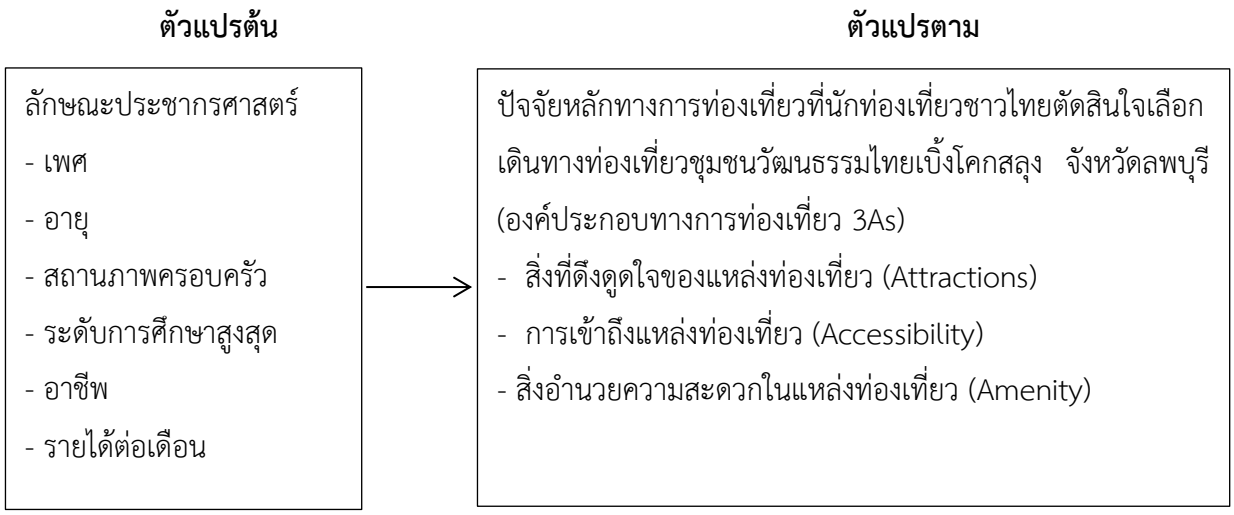
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่ประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงบริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่นระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นราธิป สิงห์สูง (2562) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 ถึง 35 ปีส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างพนักงานเอกชนและส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 บาทถึง 20,000 บาท ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ทุกด้านในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ประภัสสร โสรมรรค เมษ์ธาวิน พลโยธี (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด มีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวอุดรธานีตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ มีเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุตั้งแต่ 6 ชั่วโมงขึ้นไป มีกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท และมีช่องทางการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ 2) ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.59) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}$= 4.51) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$= 4.46) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$= 4.41) และปัจจัยด้านที่พัก ($\bar{X}$= 4.31) 3) ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน [4]

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถาม ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุดเสาร์อาทิตย์ จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บรวมรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – เดือนตุลาคม พ.ศ.2567

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วย Scheffé Method เพื่อทดสอบสมมติฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วจึงนำมาประยุกต์ปรับให้เข้ากับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย *เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน* โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) โดยเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลตัวเองมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า [4] มี 5 ระดับด้วยกัน คือ

5 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมากที่สุด
4 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมาก
3 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยปานกลาง
2 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อย
1 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อยที่สุด

และใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง [4] ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด
3.41-4.20 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมาก
2.61-3.40 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวปานกลาง
1.81-2.60 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อย
1.00-1.80 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตาราง 1 แสดงค่าร้อยละ เกี่ยวกับเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	231	57.75
อายุ		
อายุ 25-34 ปี	117	29.25
สถานภาพครอบครัว		
โสด	269	67.25
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ปริญญาตรี	122	30.50
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	143	35.75
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,000 – 19,999 บาท	196	49.00

จากตาราง 1 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-19,999 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรีโดยภาพรวม

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.30	0.75	มากที่สุด
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.22	0.81	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.26	0.64	มากที่สุด
รวม	**4.26**	**0.73**	**มากที่สุด**

จากตาราง 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.26, S.D. = 0.73) โดยปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.30, S.D. =0.75) รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.26, S.D. = 0.64) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.22, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว			
1.1 มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน	4.64	0.88	มากที่สุด
1.2 ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยเบิ้งที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบิ้ง	4.26	0.62	มากที่สุด
1.3 มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ชัดเจน	4.58	0.69	มากที่สุด
1.4 มีสินค้าที่ระลึกของชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ อาหาร และของเล่น	3.98	0.75	มาก
1.5 มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด	4.05	0.80	มาก
รวม	**4.30**	**0.75**	**มากที่สุด**

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.64, S.D.= 0.88) รองลงมา คือ มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.58, S.D.= 0.69) ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยเบิ้งที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบิ้งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.26, S.D.= 0.62) มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.05, S.D.= 0.80) มีสินค้าที่ระลึกของชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ อาหาร และของเล่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.98 , S.D.=0.75) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 4 แสดงการแสดงผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์เปรียบเทียบกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	t	F	Sig
เพศ	0.082		0.94
อายุ		3.294	0.01*
สถานภาพครอบครัว		2.081	0.08
ระดับการศึกษาสูงสุด		5.081	0.00*
อาชีพ		1.934	0.10
รายได้ต่อเดือน		2.739	0.04*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.75 ซึ่งสะท้อนถึงความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาจเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณี หรือการเดินทางที่เน้นการเรียนรู้และประสบการณ์เชิงลึก เป็นผู้มีอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.25 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.75 มักจะเป็นช่วงวัยที่มีการประกอบอาชีพและมักมองหากิจกรรมที่สามารถผ่อนคลายจากการทำงาน รวมถึงการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งอาจจะเชื่อมโยงกับการเลือกท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพักผ่อนที่เงียบสงบ และสำหรับผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพครอบครัวโสด คิดเป็นร้อยละ 67.25 สถานภาพโสดแสดงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาจเลือกเดินทางในแบบที่สะดวกสบายโดยไม่ต้องพิจารณาความต้องการหรือความสนใจของคนอื่นในครอบครัว การเลือกเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จึงอาจตอบโจทย์ของการผจญภัยหรือการสำรวจประสบการณ์ใหม่ มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.50 การศึกษาระดับปริญญาตรีหมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความรู้และสนใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมจากการ

เดินทาง ดังนั้นการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีองค์ความรู้หรือประสบการณ์เฉพาะอาจดึงดูดความสนใจจากกลุ่มนี้ และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.00 แสดงถึงกลุ่มที่มีความสามารถในการจัดสรรงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยที่ไม่เกินความสามารถทางการเงิน การท่องเที่ยวในชุมชนที่มีราคาไม่สูงจนเกินไปจึงเหมาะสมกับกลุ่มนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.64, S.D.= 0.88) ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจในกิจกรรมที่ทำให้พวกเขาได้เรียนรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและภูมิปัญญาของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเช่นนี้ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มประชากรศาสตร์มีมุมมองหรือความสำคัญที่ให้กับปัจจัยต่างๆ ไม่เหมือนกัน เช่นกลุ่มอายุที่แตกต่างกันอาจให้ความสำคัญกับกิจกรรมไม่เหมือนกันกลุ่มที่มีการศึกษาสูงอาจเน้นกิจกรรมเชิงเรียนรู้ และกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันอาจมองเรื่องค่าใช้จ่ายหรือความคุ้มค่าต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-19,999 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.30, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี มากที่สุด คือ มีกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ มีฐานเรียนรู้ภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.64, S.D.= 0.88) รองลงมาคือ มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.58, S.D.= 0.69) ชมพิพิธภัณฑ์

พื้นบ้านไทยเบิ้งที่จัดจำลองบ้านเรือนแบบไทยเบิ้ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.26, S.D.= 0.62) มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.05, S.D.= 0.80) มีสินค้าที่ระลึกของชุมชน ได้แก่ ผ้าทอ อาหาร และของเล่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.98 , S.D.=0.75) ตามลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำแนกตามอายุมีค่าSig เท่ากับ 0.01*, ระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าSig เท่ากับ 0.00* และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าSig เท่ากับ 0.04* ส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านอื่นๆ ปฏิเสธสมมติฐาน ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์จังหวัดลพบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ นราธิป สิงห์สูง ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างพนักงานเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ทุกด้านในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์จังหวัดลพบุรีโดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน[5]

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

จากผลการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 3 จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จากแบบสอบถามมีผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 มีข้อแสนอแนะดังนี้

สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้ช่วยกันรักษาความสะอาด และนอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นสถานที่สำหรับการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต รวมถึงเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมมากมา แต่การค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้น้อย จากข้อเสนอแนะที่ได้ในด้านนี้ ควรเพิ่มวิธีการสำหรับการทิ้งขยะรวมไปถึงการแยกขยะเพื่อช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวสะอาดยิ่งขึ้น และควรทำการประชาสัมพันธ์และมีการอัพเดทข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่นและวิถีชุมชนอย่างยั่งยืน

การนำไปใช้ประโยชน์

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรเน้นการสร้างจุดเด่นให้มีความน่าสนใจเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังนี้

1. ตกแต่งจุดถ่ายรูปให้มีความโดดเด่นในเชิงวัฒนธรรม เช่น ฉากไทยเบิ้ง หรือการแต่งกายท้องถิ่น

2. จัดทำวีดีโอสั้นหรือรีวิวแบบ “ท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้” เจาะกลุ่มเป้าหมายอายุ 25-34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มหลักตามผลงานวิจัย

3. พัฒนาคู่มือหรือสื่อประกอบกิจกรรม เช่น AR, QR Code, แผ่นพับสองภาษา เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ลึกซึ้ง

4. จัดทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวพร้อมคำแนะนำ หรือพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับวางแผนเส้นทาง เช่น เดินทางท่องเที่ยว 1 วัน พร้อมระยะเวลาและกิจกรรมที่เหมาะสม

การทำงานวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาปัจจัยเชิงลึก เช่น ความพึงพอใจประสบการณ์การท่องเที่ยว หรือผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อชุมชน

2. ควรเปรียบเทียบกับชุมชนวัฒนธรรมอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เพื่อหาแนวทางพัฒนาและจุดเด่นร่วมกัน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้จากการให้ความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี ที่สละเวลาในการช่วยตอบแบบสอบถาม ร่วมไปถึงข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในงานวิจัยจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีคุณค่าเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างดียิ่ง ทำให้งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว.“แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวพ.ศ. 2566 – 2570” [Online].
https://anyflip.com/zzfck/rptc/basic, 2567.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “(ททท.) ชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง” [Online].
https://wikicommunity.sac.or.th/community/4, 2567.

ชิตวร ประดิษฐ์รอด. “แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3As”,
การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.

ธีรวุฒิ เอกะกุล.“ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์” พิมพ์ครั้งที่ 1 .อุบลราชธานี, สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2543.

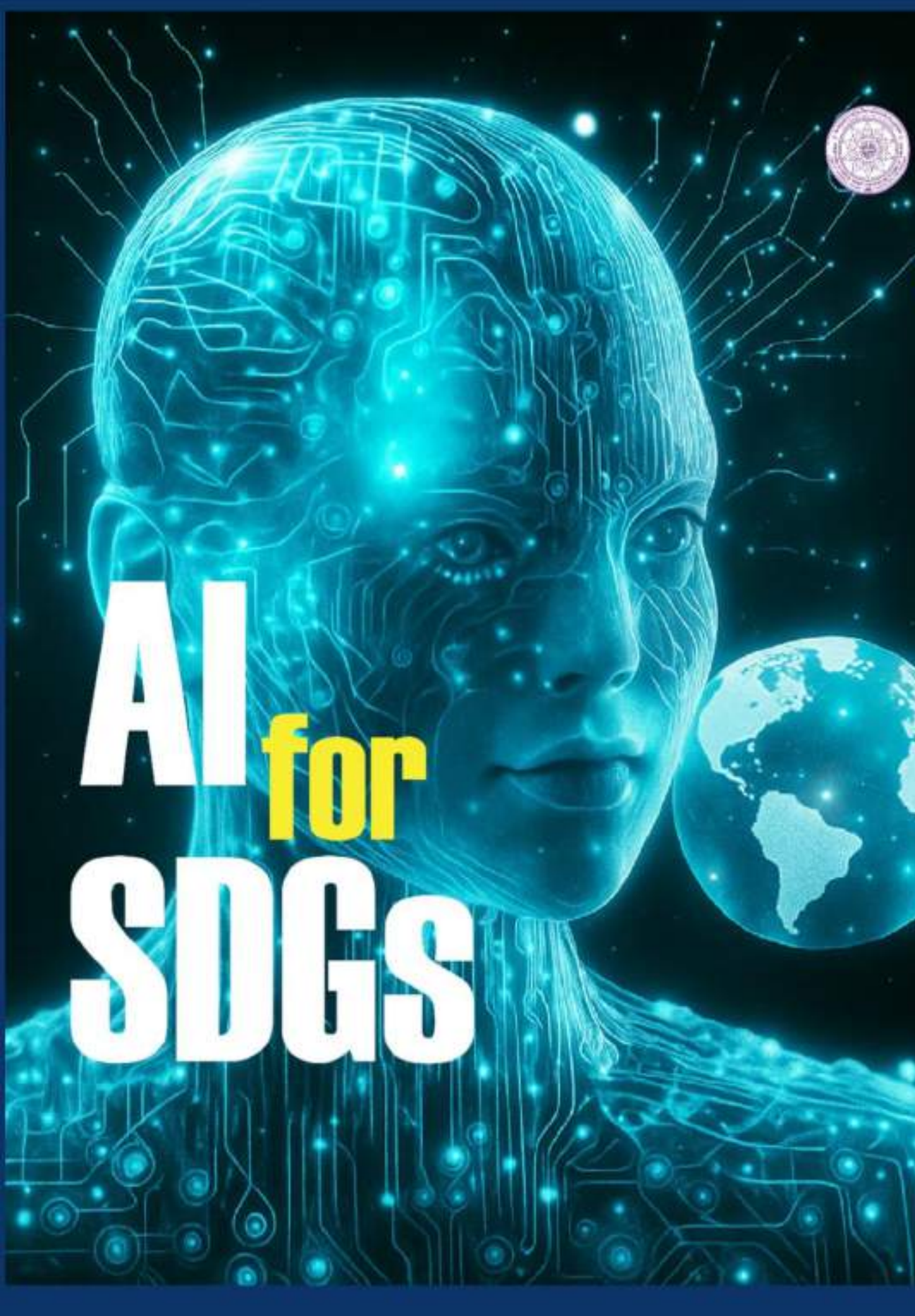
นราธิป สิงห์สูง. “ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์จังหวัดลพบุรี”, สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2562.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.“องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (ทฤษฎี 3As)” อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์, 2548.

