เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติ

NU RESEARCH FORESIGHT BEYOND 30 YEARS

แรศวรวิจัยและนวัตกรรม ครั้งที่ 16

Proceedings



จัดทำโดย กองการวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร
โทร. 0 5596 8641, 05596 8715

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง **หน้า**

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการเพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
สุดารัตน์ พงษ์สถิตย์พัฒน์ 1141

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนกับภาวะเครียด ภาวะหมดไฟและคุณภาพการนอนหลับของนิสิตแพทย์แนวใหม่
นุชดา เป้าสกุล 1153

คุณธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6
ชลธิชา เอี่ยมโอภาส 1164

คุณลักษณะความเป็นผู้บริหารมืออาชีพตามความคิดเห็นของครูกลุ่มโรงเรียน บางพลี 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2
สรารัตน์ คล้ามกลั่น 1175

ประโยชน์ของข้อสอบแบบอัตนัยต่อการปรับปรุงรายวิชา
ณัฐพงษ์ ศรีสุข 1186

ปัญหาการตีความ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550
จักรกฤษณ์ สถาปนศิริ 1198

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
ศรัญญา สุภาพ 1210

ภาวะหมดไฟทางการเรียนของนิสิตแพทย์ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยนเรศวร
ฐิติภรณ์ อรุณถิน 1228

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก
กัญญาพัชร วุฒิยา 1238

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก

กัญญาพัชร วุฒิยา

To study the tourism components that Thai tourists focus on making a decision to visit Bamboo Tunnel (Umong Phai), Nakhon Nayok Province.

Kanyaphach Woothiya

สาขาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ กรุงเทพมหานคร 10520

Tourism Business administration Bangkok Suvarnabhumi University Bangkok 10520

Corresponding author. E-mail : gramkanyaphach@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวและศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก โดยการเลือกตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการวิธีสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้วิธีหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และ One-Way Anova ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62 มีอายุระหว่าง 35-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.2 มีสถานภาพครอบครัวโสด คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.4 และประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.5 โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายกในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของอุโมงค์ไผ่ การโฆษณาประสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่น Facebook , Instagram ,เว็บUnseen Tour Thailand ($\bar{X}$= 4.22, S.D.= 0.63) รองลงมาคือ มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด ($\bar{X}$= 4.13, S.D.= 0.80) โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่เพศและสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก

คำสำคัญ : องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว, การตัดสินใจ, อุโมงค์ไผ่

Abstract

Research subject To study the tourism components that Thai tourists focus on making a decision to visit Bamboo Tunnel (Umong Phai), Nakhon Nayok Province. Have a purpose In order to study the personal factors of tourists and To study the tourism components that Thai tourists focus on making a decision to visit Bamboo Tunnel (Umong Phai), Nakhon Nayok Province. The sample was selected by using probability theory with a simple random sampling method of 400 people using questionnaires as a tool for data collection and analysis using descriptive statistics using a program. Finished The method was used to find the percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing using t-test and One-Way Anova statistics. The results showed that 400 respondents, mostly female. 62% were aged between 35-39 years or 20.2% were single family status Accounted for 44.8 percent with monthly income 10,001-20,000 baht or 38.8% with the highest education level Accounted for 45.4 percent and were employed as private employees / employees 30.5 percent. The tourists place importance on the tourism components that Thai tourists are interested in when deciding to visit Bamboo Tunnel (Umong Phai) tourist attraction, Nakhon Nayok province. The reputation of bamboo tunnels Advertising in various media such as Facebook, Instagram, Unseen Tour Thailand website ($\bar{x}$ = 4.22, S.D. = 0.63), followed by having multiple angles for photography ($\bar{x}$ = 4.13, S.D. = 0.80) n which the hypothesis testing found that Personal factors regarding age, monthly income Highest education And different occupations have an effect on the tourism components that Thai tourists value in making decision to travel to Umphai Phai tourist attraction, Nakhon Nayok province with statistical significance at the level of 0.05. The differences in gender and family status did not affect the tourism components that Thai tourists gave importance to when making the decision to visit the Umphai Phai tourist attraction, Nakhon Nayok Province.