ประภัสสร โสรมรรค เมษ์ธาวิน พลโยธี. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี”, 2565. วารสารการท่องเที่ยวไทยและนานาชาติ ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565

Likert. (1993). เกณฑ์การแปลความหมาย [Online]. Available: https://www.thaiall.com/blog/tag/likert/

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

การศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของบุคลากรในงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา เขตพระราม 4 จังหวัด กรุงเทพมหานคร	เดโชชัย สาพิมพ์ ชัยยะเนตร ถาพินธา รัชเมธี รอดวัฒนกุล ธราวุฒิ ทูลสวัสดิ์	577-590
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอาร์ตทอย (Art Toy) ของผู้บริโภคในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	ปณียา อินทกาศ ทัตวรรณ มหาเรือนขวัญ	591-604
การพัฒนาการเรียนรู้ในวิชาฉัตคุเทศก์โดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	อัญชลี เรียงหา กัญญาพัชร วุฒิยา จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์	605-613

การพัฒนาการเรียนรู้ในวิชามัคคุเทศก์โดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

Development of Learning for Tour Guide using Peer-assisted Activities to Increase Achievement

อัญชลี เรียงหา, กัญญาพัชร วุฒิยา, จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์
คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Anjung2917@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในวิชามัคคุเทศก์โดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเป็นการวิจัยเชิงทดลองและเลือกแบบเจาะจงซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชามัคคุเทศก์ หลักสูตรปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ รวมจำนวนทั้งหมด 16 คน ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางกรเรียนก่อนเรียนแบบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ 20 คะแนน และหลังเรียนจำนวน 40 ข้อ 20 คะแนน ใช้กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อน สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนมีค่าเท่ากับ 9.87 คิดเป็นร้อยละ 49.38 ค่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนของนักศึกษามีค่าเท่ากับ 15.25 คิดเป็นร้อยละ 76.15 ซึ่งคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน โดยมีพัฒนาการของคะแนนระหว่าง 2-11 คะแนน คิดเป็นร้อยละของคะแนนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-55

คำหลัก: กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อน, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, มัคคุเทศก์

Abstract

The purpose of this research was to study the Development of learning for tour guide using peer-assisted activities to increase achievement. The sample group was 16 students who are study in tourism for level 3 in semester 1/2024 was elected from purposive sampling and experimental Research . The research instruments were: 1) lesson plans on Thai tourist attractions related to tour guides, 2) a 40-item with 4 multiple choice and 20 points learning achievement test using before and after the intervention. The statistics for data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The results of the research revealed that: before the intervention, the mean score was 9.87, or 49.38 percent, while after the intervention, their mean score was 15.25, or 76.15 percent.

These results suggested that the students post-intervention mean score was higher than that before the intervention, indicating learning progress ranging from 2 to 11 points representing a percentage increase of 10.00-55.00 percent.

***Keywords**:* Peer-Assisted Learning, learning achievement, tour guide

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงรัตนโกสินทร์โดยมีกรุงเทพมหานคร ได้รับการสถาปนาขึ้นเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เมื่อวันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2325 ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก (ศูนย์สารสนเทศกรุงเทพมหานคร, 2566) นับถึงปัจจุบันมีอายุ 243 ปี ถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ อีกทั้งยังเป็นเมืองที่ชาวโลกให้ความสนใจและมาเยือนเป็นจำนวนมาก เช่น ปี 2566 มีการจัดงาน Danish Travel Awards 2023 จัดขึ้นที่กรุงโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ประเทศไทยได้คว้ารางวัล “ประเทศท่องเที่ยวภายนอกยุโรปที่ดีที่สุด” เป็นครั้งแรก และในปี 2565 เกาะหมาก จ.ตราด ได้รับรางวัล “แหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน 100 แห่งของโลกประจำปี 2022” (Top 100 Destination Sustainability Stories 2022) ณ กรุงเอเธนส์ สาธารณรัฐเฮลเลนิก (ประเทศกรีซ) อีกทั้ง เกาะหมาก ยังเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Destination) เป็นแห่งแรกมามากกว่า 10 ปี อีกด้วย (ประชาชาติธุรกิจ, 2565)

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชื่นชมสถานที่ท่องเที่ยวของไทย ได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีความโดดเด่น งดงามและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างต่างกันไปในแต่ละภูมิภาคของไทย ด้วยเหตุนี้ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์หรือเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ต้องมีความแม่นยำในข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ เพราะมัคคุเทศก์มีหน้าที่ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ โดยให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำและความรู้ต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเล็งเห็นความสำคัญด้านการท่องเที่ยว ได้ทำการเปิดสอนในสาขาการท่องเที่ยวการจัดประชุม สัมมนาและงานอีเวนท์เพื่อส่งเสริมและผลิตบัณฑิตอย่างมีคุณภาพในการเป็นบุคคลากรด้านการท่องเที่ยว อาทิเช่น มัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว และผู้จัดนำเที่ยว เป็นต้น สำหรับนักศึกษาที่เรียนสาขาการท่องเที่ยวทุกคนจะต้องเรียนวิชามัคคุเทศก์ โดยนักศึกษาต้องมีความรู้เบื้องต้นโดยการท่องเที่ยวองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้การกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเป็น 3 หมวด ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) โดยศึกษาข้อมูลว่าสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมนั้น ๆ มีชื่อเรียกว่าอะไร จังหวัดใด รวมถึงประวัติความเป็นมาจึงจะสามารถอธิบายแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งผู้สอนพบว่านักศึกษามีความแตกต่างระหว่างบุคคลในเรื่องของการอธิบายรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้ง 3 ประเภท ดังที่กล่าวมาเบื้องต้น ซึ่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวรวมถึงคำศัพท์ศัพท์เฉพาะทางมีข้อมูลที่หลากหลายทำให้ยากแก่การจดจำ และควรจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนจะช่วยให้นักศึกษาจดจำข้อมูลและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้แม่นยำมากยิ่งขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2543: 63-67) ได้นิยามว่า การเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer-Assisted Learning) คือ การเรียนการสอนที่รวมเอาหลักการเรียนแบบร่วมมือเข้าร่วมกับการเรียนเป็นรายบุคคลมาเป็นการเรียนเป็นกลุ่ม โดยนักเรียนแต่ละคนจะมีชุดการสอนคนละชุดเพื่อศึกษา เนื้อหาเดียวกัน ให้นักเรียนในกลุ่มทำการศึกษาและเรียนรู้ร่วมกันเมื่อนักเรียนคนใดคนหนึ่งมีปัญหาในการเรียนก็ปรึกษาหารือกับเพื่อนในกลุ่มได้ครูผู้สอนจะให้ความเป็นอิสระแก่นักเรียนในการหาความรู้จากเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการช่วยเหลือนักศึกษาที่มีทักษะในการจำค่อนข้างน้อย และในขณะเดียวกันยังสามารถพัฒนานักศึกษาที่มีทักษะความจำดีกว่าไปพร้อม ๆ กันด้วย โดยให้นักศึกษาที่มีความจำดีได้มีโอกาสช่วยเหลือเพื่อนร่วมชั้น โดยแบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่ม ๆ และให้ผู้ที่มีความสามารถในการอธิบายและความจำดีกระจายตัวกันประจำกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งตรงกับ ปิยะวัฒน์ ทองแก้ว (2564) โดยผลการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้รวมกันและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึมของนักศึกษาสาขาวิศวกรรมซอฟต์แวร์และระบบสารสนเทศโดยนำกิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อน ผลการเปรียบเทียบพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนสูงกว่าก่อนเรียน และความพึงพอใจของผู้เรียนหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนชวยเพื่อนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนเหมาะสำหรับนักศึกษา เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาการเรียนการสอนและยังเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะนำไปปรับปรุงการเรียนการสอน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ผู้สอนวิชามัคคุเทศก์ ในสาขาการท่องเที่ยวการจัดประชุม สัมมนาและงานอีเวนท์ ได้คิดหาวิธีการแก้ไขปัญหาโดยการใช้กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสำหรับวิชามัคคุเทศก์ เข้ามาช่วยในการจัดการเรียนการสอน เพื่อช่วยพัฒนาและแก้ปัญหาด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชั้นเรียนให้ดียิ่งขึ้นไป

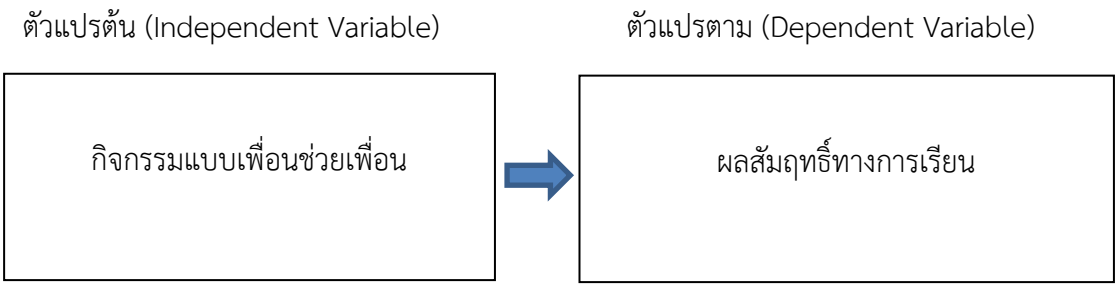
วัตถุประสงค์

เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนการเรียนและหลังการเรียนด้วยการจัดการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน เกณฑ์ร้อยละ 70

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เครื่องมือการช่วยสอนให้นักศึกษามีความรู้และเข้าใจเรื่องแหล่งท่องเที่ยวไทยรวมถึงคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับวิชามัคคุเทศก์เพื่อนำไปปรับปรุง และพัฒนาการสอน
2. นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามเกณฑ์ที่กำหนดในรายวิชามัคคุเทศก์

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการท่องเที่ยว การจัดประชุม สัมมนาและงานอีเวนท์ ที่ลงทะเบียนเรียนทั้งหมดในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ จำนวนทั้งหมด 16 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการท่องเที่ยว การจัดประชุม สัมมนาและงานอีเวนท์ ที่ลงทะเบียนเรียนทั้งหมดในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวนทั้งหมด 16 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1) กลุ่มอ่อน (Poor Group) คอ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบต่ำกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50 (10 คะแนน) จาก 20 คะแนน จำนวน 8 คน และกำหนดให้เรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบช่วยเพื่อนเพื่อนเพื่อปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ครั้งต่อไป

2.2) กลุ่มปานกลาง (Fair Group) คอ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบมากกว่าร้อยละ 60 (12 คะแนน) จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน จำนวน 5 คน กำหนดให้เป็นพี่เลี้ยงในกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน

2.3) กลุ่มเก่ง (Good Group) คือ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบ มากกว่าร้อยละ 70 (14 คะแนน) จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน จำนวน 3 คน กำหนดให้เป็นพี่เลี้ยงในกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบทดสอบก่อนเรียนเรื่อง การพัฒนาการเรียนรู้ในวิชามัคคุเทศก์โดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ใช้แบบทดสอบแบบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ

2. แบบทดสอบหลังเรียนเรื่อง การพัฒนาการเรียนรู้ในวิชามัคคุเทศก์โดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ใช้แบบทดสอบแบบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ โดยนำแบบทดสอบตามข้อ 1. และ 2. นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไข ซึ่งพบว่าได้ค่า IOC เท่ากับ 0.70 มากกว่า 0.5 ตามเกณฑ์ที่กำหนด (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) เป็นแบบฝึกที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองตามทฤษฎีการเรียนรู้ของ Edward Lee Thorndike (2542)

3. ตารางผลคะแนนการทดสอบและตารางบันทึกคะแนนที่ได้จากแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

4. แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์คือ การสร้างชุดใบความรู้แหล่งท่องเที่ยวไทยรวมถึงคำศัพท์เฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ก่อนและหลังเรียนโดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อน ซึ่งในชุดใบความรู้แหล่งท่องเที่ยวไทยจะประกอบไปด้วย 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษและมีกิจกรรมสัปดาห์ละ 50 นาที จำนวน 3 สัปดาห์ โดยแบ่งเป็น 3 หมวด (1 หมวด/1 สัปดาห์) ดังภาพ 1

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism)

No.	ชื่อสถานที่	จังหวัด	ข้อมูล	รูปภาพ
1	อุทยานแห่งชาติคลองลาน	กำแพงเพชร	เขาชุนตลองลานคือจุดที่สูงที่สุดจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,439 เมตร ยังมีเขาอื่น ๆ ของจังหวัดกำแพงเพชร โยงติดกันเป็นเทือก มีป่าที่อยู่ในสมบูรณ์จึงกลายเป็นต้นกำเนิดของลำห้วยหลายสาย รวมทั้งเป็นต้นกำเนิดของน้ำตกคลองลานที่มีชื่อเสียงด้วย	

ภาพ 1 อุทยานแห่งชาติคลองลาน จ.กำแพงเพชร

โดยดำเนินการ 3 ขั้นตอนคือ

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเลือกรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวไทยได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ที่อยู่ในบทเรียน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยใช้แบบทดสอบแบบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ คะแนนเต็ม 20 ภายในเวลาที่กำหนด 40 นาที

2. กำหนดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อน ฝึกทำกิจกรรมในคาบเรียนวิชามัคคุเทศก์ ชั้นปีที่ 3 ระดับปริญญาตรีและฝึกกิจกรรมสัปดาห์ละ 50 นาที จำนวน 3 สัปดาห์ โดยแบ่งเป็น 3 หมวด (1 หมวด/1 สัปดาห์) ไม่นับรวมการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน (นำเสนอในส่วนของผลการวิจัย)

3. ทดสอบหลังเรียน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบแบบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ คะแนนเต็ม 20 คะแนน เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการโดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อน ภายในเวลาที่กำหนด 40 นาที

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ประกอบด้วย หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (x) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เพื่อเปรียบเทียบคะแนนของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการใช้แผนการจัดการเรียนรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์

ผลการวิจัย

กำหนดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง การพัฒนาการเรียนรู้ในวิชามัคคุเทศก์โดยใช้กิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ฝึกทำกิจกรรมในคาบเรียนวิชามัคคุเทศก์ ชั้นปีที่ 3 ระดับปริญญาตรี แบ่งเวลาฝึกกิจกรรมสัปดาห์ละ 50 นาที จำนวน 3 สัปดาห์ โดยแบ่งเป็น 3 หมวด (1 หมวด/1 สัปดาห์) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการแผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ แบ่งเป็น 3 หมวด 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ และมีนักศึกษา 4 กลุ่ม โดยอาจารย์ผู้สอนกำหนดหมวดรูปแบบการท่องเที่ยวตามลำดับก่อนหลังในแต่ละสัปดาห์ และแจ้งให้นักศึกษาทราบว่าสัปดาห์แรกเป็นหมวดใด จนถึงสัปดาห์สุดท้าย โดยทำการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน กำหนดให้ใช้แบบทดสอบแบบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ เพื่อดูระดับความสามารถของผู้เรียน เกณฑ์การให้คะแนนคือ คะแนนเต็ม 20 คะแนน ภายในเวลาที่กำหนด 40 นาที ดังตาราง 2

ตาราง 1 คะแนนก่อนและหลังการใช้แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 16 คน

แบบทดสอบสถานที่ท่องเที่ยวไทยรวมถึงประเพณีวัฒนธรรม จำนวน 40 ข้อ	คะแนนก่อนการใช้ชุดการสอนการใช้ชุดใบความรู้ (20 คะแนน) Pre-test	ร้อยละ	คะแนนหลังการใช้ชุดการสอนการใช้ชุดใบความรู้ (20 คะแนน) Post-test	ร้อยละ
กลุ่มอ่อน (8 คน)	54	34.18	114	46.72
กลุ่มปานกลาง (5 คน)	60	37.97	78	31.97
กลุ่มเก่ง (3 คน)	44	27.85	52	21.31
รวม (16 คน)	**158**	**790**	**244**	**1220**
$\overline{X}$ (คะแนนเฉลี่ย)	9.87	49.38	15.25	76.25
S.D. (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)	3.56	17.78	1.77	8.85

จากตาราง 1 พบว่า คะแนนก่อนการใช้กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสำหรับวิชามัคคุเทศก์ ผลคะแนนของนักศึกษาตามลำดับดังนี้ 1. กลุ่มอ่อน คือ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบต่ำกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 2. กลุ่มปานกลางคือ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบมากกว่าร้อยละ 60 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 3. กลุ่มเก่งคือ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบ มากกว่าร้อยละ 70 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และเมื่อได้รับการฝึกด้วยแผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ นักศึกษาทำข้อสอบได้ได้ดีขึ้นทุกคน โดยมีลำดับดังนี้ 1. กลุ่มอ่อนคือ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบต่ำกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 46.72 2. กลุ่มปานกลางคือ กลุ่มที่มี

คะแนนผลการสอบมากกว่าร้อยละ 60 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.97 3. กลุ่มเก่ง คือ กลุ่มที่มีคะแนนผลการสอบ มากกว่าร้อยละ 70 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 แสดงว่า การใช้กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสำหรับวิชามัคคุเทศก์ มีประสิทธิภาพ และนักศึกษาก็มีระดับคะแนนหลังการสอนเพิ่มขึ้นด้วยทุกคน

สรุปผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการท่องเที่ยว การจัดประชุม สัมมนาและงานอีเวนท์ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 70/70 (ชัยยงค์ พรหมวงศ์และคณะ 2520 : 136-142) ซึ่งจากการทดลองใช้แบบทดสอบ พบว่าคะแนนทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.87 คิดเป็นร้อยละ 49.38 ส่วนคะแนนทดสอบหลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.25 คิดเป็นร้อยละ 76.25 นั่นคือประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ ซึ่งคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน โดยมีพัฒนาการของคะแนนระหว่าง 2-11 คะแนน คิดเป็นร้อยละของคะแนนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-55

2. ผลการใช้กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสำหรับวิชามัคคุเทศก์ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีระดับคะแนนหลังการสอนเพิ่มขึ้นทุกคน แสดงว่านักศึกษามีความรู้ความเข้าใจแหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์เพิ่มขึ้นทุกคนและได้เครื่องมือคือแผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ อีกด้วย

อภิปรายผล

ผู้วิจัยใช้กิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาการจำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์โดยใช้กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อน เข้ามาช่วยในการจัดการเรียนการสอน เพื่อช่วยพัฒนาและแก้ปัญหาด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งตรงกับ กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล (2560) โดยนำกิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อนในรายวิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพ นักศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ รายวิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพ ผลการเปรียบเทียบพบว่าคะแนนหลังเรียนโดยใช้วิธีการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน สูงกว่าคะแนนก่อนเรียนโดยใช้วิธีการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการทดลอง (Experimental Research) โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีคะแนนมากขึ้นหลังจากใช้กิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์โดยชุดความรู้แบ่งออกเป็น 3 หมวด แต่ละหมวด มีข้อมูลที่สำคัญและมีภาพประกอบ โดยเพื่อนที่ได้คะแนนดีกว่าเป็นพี่เลี้ยงคอยช่วยเหลือกันภายในกลุ่ม เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชั้นเรียน รวมทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองที่ได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นการบรรยากาศในการเรียนมีความกระตือรือร้นมากยิ่งขึ้น อีกทั้งนักศึกษามีบทบาททางการเรียนมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองด้านอื่น ๆ ต่อไป

จากการศึกษาและวิเคราะห์คะแนนที่ได้จากการผลการทดสอบก่อนการใช้แผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวไทยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ นั้นแสดงให้เห็นว่า คะแนนของนักศึกษาส่วนมากมีคะแนนน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50 สาเหตุเนื่องมาจากนักศึกษายังไม่มีความเข้าใจในเนื้อหาเท่าที่ควร รวมถึงนักศึกษาไม่มีหลักในกระบวนการเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงทำใบความรู้ให้เป็นหมวดหมู่และมีรูปภาพประกอบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะวัฒน์ ทองแก้ว (2564) โดยผลการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้รวมกันและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึมของนักศึกษา สาขาวิศวกรรมซอฟต์แวร์และระบบสารสนเทศโดยนำกิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อน ผลการเปรียบเทียบพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนสูงกว่าก่อนเรียนดังที่กล่าวแล้วเบื้องต้นและตรงกับ ธีร์วรา ปลาตะเพียนทอง (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ด้านคำศัพท์และความคงทนโดยใช้เทคนิคช่วยจำร่วมกับสมุดภาพคำศัพท์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลนครปฐม ที่มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ด้านคำศัพท์และความคงทนในการจำคำศัพท์ กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 33 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง 2 สัปดาห์ โดยใช้แบบทดสอบประเมินความรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียน จำนวน 20 ข้อ ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้คำศัพท์โดยการใช้เทคนิคช่วยจำร่วมกับสมุดภาพคำศัพท์สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ข้อเสนอแนะ

แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับวิชาด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น ครั้งต่อไปสามารถปรับใช้กับวิชาอื่น ๆ เช่น พัฒนากิจกรรมเป็นรูปแบบกิจกรรมใบ้คำหรือ บทบาทสมมุติ ในรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับบุคคลากรการท่องเที่ยว

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแผนการจัดการเรียนรู้ ในครั้งต่อไปควรศึกษาด้านอื่นเพิ่ม เช่น ศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน และศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนหลังใช้กิจกรรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). https://www.dot.go.th › news › inform › detail
กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล. (2560). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยกิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อน ในรายวิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพนักศึกษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1, งานวิจัย, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ, 2560. https://www.atc.ac.th › อาจารย์กันตชาติPDF
ชัยยงค์ พรหมวงศ์และคณะ. (2520:136-142). ระบบสื่อการสอน. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีร์วรา ปลาตะเพียนทอง. (2562). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ด้านคำศัพท์และความคงทนโดยใช้เทคนิคช่วยจำร่วมกับสมุดภาพคำศัพท์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6, โรงเรียนอนุบาลนครปฐม, 2562. http://ithesis-ir.su.ac.th › dspace › bitstreamPDF

ประชาชาติธุรกิจ. (2565). https://www.prachachat.net/tourism/news-1069158

ปิยะวัฒน์ ทองแก้ว. (2564). ผลการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ร่วมกันและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึมของนักศึกษา สาขาวิศวกรรมซอฟต์แวร์และระบบสารสนเทศโดยนำกิจกรรมเพื่อนช่วยเพื่อน วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2564