Keywords: Tourism Element, The decision, Bamboo Tunnel (Umong Phai)

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2562 รัฐบาลยังคงมีความไว้วางใจให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ถึงท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยให้น้ำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง พร้อมกับกำหนดเป้าหมายชัดเจนให้ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรอง และความมุ่งมั่นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT REVIEW MAGAZINE, 2562) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงเกิดแนวคิดพัฒนาภาคการท่องเที่ยวไทยให้กระจายตัวสู่เมืองรอง และเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากขึ้น ล่าสุด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชน และ1 ในเมืองรอง 55 จังหวัดทั่วไทย ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดนครนายกเมืองมรดกโลกทาง

ธรรมชาติ ดังคำขวัญที่ว่า “นครนายก เมืองในฝันที่ใกล้กรุง ภูเขางาม น้ำตกสวย รวยธรรมชาติ ปราศจากมลพิษ” สำหรับการเดินทางใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง มีระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร ภายในจังหวัดนครนายกมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งเชิงธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรม รวมถึงมีกิจกรรมที่สามารถทำได้ทั้งครอบครัว จังหวัดนครนายก ได้ถูกกล่าวขานว่าเป็น “เมืองมรดกโลกทางธรรมชาติ” เนื่องจากสภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบอยู่ในหุบเขา เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร และน้ำตกที่สวยงามหลายแห่ง และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง อาทิเช่น น้ำตกสาริกาที่ได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ใหม่โดยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมอื่นๆ ได้แก่ น้ำตกนางรอง อุทยานวังตะไคร้พันธุ์ทิพย์ เขื่อนขุนด่านปราการชล อุทยานพระพิฆเนศ เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดนครนายก, 2561) นอกจากนี้จังหวัดนครนายมยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันนี้ นั้นคือ ซุ้มป่าไผ่วัดจุฬาภรณ์วนาราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความเงียบ สงบ สวยงาม และ ร่มเย็นจากธรรมชาติ และได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลของวัดจุฬาภรณ์วนาราม ซึ่งมีที่เดียวในประเทศไทย นั้นคือ แหล่งท่องเที่ยวซุ้มป่าไผ่ หรืออุโมงค์ไผ่ ซึ่งเป็นวัดที่ตั้งอยู่ ตำบลบ้านพริก อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเรียงต่อกันเป็นแถว มีลักษณะเป็นต้นไผ่ที่มีสีเขียวสด ลำต้นไผ่เรียวเล็กสูงและตรง ยอดของต้นไผ่ส่วนปลายมีลักษณะโค้งเข้าหากันทอดยาวกว่า 800 เมตร จนเกิดเป็นอุโมงค์ไผ่ตลอดทางเดินเข้าไปในวัดจุฬาภรณ์วนาราม โดยมีลักษณะคล้ายคลึงกับป่าไผ่อาราชิยาม่า ตั้งอยู่ในเมืองอาราชิยาม่า กรุงเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น

ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษางานวิจัย ในหัวข้อ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก

จากการศึกษาทฤษฎี 6As ของ Buhalis (2000) ได้อธิบายความหมายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6A’s ดังนี้ 1)แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ , แหล่งท่อง เที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ 2)การเข้าถึง (Accessibility)คือ ระบบการคมนาคม , สถานีขนส่งผู้โดยสาร และ ยานพาหนะ 3)สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก, การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว 4)โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ แหล่งท่องเที่ยว Attraction องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว5A’s ที่พักแรม Accommodation บริการต่างๆ Ancillary กิจกรรม Activities การเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว(Accessibility) โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน 5)กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 6)การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ธนาคาร ศูนย์ข้อมูลโรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม (Buhalis , 2000) จากการทบทวนวรรณกรรมทฤษฎี 6As ของBuhalis พบว่า แหล่งท่องเที่ยวอุโมงค์ไผ่

ไม่มีในส่วนของโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ที่พัก, การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยนำทฤษฎีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพียง 3As ของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนาได้อธิบายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 องค์ประกอบหรือ 3As ได้แก่ 1)สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยาก เดินทางไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ ของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการ และ ความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม 2)การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยว สามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมที่สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย 3)สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างประทับใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากท่องเที่ยวนานวันขึ้น หรือ กลับมา เที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎี 3As มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ได้แก่ สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก

1.1.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก

สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ ส่งผลให้มีระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก จากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านสถานที่

อุโมงค์ไผ่ ตำบลบ้านพริก อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ด้านหน้าวัดจุฬาภรณ์วนาราม

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณสูตรของคอแครน ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)เป็นอย่างต่ำ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.3.1 ขอบเขตของตัวแปรที่ศึกษา

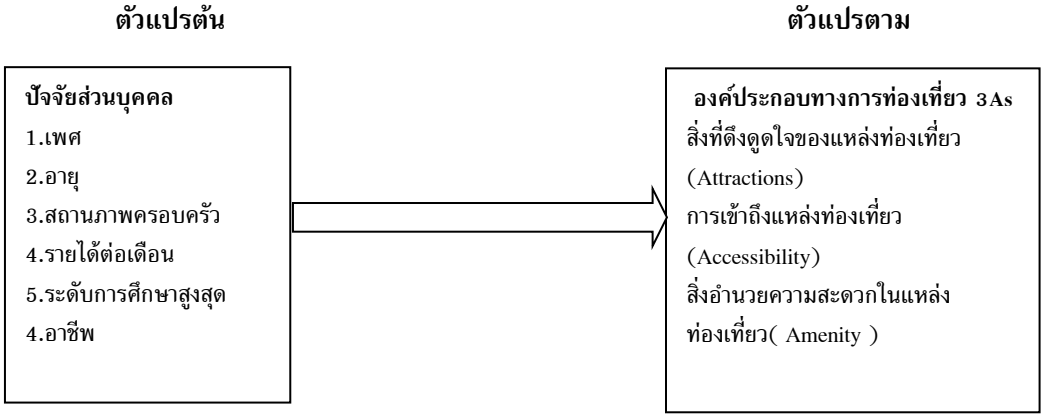
1.3.3.1.1 ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ

1.3.3.1.2 ตัวแปรตาม จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยนำองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As ได้แก่ สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) มาใช้ในงานวิจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา

ในช่วงเดือนกรกฎาคม – เดือนตุลาคม พ.ศ.2562

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัย

วิจัยเรื่อง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก โดยการเลือกตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการวิธี

สุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้วิธีหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และ One-Way Anova

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดของงานวิจัย โดยตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และผลการตรวจสอบค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไปสามารถนำไปใช้ได้ และนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาแต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า Cronbach's Alpha ได้ค่าที่มากกว่า 0.75 ขึ้นไป ซึ่งสามารถนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้ (Conbach, L. Joseph.,1984) และการทดสอบแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่น 0.85 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) โดยเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลตัวเองมากที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ได้แก่ 1.สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2.การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3.สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

นักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตร ดังนี้ สูตรของคอแครน ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)เป็นอย่างต่ำ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถาม ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุดเสาร์อาทิตย์ จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บรวมรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม–เดือนตุลาคม พ.ศ.2562

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

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

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

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 35-39 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4 และมีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เกี่ยวกับศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายกโดยรวมทุกด้าน

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.77	มาก
2.การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.51	0.98	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	3.33	1.05	ปานกลาง
รวม	**3.62**	**0.93**	**มาก**



จากตารางที่ 2.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.62, S.D. = 0.74) โดยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก มากที่สุดคือสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.03, S.D. = 0.50) รองลงมาคือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.51 , S.D. = 0.75) และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$= 3.33 , S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เกี่ยวกับระดับความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว			
1.ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะชื่อเสียงของอุโมงค์ไผ่ การโฆษณาประสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook , Instagram ,เว็บUnseen Tour Thailand	4.22	0.63	มากที่สุด
2.ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะซุ้มต้นไผ่ที่มีลักษณะคล้ายกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น	4.02	0.83	มาก
3.ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมกับ วัดจุฬาภรณ์วนาราม , ทุ่งดอกบัวแดง , สะพานชมทุ่งบ้านหนองมะกอก , ตลาดชุมชนบ้านใหม่	3.95	0.75	มาก
4.ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะมีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด	4.13	0.80	มาก
5.ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง และอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร	3.82	0.82	มาก
รวม	4.03	0.77	มาก

จากตารางที่ 2.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.03, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความระดับสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ชื่อเสียงของอุโมงค์ไผ่การโฆษณาประสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook , Instagram ,เว็บUnseen Tour Thailand อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.22, S.D.= 0.63) รองลงมาคือ มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.13, S.D.= 0.80) , ซุ้มต้นไผ่ที่มีลักษณะคล้ายกับแหล่ง