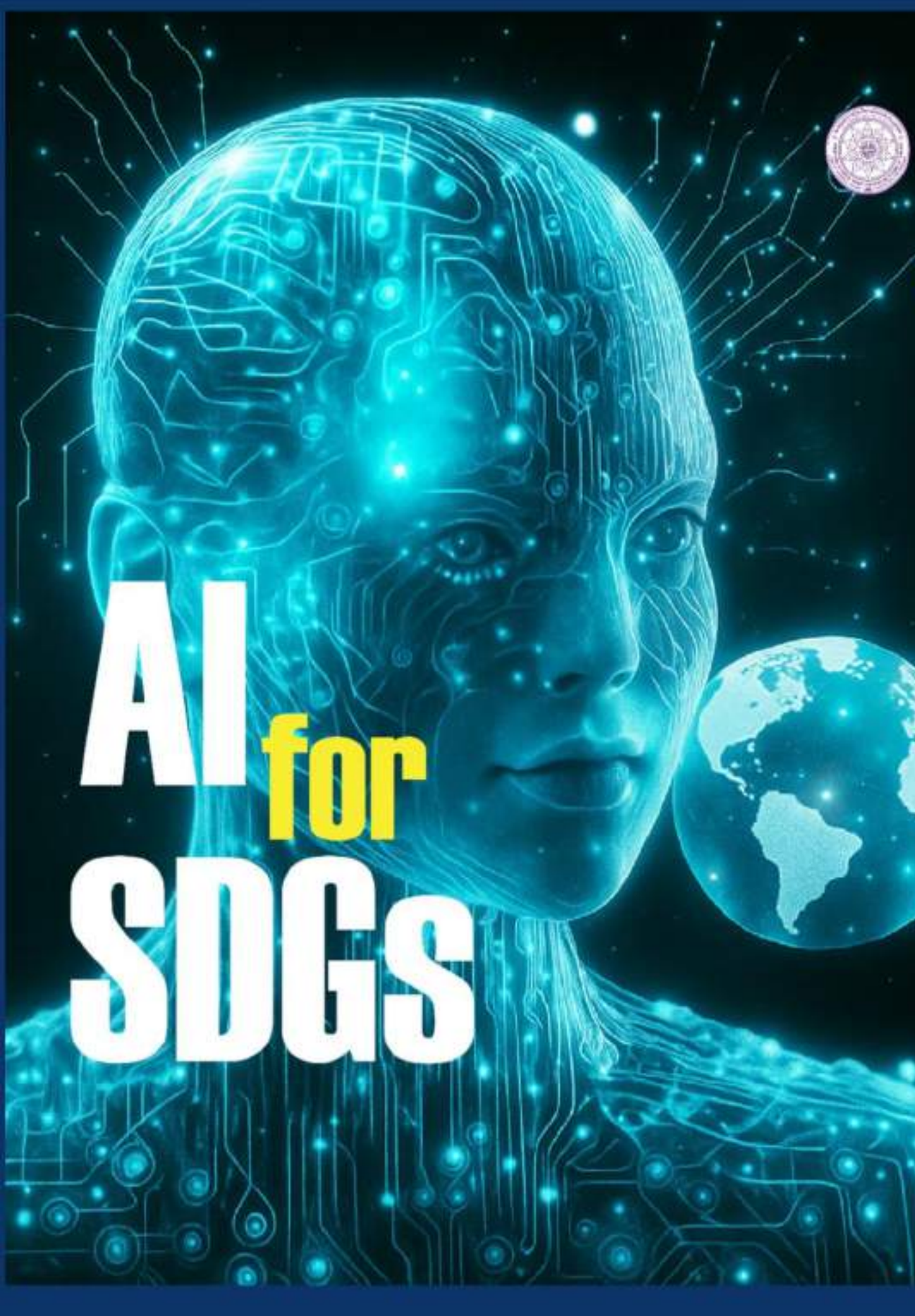
ศิริชัย กาญจนวาสี. (2566). ทฤษฎีการประเมิน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 7, 2544.

ศูนย์สารสนเทศกรุงเทพมหานคร.(2566). กว่าจะมาเป็นกรุงเทพฯ. https://apps.bangkok.go.th › m.info › bangkokforyou

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2543). การเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer-Assisted Learning), 2543: 63-67.

Edward Lee Thorndike. (2542). จิตวิทยาการศึกษา : หลักสูตร briefe, New York : Routledge.

Proceedings



VOLUME VI : Humanities and Social Sciences

The 15th Benjamit Vichakarn National and International Conference on "AI : A Driving Force for Sustainable Development Goals"

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
คุณสมบัติของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่สถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย	ปิยาภา พรหมทอง กวีกานต์ กลั่นมา จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์	125-133
กลยุทธ์ทางการตลาด 4 C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กระเป๋าแบรนเนมของนักศึกษาในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ทักษพร ดาวขาว วัลลภ นิมานนท์	134-142
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในภาคอุตสาหกรรม	เดโชชัย สาพิมพ์ ศุภโชค เสมศรี เพียร โตท่าโรง สิทธิกร ใจดี เจตจอหอ	143-159
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำ Chat GPT ไปประยุกต์ใช้ในงานบัญชี	วฤตตา สังวรกิตติวุฒิ ฐนิตา บุญยสาร สมโภช ฮองกูล นวพร เชื้อเฉลิม ประภาพรรณ เอกอภิสิทธิ์	160-167
ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ปกครองในการบริการรถบัส รับ-ส่งนักเรียน ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ในงานโลจิสติกส์	ศุภเดช สงสม ธนวัฒน์ อภิธานวิทิต จุลจักร เอี่ยมลาภะ	168-182
ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในสาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	รณชัย แพทย์ไชโย โยษิตา ผิบลักษณ์ ตนุพล วันชัยสถิร	183-191
การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ในอำเภอฉลาง จังหวัดภูเก็ต	นฤพนธ์ อัยสานนท์ จินดา ขลิบทอง เฉลิมศักดิ์ คุ้มหิรัญ	192-204
ความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของแกนนำสุขภาพประจำครอบครัว ตำบลบางคลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	สมฤดี นามวงษ์	205-217
แนวทางความร่วมมือระหว่างชุมชนกับตำรวจในการป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา สถานีตำรวจนครบาลหนองจอก	พรเทพ สุดิปัญญา เฉลิมพล บุชอุดม ผกากรอง ชุติกุลวรนันท์	218-229
พฤติกรรมการจัดการขยะอาหารของชุมชนในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์	230-244
ปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำโบราณบางพลี	กวีกานต์ กลั่นมา ภณสิทธ์ อ้นยะ	245-252
การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานกลุ่มแปลงใหญ่ปาล์มน้ำมันในอำเภอเมืองพังงา จังหวัดพังงา	นทดล ภักดี จินดา ขลิบทอง เฉลิมศักดิ์ คุ้มหิรัญ	253-273

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากร สถาบันพระบรมราชชนก	พลอยไพลิน โพธิ์เงิน ยุทธนาท บุณยะชัย	274-286
ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง	จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์ ภณสิทธ์ อันยะ	287-295
การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารข้างทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ หาดวอนนภา จังหวัดชลบุรี	ธิรพิทย์ ศรศักดิ์ ภัทราวุฒิ โนรี มะลิวรรณ ช่องงาม	296-306
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่แมวของผู้บริโภค ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	กรกนก บุญพา เสาวภา เมืองแก่น	307-316
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภัทราธัช แก้วพลายงาม ชนัดดา ศรีวิเชียร	317-328
ทัศนคติการบริโภคข่าวสารบนสื่อออนไลน์ในยุคการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	329-337
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของพนักงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว อนุพงศ์ เครืองาม	338-349
ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในงานอุตสาหกรรมนิคมบางปู	เกศกนก สาพิมพ์ วิภารัศม์ โอภารอิทธิวงษ์	350-364
ผลการใช้การเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพโดยใช้กฎสามส่วน (Rule of Thirds) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	อาทินันทน์ แก้วประจันทร์ ทศพร ไชยเดช ณัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์ ปุริมปวัชญ์ อำพัน ปาณท รัตนวงศ์แข	365-372
ความนิยมและความคาดหวังของผู้บริโภคต่ออาหารไต้ะจีนในงานอีเวนต์ของสังคมไทย	วันวิวาห์ แซ่ชั้น ไพลิน บรรพโต ประภาศรี เพิกขุนทด รัตดา พัฒน์แก้ว	373-386
ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมไทยเบิ้งโคกสลุง จังหวัดลพบุรี	กัญญาพัชร วุฒิยา ปิยาภา พรหมทอง อัญชลี เรียงหา	387-400
การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเอกสารนำกลับด้านการขนส่ง: กรณีศึกษาบริษัท ซ่ายเหนี่ยว สมาร์ท โลจิสติกส์ เน็ตเวิร์ก (ไทยแลนด์) จำกัด	กิตติวัฒน์ สนใจ ฌาณินี อาชา อาภัสรา ไชยคาม	401-414

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

การประยุกต์ใช้ระบบจัดการขนส่ง Transporeon เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานแผนกบริการลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัท วีเอ็นเอส ทรานสปอร์ต จำกัด	อมฤทธิ์ สังข์สวัสดิ์ สิทธิศักดิ์ หัวจังหลีด ชวัลวิทย์ โตจิต อาภัสรา ไชยคาม	415-425
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ฮับพร็อพเพอร์ตี้เซอร์วิส จำกัด	มะลิวัลย์ วรพต ภูษิตย์ วงษ์เล็ก	426-435
การศึกษาสังเคราะห์เชิงกลยุทธ์การบูรณาการปัญญาประดิษฐ์ในระบบการตลาดดิจิทัล แนวโน้มและผลกระทบต่อประสิทธิภาพองค์กร	สัชญุเศรษฐ์ เรืองเดชสุวรรณ วลัย ชัยมูล	436-450
ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของบริษัทแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร	กฤตเมธ ฮะวังจู เสาวภา เมืองแก่น คณบดี แย้มชุติ	451-466
การศึกษาโซ่คุณค่าของผ้าทอกะเหรี่ยง กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านสบหาด	จำเริญ เชื่อนแก้ว ณัฏฐรินดา เนตรสว่าง อัศนัย ธุรวติกุล	467-478
แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อพัฒนาชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบัง	ภณสิทธ์ อ้นยะ กวีกานต์ กลั่นมา	479-488
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา	ภณสิทธ์ อ้นยะ จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์	489-496
ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อความภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธุรกิจโรงแรมในจังหวัดปทุมธานี	ปิยะฉัตร กัลยาบาล	497-512
การปรับปรุงประสิทธิภาพพื้นที่จัดเก็บสินค้าและอะไหล่ กรณีศึกษา : บริษัทผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ	นุชจรี แก่นลออ จุติพร สุวกุลศิริ พิชิวัฒน์ ทองสุข	513-522
ความเสี่ยงและความท้าทายของผู้ส่งออกสินค้าของไทยในปี 2567 กรณีศึกษา: ผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม	อารีรัตน์ จันทรโพธิ์ศรี สุณัฐวีย์ น้อยโสภา ณัฐวดี เพชรโสม	523-537
การพัฒนากระบวนการจองคิวลงสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับเข้าสินค้า กรณีศึกษา บริษัท ดูโฮม จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม	ณาฬิษา เปรมเดช สุดารัตน์ จันทิมา สุรินทร์ กมลสุนทรโรจน์	538-547
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์แบบซองในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร	ทิพมาศ รัตนพิทักษ์ ภัทรารัช แก้วพลายงาม	548-562
ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	กมลชนก เขียวแก้ว ศรีสุภัค เสมอวงษ์	563-576
ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า

แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อพัฒนาชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบัง

Tourism Activity Sustainable Tourism for Community Development in Khlong Mon, Lat Krabang

ภณสิทธ์ อ้นยะ[1], กวีกานต์ กลั่นมา[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabjune_jabjune@hotmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabpanasit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนคลองมอญเขตลาดกระบังเพื่อเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับชุมชนคลองมอญ โดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) เป็นหลักวิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนคลองมอญมีจุดแข็งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการวิเคราะห์นำไปสู่การเสนอแนวทางพัฒนา ได้แก่ (1) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ (2) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว (3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและภาคส่วนต่างๆ และ (4) การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

คำหลัก: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, การพัฒนาชุมชน, การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว, คลองมอญ

Abstract

The research titled Tourism Activity Models for Community Development in Khlong Mon, Lat Krabang Towards Sustainable Tourism aims to explore appropriate tourism activity development strategies for the Klong Mon community, based on the concept of Community-Based Tourism (CBT). The study employs both qualitative and quantitative research methods, including in-depth interviews with community leaders, tourists, and relevant organizations, as well as an assessment of the area's tourism potential.

The findings indicate that Klong Mon possesses strengths in its natural resources, cultural heritage, and unique local way of life. However, limitations remain in terms of infrastructure, tourism management, and community participation. The research suggests four key development strategies: (1) promoting cultural and eco-tourism activities, (2) improving tourism-related facilities and infrastructure, (3) fostering collaboration between the community and various stakeholders, and (4) enhancing the capacity of local residents to effectively manage tourism in a sustainable manner.