ท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.02, S.D.= 0.83) , เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมกับ วัดจุฬาภรณ์วนาราม , ทุ่งดอกบัวแดง , สะพานชมทุ่งบ้านหนองมะกอก , ตลาดชุมชนบ้านใหม่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.95 , S.D.= 0.75) และการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง และอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.82 , S.D.= 0.82) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานใช้ค่า t-test พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Sig เท่ากับ0.59, การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว Sig เท่ากับ0.43 และ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Sig เท่ากับ 0.26 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั้นคือปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานใช้ค่า F-test พบว่า อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Sig ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นคือยอมรับสมมติฐาน หมายความว่าอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก แตกต่างกัน

สถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีค่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Sig ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นคือปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่าสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายกสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายได้ดังนี้

จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 35-39 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4 และมีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อินทุอร รัตนบรรพต (2553) แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอำเภอสังขละบุรีจังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง ร้อยละ 51 เพศชายร้อยละ 49 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจความเห็นในการจัดการท่องเที่ยว คือ ควรมีการปรับปรุงสภาพถนนทางเข้าก่อนถึงแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป เช่น จัดเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และควรจัดระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

โดยมีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่มีความระดับสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ชื่อเสียงของอุโมงค์ไผ่ การโฆษณาประสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook , Instagram ,เว็บUnseen Tour Thailand อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.22, S.D.= 0.63) รองลงมาคือ มีมุมให้ถ่ายรูปหลายจุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.13, S.D.= 0.80) , ซุ้มต้นไผ่ที่มีลักษณะคล้ายกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.02, S.D.= 0.83) , เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมกับ วัดจุฬาภรณ์วนาราม , ทุ่งดอกบัวแดง , สะพานชมทุ่งบ้านหนองมะกอก , ตลาดชุมชนบ้านใหม่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.95 , S.D.= 0.75) และการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง และอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.82 , S.D.= 0.82) ตามลำดับ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Dickman (1996) กล่าวว่า สิ่งที่ดึงดูดใจ จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ อย่างยิ่ง เพราะ เป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติเทศกาลต่าง ๆหรือสถานที่ ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดัง และโดยทั่วไป สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เช่น สถาปัตยกรรมที่น่าสนใจความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ฯลฯโดยการแสดงผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่จังหวัดนครนายกเนื่องจากมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 สอดคล้องกับทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่าลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุสถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เป็น

เกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่ง ส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้าน ประชากรศาสตร์ที่สำคัญ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยให้หัวข้อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายกสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 35-39 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4 และมีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และข้อที่ 2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุโมงค์ไผ่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.62, S.D. = 0.74) โดยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก มากที่สุดคือสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.03, S.D. = 0.50) รองลงมาคือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.51 , S.D. = 0.75) และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$= 3.33 , S.D. = 0.96) ตามลำดับ จากการกำหนดสมมติฐานการวิจัย ได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ ส่งผลให้มีระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก จากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก จากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ๆได้แก่ เพศและสถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกันไม่ส่งผลให้มีระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก จากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.05 สำหรับการวิเคราะห์ข้อแสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่ จังหวัดนครนายก จากจำนวนแบบสอบถาม

ทั้งหมด 400 ชุด มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด ทั้งหมด 12 ข้อ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 12.50 สามารถสรุปได้ดังนี้ 1)ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวควรเพิ่มกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และมากกว่านี้ , ควรมีจุดถ่ายภาพให้มากกว่านี้ , อยากให้อนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่นและวิถีชุมชนอย่างยั่งยืน , ต้องการให้อุโมงค์ไผ่มีระยะทางยาวกว่านี้ 2)ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนกว่านี้ , ถนนทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างแคบและขรุขระ ต้องการให้มีการปรับปรุง ซ่อมแซมขยายถนนให้กว้างขึ้น และ ควรมีรถโดยสารจากปากซอยเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น มอเตอร์ไซค์รับจ้าง 3)ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวควรมีร้านอาหารบริการ , ควรมีร้านขายของฝากภายในแหล่งท่องเที่ยว, ห้องน้ำไม่เพียงพอ ควรมีการปรับปรุงห้องน้ำ , ต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการเช่น รถเข็น ห้องน้ำ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว จากข้อเสนอแนะที่ได้ในด้านนี้ ควรเพิ่มกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และมากกว่านี้ , ควรมีจุดถ่ายภาพให้มากกว่านี้ , ต้องการให้อนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่นและวิถีชุมชนอย่างยั่งยืนและ อยากให้อุโมงค์ไผ่มีระยะทางยาวกว่านี้ รองลงมาคือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จากข้อเสนอแนะที่ได้ในด้านนี้ ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนกว่านี้ถนนทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างแคบและขรุขระ อยากให้มีการปรับปรุงซ่อมแซมขยายถนนให้กว้างขึ้นและควรมีรถโดยสารจากปากซอยเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น มอเตอร์ไซค์รับจ้าง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จากข้อเสนอแนะที่ได้ในด้านนี้แหล่งท่องเที่ยวควรมีร้านอาหารบริการ, ควรมีร้านขายของฝากภายในแหล่งท่องเที่ยว , ห้องน้ำไม่เพียงพอ ควรมีการปรับปรุงห้องน้ำและอยากให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการเช่น รถเข็น ห้องน้ำ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2560 (Tourism Statistics 2017).* สืบค้นเมื่อวันที่20 มิถุนายน 2561 จากhttps://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *อุโมงค์ต้นไผ่ วัดจุฬาภรณ์วนารามนครนายก อ.บ้านนา.* สืบค้นวันที่ 9 กันยายน 2562 จาก https://traveleastthailand.com/8463