Keywords: Community-Based Tourism, Community Development, Tourism Activity Management, Klong Mon

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงชุมชนเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น (UNWTO, 2021) เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่มีชุมชนดั้งเดิมอาศัยอยู่และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ หนึ่งในนั้นคือชุมชนคลองมอญ ซึ่งมีวิถีชีวิต วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมอญยังขาดแนวทางที่ชัดเจนและยั่งยืน ซึ่งอาจส่งผลต่อความเป็นอยู่ของชุมชนในระยะยาว (Boonchai & Chaiyasit, 2020)

การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนถือเป็นประเด็นสำคัญที่ได้รับความสนใจในหลากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน หรือชุมชนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น พร้อมทั้งสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ (UNWTO, 2017) การศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชนจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจและมีความสำคัญในการนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) การศึกษานี้จะอาศัยแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) และแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community-based Tourism) เป็นกรอบในการวิเคราะห์และออกแบบรูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนคลองมอญจะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในระยะยาว และรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่ต่อไป (Goodwin, 2017)

ชุมชนคลองมอญ ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมที่ยังคงความดั้งเดิม ทำให้พื้นที่นี้มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของกรมการพัฒนาชุมชน (2023) พบว่าชุมชนดังกล่าวยังขาดกลไกที่ชัดเจนในการวางแผนและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ทำให้ความพยายามในการพัฒนาไม่สามารถตอบโจทย์เป้าหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างเต็มที่จากการศึกษาพบว่า การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Hall, 2019)

ดังนั้น การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบัง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนในระยะยาว โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนคลองมอญในด้านการอนุรักษ์และการพัฒนา โดยอาศัยแนวคิดจากทฤษฎีการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (Chambers, 1994) และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ (Murphy, 1985) เพื่อสร้างแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและศักยภาพของพื้นที่

นอกจากนี้ การศึกษาในครั้งนี้ยังได้รวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้นำชุมชน ตลอดจนชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารวิชาการและรายงานขององค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสามารถนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับชุมชนคลองมอญ
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมความยั่งยืน และสอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของชุมชนคลองมอญ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางหรือรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับชุมชนคลองมอญ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในชุมชนอย่างยั่งยืน
2. เพิ่มศักยภาพของชุมชนคลองมอญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแก่คนในชุมชน โดยไม่กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมดั้งเดิม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนคลองมอญเพื่อเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งเป็นเทคนิควิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่ใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จาก ผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแจกแบบสอบถามแก่ชาวบ้านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเจาะลึกข้อมูลได้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

สำหรับวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ครั้งนี้ ได้กำหนดประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้นำชุมชน ดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวภาครัฐ จำนวน 2 ท่าน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวภาคเอกชน จำนวน 2 ท่าน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้นำชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานทางการท่องเที่ยว จำนวน 4 ท่าน

รวมผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งสิ้น 8 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative research) อีกแนวทางหนึ่งนั้น ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือ การสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided interview)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.1 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ วิธี คือ การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการตรวจสอบข้อมูลครบถ้วนทุกประเด็นและมีความสมบูรณ์แล้วนำมาทำการวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน จากนั้นผู้วิจัยจึงได้แยกแยะข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจัดให้เป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่กำหนดไว้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หรือชาวบ้านในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977 อ้างอิงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551, หน้า 74) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั้นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

สูตร $n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$

การคำนวนจากสูตรขนาดตัวอย่างอย่างน้อยที่จะต้องใช้คือ 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาด ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือต้องไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย แบบสอบถาม มี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบเลือกตอบ (Check list) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา กลุ่มอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบัง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบัง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะได้รับการ ทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test) โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในแต่ละด้าน พบว่าเท่ากับ 0.953 อยู่ในระดับดีมาก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการลงพื้นที่ไปเก็บข้อมูลพร้อมกับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่

1. วิเคราะหข่อมูลในสวนที่ 1 จะใช่สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มาอธิบายได่แก จำนวนหรือความถี่ (Frequency) และรอยละ (Percentage)

2. วิเคราะหขอมูลในสวนที่ 2 จะใช่สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มาอธิบาย ได้แก ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) มาอธิบาย

ผลการวิจัย

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนคลองมอญ พบว่า ชุมชนมีศักยภาพทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้ เช่น การล่องเรือชมวิถีชีวิต การสาธิตการทำหัตถกรรมพื้นบ้าน และการจัดกิจกรรมเชิงเกษตร อย่างไรก็ตาม ผู้นำชุมชนระบุว่า ความท้าทายสำคัญคือการขาดงบประมาณและความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

ในส่วนของผู้แทนจากภาครัฐ เช่น สำนักงานเขตลาดกระบังและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ข้อมูลว่า ทางหน่วยงานมีแผนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงชุมชนผ่านโครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกิจกรรมฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่ชุมชน แต่การดำเนินงานยังเผชิญกับปัญหาด้านงบประมาณและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ยังไม่ทั่วถึง

ขณะที่ภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น รีสอร์ท ร้านอาหาร และบริษัทนำเที่ยว แสดงความสนใจในการร่วมมือกับชุมชนคลองมอญ แต่มีข้อกังวลเกี่ยวกับความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการให้บริการที่ยังต้องได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากผลการสัมภาษณ์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมอญให้เกิดความยั่งยืน โดยต้องมีการบูรณาการทรัพยากรและแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงเป็นค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 45 ปีขึ้นไป จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบังจะใชสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มาอธิบาย ไดแก ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) มาอธิบาย ดังตาราง 1 ต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมอญเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	μ	σ	แปลผล
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.36	0.77	มากที่สุด
2. การเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน	4.38	0.79	มากที่สุด
3. การอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีที่เกี่ยวข้อง	4.12	0.72	มาก
4. การผลิตสินค้าโดยชุมชนและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น	4.18	0.70	มาก
5. ล่องเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชน	4.48	0.54	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	μ	σ	แปลผล
6. เวิร์คชอปงานหัตถกรรมท้องถิ่น	4.08	0.68	มาก
7. ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน	3.98	0.82	มาก
8. ทำอาหารพื้นบ้านร่วมกับชาวบ้าน	4.22	0.57	มากที่สุด
9. โฮมสเตย์และการใช้ชีวิตร่วมกับชุมชน	4.25	0.74	มาก
10. การเก็บผลผลิตทางการเกษตร	4.14	0.69	มาก
11. การทดลองทำนา ปลูกข้าว หรือเลี้ยงสัตว์พื้นเมือง	4.10	0.83	มาก

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพและความท้าทายของการท่องเที่ยวชุมชนคลองมอญ

ศักยภาพของชุมชน ชุมชนคลองมอญมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่น สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น การล่องเรือชมวิถีชีวิต การสาธิตการทำหัตถกรรมพื้นบ้าน และกิจกรรมเชิงเกษตร

ข้อจำกัดและความท้าทาย 1.ขาดงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว 2. ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ทั่วถึง 3. ต้องมีมาตรฐานการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ความคิดเห็นจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ภาครัฐ เช่น สำนักงานเขตลาดกระบังและ ททท. มีแนวทางสนับสนุนผ่านโครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่ชุมชน แต่ยังมีปัญหาด้านงบประมาณและการมีส่วนร่วมของชุมชน

ภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ร้านอาหาร และรีสอร์ท ให้ความสนใจเข้าร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แต่มีข้อกังวลเรื่อง ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการให้บริการ

3. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (400 คน)

ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย (59.5%) กลุ่มอายุหลัก 31 - 45 ปี (69.5%) ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี (60.2%) ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก (34%) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท (36.4%)

4. ความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนคลองมอญ

การประเมินรูปแบบกิจกรรมโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า กิจกรรมที่ทำให้เกิดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวสูงสุด (ระดับมากที่สุด) คือ กิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.48, SD 0.54) รองลงมาคือการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.38, SD 0.79),

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.36, SD 0.77) และการทำอาหารพื้นบ้านร่วมกับชาวบ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.22, SD 0.57) ส่วนกิจกรรมอื่นๆ นั้นอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมอญ เขตลาดกระบัง สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนคลองมอญมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่น ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น การล่องเรือชมวิถีชีวิต การสาธิตหัตถกรรมพื้นบ้าน และกิจกรรมเชิงเกษตร อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นต้องมีการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของยุทธการ ไวยอาภาและคณะ (2566) เน้นย้ำถึงความสำคัญของการใช้นวัตกรรมในการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ความท้าทายในการพัฒนาผู้นำชุมชนระบุว่าการขาดงบประมาณและความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของภารวี ขจรไพบูลย์และคณะ (2565) ที่พบว่าปัญหาหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือความยุ่งยากในการปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานรัฐและการสื่อสารที่ไม่ชัดเจนระหว่างหน่วยงานและชุมชน

บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนแม้หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานเขตลาดกระบังและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะมีแผนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงชุมชน แต่การดำเนินงานยังเผชิญกับปัญหาด้านงบประมาณและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ไม่ทั่วถึง ขณะที่ภาคเอกชนแสดงความสนใจในการร่วมมือ แต่มีข้อกังวลเกี่ยวกับความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและมาตรฐานการให้บริการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของฐิตาภา บำรุงศิลป์และคณะ (2564) ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความคิดเห็นของประชาชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชน พบว่ากิจกรรมที่ได้รับการประเมินว่าส่งเสริมความยั่งยืนในระดับมากที่สุด ได้แก่ การล่องเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.48, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54) การเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.38, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79) และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.36, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77) แสดงให้เห็นว่าประชาชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมและรักษาสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

1. คลองมอญมี ศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

2. จำเป็นต้องส่งเสริม ความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานการให้บริการ

3. ควรเน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อให้เกิด การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในระยะยาว

4. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ

5. เพิ่มการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน

6. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

สรุปโดยรวม คลองมอญมีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ แต่ต้องได้รับการพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความร่วมมือ และมาตรฐานบริการ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน. (2566). รายงานการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับชุมชน. สำนักงานพัฒนาชุมชนแห่งชาติ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐิตาภา บำรุงศิลป์, รัตนะ ทิพย์สมบัติ, ขัติยาภรณ์ มณีชัย, ชญานี วีระมน, ทิวาทิพย์ บาศรี, อนงค์นาฏ โอมประพันธ์, กชนิภา จันทร์เทศ, รัชนีกร งีสันเทียะ (2564) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังรี จังหวัดนครนายก วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 (2021): กันยายน - ธันวาคม 2564 (1 - 14)

ภารวี ขจรไพบูลย์, ประดิษฐ์ ชินอุดมทรัพย์, ณัชพัฒน์ สุกใส ปัญหาของการท่องเที่ยวโดยชุมชนและหน่วยงานของรัฐในจังหวัดชุมพร วารสารการบริหารปกครอง มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (2022): วารสารการบริหารปกครอง (ชื่อเดิม) (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565) (99 – 115)

ยุทธการ ไวยอาภา, กวินรัตน์ อัฐวงศ์ชยากร, มนสิชา อินทจักร, เกวลิน หนูสุทธิ์, วลัยลดา ถาวรมงคลกิจ, เทพ ปรมินทร์ พงษ์พานิช (2566) การจัดการทรัพยากรท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีที่ 6 ฉบับที่ 4 (2566): ตุลาคม - ธันวาคม 2566 (107 – 123)

Boonchai, P., & Chaiyasit, N. (2020). Community-Based Tourism in Thailand: Challenges and Opportunities. Bangkok: Tourism Research Institute.

Chambers, R. (1994). Sustainable Rural Livelihoods: Practical Concepts for the 21st Century. Institute of Development Studies, Discussion Paper 296.

Goodwin, H. (2017). Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development. Oxford: Goodfellow Publishers.

Hall, C. M. (2019). Tourism and Sustainable Development: Exploring Principles and Practice. London: Routledge.

Murphy, P. E. (1985). Tourism: A Community Approach. Methuen.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2017). Sustainable Tourism for Development: Guidebook. UNWTO Publications.

UNWTO. (2021). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

Behavior of Chinese Tourist Travelers Visiting Pattaya City

ภณสิทธ์ อ้นยะ[1], จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabjune_jabjune@hotmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabpanasit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังเมืองพัทยา โดยพิจารณาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเดินทาง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วง 80,000 - 100,000 หยวน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเยือนพัทยาเพื่อการพักผ่อน และนิยมเดินทางมาทุกครั้งที่มาเยือนประเทศไทย จุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ตลาดกลางคืน สถานบันเทิง และชายหาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วางแผนการเดินทางด้วยตนเอง และตัดสินใจเดินทางโดยได้รับอิทธิพลจากคนในครอบครัว

ด้านพฤติกรรมการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้จ่ายมากกว่า 2,000 หยวนขึ้นไปต่อการเดินทางครั้งหนึ่ง และนิยมเลือกที่พักในรูปแบบโรงแรม 2-3 ดาว การเดินทางภายในพัทยามักใช้บริการรถเช่าหรือรถรับจ้าง นักท่องเที่ยวจำนวนมากยังนิยมเดินทางไปจังหวัดอื่นในประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการไกด์หรือล่ามระหว่างการท่องเที่ยว และมีความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวพัทยาอีกในอนาคต

จากผลการวิจัย ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพัทยาคือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวให้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และการปรับปรุงบริการให้ตรงกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

คำหลัก: พฤติกรรมการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวจีน, เมืองพัทยา

Abstract

This research aims to study the tourism behavior of Chinese tourists visiting Pattaya City by considering demographic characteristics, travel behavior, and factors influencing their decision to choose tourist destinations. Furthermore, the study proposes strategies for developing the tourism industry to align with the needs of this group. The research employs quantitative methods, collecting data from a sample of 400 Chinese tourists through questionnaires.