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (ทฤษฎี 3As).* สืบค้นวันที่ 23 กันยายน 2562. จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1969/1/chitaworn_prad.pdf

ละเอียด ศิลาน้อย. (2558). *การทดสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วย IOC และ Reliability Analysis.* กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลูพริ้นต์

ละเอียด ศิลาน้อย. (2558). *การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงสำรวจ และเชิงทดลอง.* กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลูพริ้นต์

วัดจุฬาภรณ์วนาราม. (2562). *อุโมงค์ไม้ไผ่ จ.นครนายก วัดจุฬาภรณ์วนาราม.* สืบค้นวันที่ 9 กันยายน 2562 จาก https://www.tuktukstudio.com

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). *ลักษณะด้านประชากรศาสตร์* วันที่ 23 ตุลาคม 2562. จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1982/1/patdanai_piri.pdf

สำนักงานจังหวัดนครนายก. (2561). *ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ไผ่.* สืบค้นวันที่ 9 ตุลาคม 2562. จาก https://ww2.nakhonnayok.go.th/travel/detail/3/data.html

อินทุอร รัตนบรรพต. (2553). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอำเภอสังขละบุรีจังหวัดกาญจนบุรี.* สืบค้นวันที่ 11กันยายน 2562.จากhttp://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/36184

Buhalis. (2000). *องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (ทฤษฎี 6As).* สืบค้นวันที่ 7 ตุลาคม 2562 จาก https://www.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/124131

Conbach, L. Joseph. (1984). *Essential of Psychology and Education.* New York: Mc-Graw Hill.



ACTIS&NCOBA-2021-1

Bangkok Suvarnabhumi University



Conference Proceedings

การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์ และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17 และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ

ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

วันศุกร์ที่ 5 มีนาคม 2564

	จำนรรจ์ หลงกระจ่าง	
คุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับอัตราการจ่ายเงินปันผลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	กัญญาวีร์ วงค์เสือ ดร.วฤดดา พิพัฒนกุล มาลี เต็มไป	200
การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว ธีรยุทธ แสงซื่อ	211
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว สมศักดิ์ สุริยันอโณทัย	220
แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว วสุ ธรรมจินดา	229
องค์ประกอบของนักบัญชียุคไทยแลนด์ 4.0	พัทธ์ธีรา จิรอุดมสาโรจน์ สโรชา ศรีบุญ นิรัญชา ลิ่วเฉลิมวงศ์ วันเพ็ญ วศินารมณ์	238
แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ภณสิทธ์ อ้นยะ ณัฐมล หวังเป็น	245
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง	ภณสิทธ์ อ้นยะ	254
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	จตุพร ศรีผึ้ง ผศ. ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา ดร.ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์	261
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ	วรัญญา ควรประเสริฐ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา ผศ.ดร.ศศิธร ง้วนพันธ์	266
ความพึงใจของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลอง เตย ใน 1 เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร	วชิรญาณ์ อ่อนฉวี ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา ดร.วิภา วงศ์พูลสิน	271
การศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของ เภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร	อินทิรา บาตสุวรรณ ดร.เฉลิมชัยผู้พัฒน์	275
แรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	พุชนาถ จารุภูมิ ผศ.วัลลภ นิมมานนท์	280
แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียน สายอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	ณัฐวุฒิ จิตแหลม ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	284

แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญ เขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

The Guidelines Development of Activities for Tourism of Mon Canal Community Ladkrabang Distric to be Creative Tourism.