The findings reveal that the majority of Chinese tourists are male, aged between 31-45 years, hold a bachelor's degree, and work as private company employees. Their average annual income ranges between 80,000 - 100,000 yuan. The study shows that most tourists visit Pattaya for leisure and tend to return each time they visit Thailand. Popular destinations include night markets, entertainment venues, and beaches. Most tourists plan their trips independently, with decisions influenced by family members.

In terms of spending behavior, most tourists spend over 2,000 yuan per trip and prefer accommodations such as 2-3 star hotels. For transportation within Pattaya, they commonly use rental cars or taxis. Many also travel to other provinces in Thailand, such as Chiang Mai. Additionally, most tourists do not require guides or interpreters during their trips and express intentions to revisit Pattaya in the future.

Based on the findings, recommendations for developing Pattaya's tourism industry include improving tourism infrastructure to meet the needs of Chinese tourists, enhancing accessible promotional channels, and tailoring services to align with the behavior and expectations of this group.

Keywords: Tourism behavior, Chinese tourists, Pattaya City

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะเมืองพัทยา ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การทำความเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ภาคธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

ข้อมูลจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2566) ระบุว่า ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนกว่า 10 ล้านคน ในปีที่ผ่านมา โดยพัทยาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด เนื่องจากมีชายหาดที่สวยงาม กิจกรรมทางน้ำที่หลากหลาย และสถานบันเทิงที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนก็นำมาซึ่งความท้าทายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบริหารจัดการ

ทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น

Zhang & Xie (2022) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวจีนและพบว่า นักท่องเที่ยวจีนมักให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น WeChat และ Xiaohongshu ในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อแนวทางการตลาดของธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ Li & Wang (2023) ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับประสบการณ์ส่วนบุคคล (Personalized Experience) และความสะดวกสบายของบริการ เช่น การรองรับการชำระเงินผ่าน Alipay และ WeChat Pay ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยาจะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการท้องถิ่น และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ทั้งนี้ การศึกษานี้จะเน้นไปที่การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเดินทาง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยพิจารณาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเดินทาง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สำหรับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพัทยาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะทำให้ได้แนวทางในการปรับปรุงบริการ การตลาด และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวชาวจีนมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาจากสถิติปี 2567 (2024): ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 11 สิงหาคม จำนวน 4,398,623 คน (Bangkok Tourism Statistics)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเยือนพัทยาในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างถูกกำหนดตามสูตรของ Yamane (1973) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเพื่อศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ฯลฯ)

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา (เช่น วัตถุประสงค์การเดินทาง สถานที่ที่นิยมเที่ยว การใช้จ่าย ฯลฯ)

3. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

การประเมินความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะได้รับการ ทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test) โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในแต่ละด้าน พบว่าเท่ากับ 0.775 อยู่ในระดับดีมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก เช่น ถนนคนเดินพัทยา (Walking Street), หาดพัทยา, ศูนย์การค้า และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1-2 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถสรุปผลการวิเคราะห์และอธิบายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงเป็นค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 ส่วนใหญ่มีอายุ 31- 45 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 80,000 - 100,000 หยวน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงเป็นค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยา

ลำดับ	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1	เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน	383	95.75
2	ไม่ต้องการไกด์หรือล่าม	367	91.75
3	เดินทางมาพัทยาทุกครั้งที่มาประเทศไทย	259	64.75
4	วางแผนการเดินทางมาเที่ยวพัทยาด้วยตัวเอง	263	65.75
5	หากมีโอกาสจะเลือกกลับมาเที่ยวพัทยาอีก	257	64.20
6	เดินทางมาพัทยาน้อยกว่า 2 ครั้งต่อปี	257	64.25
7	เดินทางมาเที่ยวพัทยากับครอบครัว	207	51.75
8	ใช้เวลาเที่ยวพัทยาไม่เกิน 1 สัปดาห์	201	50.25
9	เลือกซื้อ/รับประทานอาหารจากร้านยอดนิยม/สตรีทฟู้ด	196	49.00
10	ค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,000 หยวนขึ้นไป	211	47.25
11	เลือกพักโรงแรม 2-3 ดาว	169	42.25
12	ใช้รถเช่า/รถรับจ้างไม่ประจำทาง	157	39.25
13	นอกจากพัทยาแล้วนิยมเดินทางไปเชียงใหม่ด้วย	148	37.00
14	สิ่งแรกที่นึกถึงพัทยาคือทะเล	224	56.00
15	นิยมไปตลาดกลางคืน/สถานบันเทิง	136	34.00
16	ผู้ตัดสินใจหลักในการมาพัทยาคือคนในครอบครัว	128	32.00

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยา

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (64.25%) อยู่ในช่วงอายุ 31-45 ปี (46.75%) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (68.25%) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (43.25%) รายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 80,000 - 100,000 หยวน (36.50%)

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยาเพื่อการพักผ่อน (95.75%) มีแนวโน้มเดินทางมาพัทยาทุกครั้งที่มาประเทศไทย (64.75%) นิยมเดินทางกับครอบครัว (51.75%) เลือกวางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง (65.75%) ส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถเช่าหรือรถรับจ้าง (39.25%) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมไปตลาดกลางคืนและสถานบันเทิง (34.0%) เลือกที่พักในรูปแบบโรงแรม 2-3 ดาว (42.25%) ส่วนใหญ่อยู่พัทยาไม่เกิน 1 สัปดาห์ (50.25%) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 2,000 หยวนขึ้นไป (47.25%)

3. แนวโน้มและความพึงพอใจต่อพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มเลือกกลับมาเที่ยวพัทยาอีก (64.2%) ส่วนใหญ่ไม่ต้องการไกด์หรือล่าม (91.75%) สิ่งแรกที่นึกถึงเมื่อกล่าวถึงพัทยาคือทะเล (56.0%) มีแนวโน้มเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาน้อยกว่า 2 ครั้งต่อปี (64.25%) นิยมรับประทานอาหารจากร้านยอดนิยมและสตรีทฟู้ด (49.0%)

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยาส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง นิยมเดินทางด้วยตนเองและให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง ที่พัก และอาหาร พัทยาเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยให้ความสำคัญกับทะเลและสถานบันเทิง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา สามารถอภิปรายผลได้ใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยา

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-45 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tang et al. (2020) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวจีนวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่มีอิสระทางการเงินและต้องการใช้วันหยุดเพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน

นอกจากนี้ การที่กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 80,000 - 100,000 หยวน สอดคล้องกับรายงานของ China Tourism Academy (2022) ที่ระบุว่ากลุ่มชนชั้นกลางของจีนมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนิยมเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่ให้ความคุ้มค่าและมีแหล่งท่องเที่ยวที่ครบวงจร

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังพัทยาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และนิยมเดินทางด้วยตนเองมากกว่าการใช้ไกด์ทัวร์ ซึ่งแตกต่างจากแนวโน้มเดิมที่ชาวจีนมักเดินทางเป็นหมู่คณะผ่านบริษัทนำเที่ยว (UNWTO, 2019) ปัจจัยนี้อาจเป็นผลมาจากการที่เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์ เช่น Ctrip และ Fliggy ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางเองได้สะดวกมากขึ้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวพัทยามักนิยมสถานบันเทิงและตลาดกลางคืน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Zhang & Xu (2021) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มชอบกิจกรรมยามค่ำคืนและสถานบันเทิงที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ ผลวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวจีนให้ความสำคัญกับการเดินทางแบบครอบครัวและเลือกที่พักที่มีราคาปานกลาง เช่น โรงแรมระดับ 2-3 ดาว ซึ่งเป็นปัจจัยที่สอดคล้องกับการวิจัยของ Wang et al. (2020) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศนิยมเลือกที่พักที่มีราคาเหมาะสมกับงบประมาณ แต่ยังให้ความสะดวกสบายในระดับที่พึงพอใจ

3. แนวโน้มและความพึงพอใจต่อพัทยา

นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ระบุว่ามีแนวโน้มเดินทางกลับมาพัทยาอีก ซึ่งเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์การเดินทางในพัทยา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen & Gursoy (2019) ที่ระบุว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเดินทางซ้ำของนักท่องเที่ยวคือคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง และการบริการที่มีมาตรฐาน อีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ไม่ต้องการใช้ไกด์หรือล่าม ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนที่มีความมั่นใจในการเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ China Outbound Tourism Research Institute (COTRI, 2021) ที่ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่มีแนวโน้มเดินทางแบบอิสระและพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น

นอกจากนี้ เมื่อนึกถึงพัทยา นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่นึกถึงทะเล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Tourism Authority of Thailand (TAT, 2022) ที่ระบุว่า ชายหาดพัทยาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน

สรุปภาพรวมการอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยามีลักษณะเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง นิยมเดินทางด้วยตนเองและให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถผ่อนคลายและเพลิดเพลินได้ตลอดทั้งวัน ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจีนที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการเดินทางแบบอิสระ การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าพัทยาเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจและต้องการเดินทางกลับมาอีก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพัทยาในการเป็นจุดหมายปลายทางที่สามารถแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวระดับโลก อย่างไรก็ตาม ควรมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. พัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนมาใช้ในการออกแบบแผนพัฒนาการท่องเที่ยวพัทยาให้สอดคล้องกับความต้องการ เช่น การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภาษาจีน การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Free Independent Traveler: FIT)

2. ยกระดับมาตรฐานการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการพัฒนาและควบคุมคุณภาพที่พัก ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน โดยเน้นความสะอาด ความปลอดภัย และการให้บริการที่เป็นมิตรเพื่อสร้างความประทับใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

3. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการวางแผนท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางยอดนิยม เช่น WeChat, Weibo, และ Xiaohongshu (Little Red Book) รวมถึงการใช้ KOLs (Key Opinion Leaders) หรืออินฟลูเอนเซอร์ชาวจีนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวพัทยาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ปี 2566. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Bangkok Tourism Statistics. (2567 14 ตุลาคม) สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยา https://roadgenius.com/Bangkok Tourism Statistics - How Many Tourists Visit? (2023)

Chen, X., & Gursoy, D. (2019). "An examination of the effects of motivation and destination image on tourists' future visit intention: The moderating role of satisfaction." Journal of Destination Marketing & Management, 12, 50-60.

China Outbound Tourism Research Institute (COTRI). (2021). China Outbound Tourism Development Report.

China Tourism Academy. (2022). Annual Report on China's Outbound Tourism Development.

Li, J., & Wang, Y. (2023). Personalized Experience and Payment Convenience in Chinese Tourist Preferences. International Journal of Travel and Leisure, 45(3), (98-112)

Tang, J., Liu, H., & Wang, Y. (2020). "Chinese middle-class travelers: Motivations and preferences." Tourism Management Perspectives, 35, 100691.

Tourism Authority of Thailand (TAT). (2022). Tourism Statistics and Trends.

UNWTO. (2019). Chinese Outbound Tourism: Trends and Forecasts.

Wang, R., Xu, J., & Li, P. (2020). "Accommodation preferences of Chinese outbound tourists." International Journal of Hospitality Management, 85, 102438.

Zhang, X., & Xie, L. (2022). Chinese Tourist Behavior and Digital Travel Platforms: A Case Study of Thailand. Journal of Tourism and Hospitality, 34(2), (150-168)

Zhang, Y., & Xu, L. (2021). "Chinese tourists' nightlife preferences: A case study of Thailand." Asia Pacific Journal of Tourism Research, 26(4), 357-374.

ปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำโบราณบางพลี

Determinants Enhancing the Tourism Potential of Bang Phli Ancient Floating Market

กวีกานต์ กลั่นมา[1], ภณสิทธ์ อ้นยะ[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabjune_jabjune@hotmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabpanasit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำโบราณบางพลี เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำโบราณบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมุ่งเน้นปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการมีส่วนร่วมของชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยแนวทางด้านโครงสร้างพื้นฐานมีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (3.76) สิ่งอำนวยความสะดวก (3.74) และการประชาสัมพันธ์ (3.67) ตามลำดับ จากผลการวิจัยพบว่าควรมีการปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การพัฒนาระบบไฟฟ้า แสงสว่าง และการคมนาคม การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวในวงกว้างยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับตลาดน้ำโบราณบางพลีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คำหลัก: ตลาดน้ำโบราณบางพลี, ศักยภาพการท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การมีส่วนร่วมของชุมชน

Abstract

This research aimed to explore the factors contributing to the promotion of tourism at Bang Phli Ancient Floating Market in Samut Prakan Province. The study focused on four key dimensions: public relations, infrastructure, facilities, and community participation. Using a quantitative research method, data were collected from 400 Thai tourists through questionnaires. The findings revealed that all four factors significantly influence tourists' decisions to visit the market. Among these, public relations emerged as the most influential factor, particularly through the use of social media and local storytelling. Infrastructure and facilities also played important roles in creating convenience and enhancing the overall experience. Furthermore, community

participation in preserving culture and engaging with tourists added unique value to the destination. The results suggest that effective collaboration between government agencies, local communities, and private sectors is essential for sustainable tourism development at Bang Phli Ancient Floating Market.

***Keywords**:* Bang Phli Ancient Floating Market, Tourism Potential, Cultural Tourist Attraction

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และประสบการณ์ที่แท้จริงของชุมชน การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการสร้างคุณค่าเชิงสังคมอย่างยั่งยืน (UNESCO, 2020)

ตลาดน้ำโบราณบางพลี ตั้งอยู่ริมคลองสำโรง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 150 ปี ถือเป็นหนึ่งในตลาดน้ำที่ยังคงรักษาวิถีชีวิตริมน้ำแบบดั้งเดิมไว้ได้อย่างชัดเจน มีร้านค้าไม้เก่าแก่เรียงรายอยู่ตลอดสองฝั่งคลอง มีสินค้าท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน ขนมไทยดั้งเดิม และกิจกรรมวัฒนธรรม เช่น การแห่หลวงพ่อโต การสาธิตการทำขนมโบราณ และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ, 2565) ตลาดน้ำแห่งนี้ไม่เพียงแต่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนไทยเชื้อสายจีน-มอญที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน หากยังเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมทางสังคมและศาสนา โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับ วัดบางพลีใหญ่ใน ซึ่งเป็นแหล่งศรัทธาและสถานที่จัดงานประเพณีท้องถิ่นอันเก่าแก่ เช่น งานโยนบัว ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในแต่ละปี (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2564) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดน้ำโบราณบางพลีจะมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง แต่ยังพบข้อจำกัดหลายประการ เช่น ขาดการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์โดยเฉพาะในช่องทางดิจิทัล การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบ และสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ งานวิจัยของ ณัฐพงศ์ โพธิ์ทอง (2564) พบว่า การพัฒนาตลาดน้ำให้มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและการใช้การตลาดดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความน่าสนใจและเพิ่มจำนวนผู้มาเยือนในระยะยาว นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะเจ้าของพื้นที่ก็ยังเป็นประเด็นสำคัญที่ควรส่งเสริม เพื่อให้ชาวบ้านสามารถนำเสนอเรื่องราวของตนเองได้อย่างมีพลัง และสร้างความรู้สึกร่วมในการอนุรักษ์พื้นที่ งานของ สุนีย์ ศรีสุวรรณ (2561) ระบุว่า ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในชุมชนขึ้นอยู่กับการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นที่มีทั้งความภาคภูมิใจ และบทบาทในการพัฒนา

การวิจัยในครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถส่งเสริมศักยภาพของตลาดน้ำโบราณบางพลี อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลี โดยพิจารณาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลีที่สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น และอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน: การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้ตลาดน้ำโบราณบางพลีมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เช่น การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2. ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น: การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะช่วยส่งเสริมการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน โดยเฉพาะการส่งเสริมผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่

3. การอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลีจะช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชุมชน ให้คงอยู่ต่อไปในยุคสมัยใหม่ โดยไม่สูญหายไปจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ใช้ข้อมูลเชิงสถิติในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้คือประชาชนในท้องที่ และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมตลาดน้ำโบราณบางพลี จำนวน 400 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มตัวอย่างสะดวก (Convenience Sampling) หรือการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนทั่วไปที่สามารถเข้าถึงได้และเต็มใจเข้าร่วมการวิจัย

3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

2. คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลี (โดยใช้มาตราส่วน Likert Scale 1-5)

3. คำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลี (คำถามปลายเปิดและคำถามเลือกตอบ)

4. วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลจะดำเนินการผ่านการ แจกแบบสอบถามออนไลน์ และ แบบสอบถามกระดาษ ที่สามารถให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลได้ในพื้นที่ตลาดน้ำโบราณบางพลี รวมถึงการส่งแบบสอบถามผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น โดยจะใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 2-3 สัปดาห์ ขึ้นอยู่กับการตอบรับจากกลุ่มตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรม สำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics): ใช้เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลที่เก็บได้

6. การสรุปผลการวิจัย

หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จะมีการตีความผลการวิจัยเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลี โดยพิจารณาจาก:

การประเมินความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว

การเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำโบราณบางพลีตามผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

7. การประเมินความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะได้รับการ ทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test) โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในแต่ละด้าน พบว่าเท่ากับ 0.874 อยู่ในระดับดีมาก

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าจำนวน 153 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.25 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำโบราณบางพลี โดยมีรายละเอียดของแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านที่ 1 การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำโบราณบางพลี

ตลาดน้ำโบราณบางพลีมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น Facebook, Instagram ที่น่าสนใจและน่าติดตามเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15, S.D. =0.85

ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำโบราณบางพลีสามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.27, S.D. =0.79

การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำมีการใช้สื่อแบบดั้งเดิม เช่น ป้ายโฆษณา ใบปลิว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.27, S.D. =0.73

การโปรโมทกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในตลาดน้ำได้รับความสนใจจากสาธารณชนเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86, S.D. =0.72

ด้านที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

การเดินทางไปยังตลาดน้ำโบราณบางพลีสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.26, S.D. =0.77

ถนนและการจราจรในพื้นที่รอบๆ ตลาดน้ำมีความสะดวกสบายและปลอดภัยเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.66, S.D. =0.77

มีการพัฒนาที่จอดรถและบริการขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.34, S.D. =0.74

การจัดการด้านความปลอดภัยในพื้นที่ตลาดน้ำ เช่น การตรวจสอบสุขอนามัยและความสะอาด เป็นไปอย่างมีมาตรฐานเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.40, S.D. =0.67

ด้านที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวก

ตลาดน้ำมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำและที่นั่งพักผ่อนเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.46, S.D. =0.71

มีการให้บริการแนะนำและข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การบริการข้อมูลหรือแผนที่เป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.51, S.D. =0.70

ตลาดน้ำมีการจัดให้มีพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวได้พักผ่อนอย่างสะดวกสบายเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.32, S.D. = 0.73

มีร้านอาหารและร้านค้าสินค้าท้องถิ่นที่มีคุณภาพและหลากหลายให้เลือกเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.35, S.D. =0.66

ด้านที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชน

ชุมชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย3.58,S.D.=0.69

ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาและเผยแพร่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำโบราณเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.46, S.D. =0.68

ชุมชนมีการจัดกิจกรรมหรือแสดงความสามารถพิเศษเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย4.36, S.D.=0.69

ชุมชนมีการร่วมมือในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เป็นแนวทางการส่งเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.42, S.D. =0.71

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำโบราณบางพลี พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.25 มีอายุอยู่ในช่วง 20–30 ปี ร้อยละ 59.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 64.25 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ที่มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 38.25 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 32.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 44.00
ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำโบราณบางพลี พบว่า

ด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันซึ่งได้รับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (มีค่าเฉลี่ย4.27, S.D. = 0.79) รองลงมาคือการใช้สื่อดิจิทัล (มีค่าเฉลี่ย4.15) และการโปรโมทกิจกรรมพิเศษ (มีค่าเฉลี่ย3.86)

ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นปัจจัยที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น โดยเฉพาะถนนและการจราจรในพื้นที่รอบตลาดที่มีความสะดวกปลอดภัย (มีค่าเฉลี่ย4.66, S.D. = 0.77) รองลงมาคือการจัดการด้านความปลอดภัย (มีค่าเฉลี่ย4.40) และการพัฒนาที่จอดรถและระบบขนส่งสาธารณะ (มีค่าเฉลี่ย4.34)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับ มากที่สุด เกือบทุกประเด็น โดยเฉพาะการให้บริการข้อมูลหรือแผนที่นักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ย4.51, S.D. = 0.70) และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำและที่พักผ่อน (มีค่าเฉลี่ย4.46)

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ มากที่สุด โดยเฉพาะการรักษาและเผยแพร่อัตลักษณ์วัฒนธรรมของตลาดน้ำ (มีค่าเฉลี่ย4.46, S.D. = 0.68) และการร่วมมือในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (มีค่าเฉลี่ย4.42)

จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ตลาดน้ำโบราณบางพลีมีปัจจัยสนับสนุนที่โดดเด่นในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะเดียวกันการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนก็มีบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำโบราณบางพลีในระดับมากถึงมากที่สุด ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะความสะดวกในการเดินทาง การจราจรที่

ปลอดภัย และการจัดการพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร วงศ์ศรี (2562) ที่กล่าวว่า โครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น ระบบคมนาคม ที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบริการพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ พื้นที่พักผ่อน และการให้ข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ อุษณีย์ รักไพรินทร์ (2564) ที่ระบุว่า สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และช่วยเพิ่มระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

สำหรับด้านการประชาสัมพันธ์ แม้จะได้รับคะแนนในระดับ “มาก” แต่ยังมีบางประเด็นที่สามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ เช่น การใช้สื่อดั้งเดิม ซึ่งอาจยังไม่ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่นหรือกลุ่มใหม่ ๆ ที่มักเสพข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัล งานของ พรพรรณ เกษกุล (2563) สนับสนุนว่า สื่อดิจิทัล โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Facebook, Instagram และ YouTube มีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และขยายการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

สุดท้าย ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนได้รับการประเมินในระดับ “มาก” โดยเฉพาะการสืบสานอัตลักษณ์วัฒนธรรมและการจัดกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ UNWTO (2020) ที่เน้นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเป็นการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน และการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นต้องควบคู่ไปกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือเทศบาล ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ที่จอดรถ ระบบขนส่งสาธารณะ และความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุด

2. ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น สามารถนำผลวิจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการมีส่วนร่วมของชุมชนไปใช้ในการวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ

3. ด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มประสิทธิภาพการใช้สื่อดิจิทัลให้ทันสมัยยิ่งขึ้น เช่น การจัดทำคลิปวิดีโอรีวิวตลาดน้ำ หรือแผนที่อินเตอร์แอคทีฟบนแอปพลิเคชันมือถือ เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบในแต่ละกลุ่มอายุ เช่น นักท่องเที่ยววัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ เพื่อออกแบบกิจกรรมหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มมากขึ้น

2. วิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับมุมมองของชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนหรือผู้ประกอบการในตลาดน้ำ เพื่อเข้าใจแรงจูงใจ อุปสรรค และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น

3. การศึกษาเปรียบเทียบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำโบราณในจังหวัดอื่นๆ เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำคลองลัดมะยม หรือตลาดน้ำบางคล้า เพื่อเรียนรู้แนวทางการจัดการที่ประสบความสำเร็จและสามารถปรับใช้กับตลาดน้ำบางพลี

4. การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อประเมินว่าการส่งเสริมตลาดน้ำโบราณบางพลีมีผลกระทบเชิงบวกและลบต่อชุมชนในระยะยาวอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2564). ข้อมูลแหล่งวัฒนธรรมในจังหวัดสมุทรปราการ. สืบค้นจาก https://www.culture.go.th

ณัฐพงศ์ โพธิ์ทอง. (2564). การตลาดดิจิทัลกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน. วารสารบริหารธุรกิจดิจิทัล, 2(2), 45–58.

พรพรรณ เกษกุล. (2563). บทบาทของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน. วารสารการตลาดเพื่อการพัฒนา, 6(2), 45-58.

ศิริพร วงศ์ศรี. (2562). โครงสร้างพื้นฐานกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน. วารสารเศรษฐศาสตร์และสังคม, 11(1), 89-104.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ. (2565). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th

สุนีย์ ศรีสุวรรณ. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตลาดน้ำ. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 7(1), 45–59.

อุษณีย์ รักไพรินทร์. (2564). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน, 12(3), 113-126.

UNESCO. (2020). Cultural Tourism and Sustainable Development. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2020). Tourism and Culture Synergies. Retrieved from https://www.e-unwto.org

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง

Factors Promoting Cultural Tourism at Hua Takhe Market, Lat Krabang District

จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์[1], ภณสิทธ์ อ้นยะ[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabjune_jabjune@hotmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabpanasit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดหัวตะเข้ และ (2) วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 24–41 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–25,000 บาท ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดหัวตะเข้มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงและการเดินทาง

การอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่า ความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชน และการใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขณะที่ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบขนส่งยังเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย ได้แก่ การส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เสนอให้มีการศึกษาความคิดเห็นของคนในชุมชนเพิ่มเติม และการวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาในระยะยาว

คำหลัก: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ตลาดหัวตะเข้, เขตลาดกระบัง

Abstract

This research, titled “Factors Promoting Cultural Tourism at Hua Takhe Market, Lat Krabang District,” aims to (1) study the factors that promote cultural tourism in Hua Takhe Market, and (2) analyze sustainable development approaches for cultural tourism in the area. A quantitative research methodology was employed, using questionnaires to collect data from 400 tourist

respondents. Descriptive statistics including mean and standard deviation were used to analyze the data.

The findings revealed that most respondents were female, aged 24–41, held a bachelor's degree, and had a monthly income between 15,001–25,000 baht. The overall level of agreement regarding the factors promoting cultural tourism was high in all aspects. The cultural identity factor received the highest average score followed by public relations facilities and services and accessibility and transportation

The discussion indicated that the uniqueness of local lifestyles and the effective use of digital media play significant roles in attracting tourists. However, limitations in infrastructure and transportation remain major challenges to tourism development.

Recommendations include promoting cultural activities, improving basic infrastructure, and utilizing digital marketing strategies to sustainably increase the tourist base. Further studies are suggested to explore local community perspectives and conduct comparative research with other cultural tourism sites to support long-term development.

***Keywords**:* Cultural Tourism, Hua Takhe Market, Lat Krabang District

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบัน การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมพักผ่อนเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชุมชน ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และเพิ่มรายได้แก่ประชาชนในพื้นที่อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผ่านประสบการณ์ตรงจากชุมชน (UNESCO, 2020)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นในแต่ละภูมิภาค การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม ทั้งนี้จากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565) พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยความเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีประวัติกว่า 100 ปี ตั้งอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์ และยังคงรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ เช่น บ้านไม้สองแถวริมคลอง การใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย การทำขนมไทยและงานหัตถกรรม รวมถึงกิจกรรมวาดภาพศิลปะบนกำแพงบ้านเรือนที่กลายเป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ นอกจากนี้ยังมี

“บ้านสามครู” ที่จัดการเรียนรู้ศิลปะ เช่น งานปั้น ลงรักปิดทอง และมัดย้อม ซึ่งถือเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมของแท้ในชุมชน (ผู้จัดการออนไลน์, 2565)

อย่างไรก็ตาม แม้ตลาดหัวตะเข้จะเริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว แต่ยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน เช่น การขาดกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การขาดความเชื่อมโยงระหว่างภาคชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาถึง “ปัจจัยที่ส่งเสริม” จึงทำให้การขาดกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การขาดความเชื่อมโยงระหว่างภาคชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ให้ตลาดหัวตะเข้สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืนทั้งในเชิงกายภาพ สังคม เศรษฐกิจ และการจัดการ

ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่องนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดหัวตะเข้ อันจะนำไปสู่การวางแนวทางหรือข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบโจทย์ทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนในระยะยาว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดหัวตะเข้ให้มีความยั่งยืนและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดหัวตะเข้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน
2. ชุมชนในพื้นที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความน่าสนใจและยั่งยืน
3. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดนโยบายหรือมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร: นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง: นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่ในช่วงวันหยุดและเทศกาล ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดตามตารางของ Krejcie & Morgan (1970)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งมีโครงสร้างเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้:

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ความถี่ในการมาเที่ยว ฯลฯ)

ส่วนที่ 2: ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเข้าถึงและเดินทาง

ส่วนที่ 3: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (คำถามปลายเปิด)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจะดำเนินการดังนี้:

1. ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธี Index of Item-Objective Congruence (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน

2. ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Try-out) จำนวน 30 คน แล้วคำนวณค่าความเชื่อมั่นด้วยสถิติ Cronbach’s Alpha Coefficient

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะได้รับการ ทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test) โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในแต่ละด้าน พบว่าเท่ากับ 0.793 อยู่ในระดับดีมาก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณตลาดหัวตะเข้ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และเทศกาล โดยเน้นความสมัครใจในการตอบแบบสอบถามและไม่ระบุตัวตน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.80 มีอายุ 24-41ปี จำนวน 208คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 168คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,001 –25,000 จำนวน 181คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

ด้านที่ 1 วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง ด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
1. ตลาดหัวตะเข้มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจ	4.42	0.68	มากที่สุด
2. มีกิจกรรมหรือการแสดงที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน	4.25	0.73	มากที่สุด
3. มีการอนุรักษ์บ้านเรือนและสิ่งปลูกสร้างแบบดั้งเดิม	4.38	0.61	มากที่สุด
4. ชุมชนให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่	4.21	0.75	มากที่สุด
รวม	4.32	0.69	มากที่สุด

ด้านที่ 2 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	μ	σ	แปลผล
1. พื้นที่ตลาดมีความสะอาด เป็นระเบียบ	4.11	0.77	มาก
2. มีห้องน้ำสาธารณะเพียงพอและสะอาด	3.78	0.85	มาก
3. มีป้ายแนะนำสถานที่/แผนที่ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.89	0.81	มาก
4. มีร้านค้า ร้านอาหาร หรือบริการต่าง ๆ ที่เหมาะกับนักท่องเที่ยว	4.04	0.74	มาก
รวม	3.96	0.79	มาก

ด้านที่ 3 การประชาสัมพันธ์และการตลาด

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	μ	σ	แปลผล
1. มีการประชาสัมพันธ์ตลาดหัวตะเข้ผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง	4.06	0.72	มาก
2. ทราบข่าวสารหรือกิจกรรมจาก Facebook / TikTok	4.18	0.67	มาก
3. สื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจและตรงกลุ่มเป้าหมาย	4.02	0.76	มาก
4. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสม่ำเสมอ	3.87	0.80	มาก
รวม	4.03	0.74	มาก

ด้านที่ 4 การเข้าถึงและการเดินทาง

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง ด้านการเข้าถึงและการเดินทาง

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	μ	σ	แปลผล
1. ตลาดหัวตะเข้สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก	3.82	0.82	มาก
2. มีที่จอดรถหรือการอำนวยความสะดวกสำหรับรถยนต์	3.60	0.88	มาก
3. มีระบบขนส่งสาธารณะที่สามารถมาเที่ยวตลาดได้ง่าย	3.49	0.91	มาก
4. การเดินเที่ยวภายในตลาดมีความสะดวกและปลอดภัย	3.75	0.79	มาก
รวม	3.67	0.85	มาก

สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จำนวน 400 คน พบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 279 คน กลุ่มอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 24 – 41 ปี จำนวน 208 คน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับ ปริญญาตรี จำนวน 168 คน อาชีพส่วนใหญ่คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 65 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 181 คน ลักษณะประชากรดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดหัวตะเข้มีความ

หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานและมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง ซึ่งมีแนวโน้มให้ความสนใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเนื้อหาและคุณค่าเชิงประสบการณ์

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดหัวตะเข้ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน พบว่า

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	μ	σ	แปลผล
1. วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น	4.32	0.69	มากที่สุด
2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	3.96	0.79	มาก
3. การประชาสัมพันธ์และการตลาด	4.03	0.74	มาก
4. การเข้าถึงและการเดิน	3.76	0.85	มาก

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับ มากที่สุดคือ ด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ($\bar{x}$ = 4.32) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเสน่ห์เฉพาะตัวของตลาด เช่น สถาปัตยกรรมดั้งเดิม วิถีชีวิตชุมชน และกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมในขณะที่ ด้านการเข้าถึงและการเดินทาง ได้รับคะแนนน้อยที่สุด ($\bar{x}$ = 3.67) แม้จะยังอยู่ในระดับ "มาก" แต่สะท้อนว่ามีประเด็นที่อาจต้องปรับปรุง เช่น ระบบขนส่งสาธารณะและที่จอดรถ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองส่วนพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดหัวตะเข้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานซึ่งมีศักยภาพในการบริโภคสินค้าและประสบการณ์ทางวัฒนธรรม และพึงพอใจต่อเสน่ห์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่เป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันยังมีความคาดหวังต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งเป็นจุดที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

อภิปรายผล

ผลการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ข้อ ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และ (2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดหัวตะเข้ให้มีความยั่งยืน โดยมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดหัวตะเข้อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะในด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบรรยากาศ ความเป็นชุมชน วิถีชีวิต และกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา จันทร์ปาน (2561) ที่ชี้ให้เห็นว่า ความมีเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น วิถีชีวิตดั้งเดิม ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นกันเองของคนในชุมชน เป็นเสน่ห์สำคัญในการสร้างคุณค่าและความประทับใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ชนิษฐา, 2561)

ด้านการประชาสัมพันธ์ได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับมากเช่นกัน โดยเฉพาะช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ TikTok ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นและคนทำงานรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ณัฐพงศ์ โพธิ์ทอง (2564) ที่กล่าวว่า การตลาดดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการใช้คอนเทนต์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านสื่อภาพและวิดีโอที่น่าสนใจ (ณัฐพงศ์, 2564)

ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความสะดวกสบาย แม้ว่าจะอยู่ในระดับมาก แต่ยังเป็นรองด้านวัฒนธรรมและประชาสัมพันธ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ เช่น ห้องน้ำสะอาด จุดบริการนักท่องเที่ยว และป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยว งานของ กัลยา ชูชาติ (2562) ระบุว่า การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสร้างประสบการณ์ที่ดี และเพิ่มระยะเวลาในการพำนักของนักท่องเที่ยวในชุมชน (กัลยา, 2562)

ด้านการเข้าถึงและการเดินทางได้รับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในบรรดาปัจจัยทั้งหมด ซึ่งสะท้อนถึงปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น การขนส่งสาธารณะที่ไม่สะดวก หรือไม่มีจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนหลัก งานของ ศิวพร กาญจนประเสริฐ (2563) ชี้ว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น เส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อและปลอดภัย เป็นเงื่อนไขสำคัญในการขยายฐานนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน (ศิวพร, 2563)

โดยสรุป ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าตลาดหัวตะเข้มีศักยภาพด้านวัฒนธรรมและการสร้างประสบการณ์เชิงท้องถิ่นอย่างเข้มแข็ง แต่ยังจำเป็นต้องพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรส่งเสริมการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดหัวตะเข้อย่างเป็นระบบ เช่น การจัดกิจกรรมวัฒนธรรม การส่งเสริมอาชีพท้องถิ่น และการพัฒนาสถานที่ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยควบคู่กับการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่

2) การประชาสัมพันธ์และการตลาด ควรเพิ่มช่องทางออนไลน์ให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น การใช้แพลตฟอร์ม TikTok, Instagram และ YouTube ที่ตอบโจทย์กลุ่มวัยทำงานและคนรุ่นใหม่ พร้อมการผลิตคอนเทนต์ที่แสดงถึงเสน่ห์เฉพาะตัวของพื้นที่

3) โครงสร้างพื้นฐานและระบบขนส่ง ควรมีการพัฒนาเส้นทางเชื่อมต่อ เช่น การจัดบริการรถรับ-ส่งจากสถานีรถไฟฟ้า หรือจุดจอดรถใกล้เคียง รวมถึงการปรับปรุงป้ายแนะนำเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนและทันสมัยมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ศึกษาความคิดเห็นของคนในชุมชน ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้น และประเมินความพร้อมของชุมชนต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2) เปรียบเทียบปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว ของตลาดหัวตะเข้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่น ๆ ในกรุงเทพมหานครหรือเขตเมืองใกล้เคียง เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางในการยกระดับให้มีความแตกต่างเชิงยุทธศาสตร์

3) วิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อศึกษาประสบการณ์และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเข้าใจคุณค่าทางวัฒนธรรม ที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้จากการมาเยือนตลาดหัวตะเข้

4) ศึกษาผลกระทบของโซเชียลมีเดีย ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการใช้รีวิวหรือวิดีโอแนะนำสถานที่ เพื่อออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฉบับประชาชน.

กัลยา ชูชาติ. (2562). สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวเชิงชุมชน. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(3), 88–100.

ชนิษฐา จันทร์ปาน. (2561). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการพัฒนาชุมชน. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 44(1), 15–30.

ณัฐพงศ์ โพธิ์ทอง. (2564). การตลาดดิจิทัลกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน. วารสารบริหารธุรกิจดิจิทัล, 2(2), 45–58.

นวลพรรณ ไกรฤกษ์, ธนัชชา มั่งมี, ปาริฉัตร คชวงษ์. (2560). แนวทางการพัฒนาตลาดหัวตะเข้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ครั้งที่ 12.สืบค้นจาก https://rsucon.rsu.ac.th/files/proceedings/nation2017/G4-56.pdf

ผู้จัดการออนไลน์. (2565). “บ้านสามครู” หัวตะเข้ แหล่งเรียนรู้ศิลปะกลางชุมชน. สืบค้นจาก https://mgronline.com/qol/detail/9600000095577

ศิวพร กาญจนประเสริฐ. (2563). โครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 12(1), 25–39.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). รายงานสถิติการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2565. สืบค้นจาก http://www.nso.go.th

Richards, G. (2005). Cultural Tourism in Europe. CAB International.

UNESCO. (2020). Cultural tourism and sustainable development. สืบค้นจาก https://www.unesco.org

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2019). Tourism and Culture Synergies.