ภณสิทธ์ อ้นยะ[1], ณัฐมล หวังเป็น[2]

Panasit Onya[1], Natthamon Wangpen[2]

[1]อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

[2]อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

E-mail: *jabjune_jabjune@hotmail.com*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษากิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังและเพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย การสำรวจภาคสนาม และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าริมคลองมอญเขตลาดกระบังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การเดินซื้อของ และถ่ายภาพในตลาด การนั่งเรือชมคลองประเวศบุรีรมย์ และการทำขนมไทยโบราณ เป็นต้น และจากการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09และมีการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

คำสำคัญ: กิจกรรมทางการท่องเที่ยว , ชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบัง, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This research aims to study tourism activities in Mon Canal Community and to organize the tourism activities of the community in order to contribute creative tourism. Qualitative and Quantitative were used as the methods of this study.

Interview, field survey, and questionnaire were used to collect data. The result found that there were various activities in Mon Canal Community, for example, window shopping, photographing, boat trip in Pravat Burirom canal, and making ancient Thai desserts. Environmental friendly tourism activities was the support way to organize the tourism activities in Mon Canal Community as creative tourism, 4.14 in average. Disseminating culture of the community was also the support way to organize the tourism activities in Mon Canal Community as creative tourism, 4.09 in average. To be careful and prevent the impact on the traditional profession of the community was also the support way to organize the tourism activities in Mon Canal Community as creative tourism, 3.95 in average.

Keyword : tourism activities, Mon Canal Community, creative tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์ และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวแบบเดิมในยุคแรก ๆ ที่ให้ความ สนใจกับการพักผ่อน หย่อนใจ มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สอง ที่ให้ความ สนใจกับวัฒนธรรม และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว และยุคที่สาม ในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึง ความยั่งยืนเป็น สำคัญโดยเน้นย้ำถึงความผูกพัน ของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Visitor , Guest) กับ ผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำ ประทับใจอย่างลึกซึ้ง ในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,ออนไลน์)

ยูเนสโกยังได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รวมถึงการจัดให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ โดย เน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้คน ในชุมชนนั้น ๆ โดยมีเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ ไม่ใช่เป็นเพียง นักท่องเที่ยว (Tourist) แต่จะเป็นสมาชิกของชุมชนที่ได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกัน (องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ,ออนไลน์)

ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มอบหมายให้กรมการท่องเที่ยวกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้รับผิดชอบบริหารดูแลแหล่งท่องเที่ยวใช้เป็นแนวทางใช้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญต่อการบริหารจัดการพื้นที่ ที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวคือ การวางแผนการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่าการศึกษาวิจัยจำนวนมากได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการ

ดำเนินการและส่งเสริมให้การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีการระบุวิธีการ และกระบวนการอย่างไรให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กระทรวงกำหนด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชน องค์กรท้องถิ่น ในการการพัฒนากิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางนโยบายและแผนการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง และแผนปฏิรูปการตลาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม (Keller, 1987) อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างงานสร้างอาชีพ เพื่อเป็นการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของเมืองเศรษฐกิจและเมืองชนบท (Christaller, 1963; Murphy and Andressen, 1988)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบัง

2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

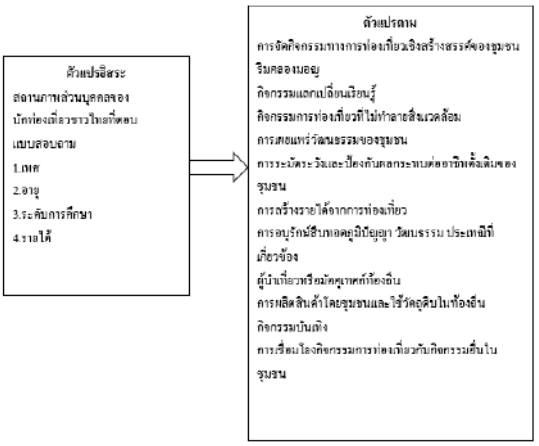
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ การจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปร เพื่อพัฒนาธุรกิจการ ท่องเที่ยว แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการประยุกต์พัฒนาเป็น นโยบายปฏิบัติการต่อไป

2. นำมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างแรงจูงใจในการส่งเสริม ผลักดัน แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบัง

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารต่าง ๆ โดยอาศัยพื้นฐานทฤษฎีแนวความคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบการทำวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา ชุมชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้ การทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของ UNESCO (2006) การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่โดยผ่าน ประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ การเติบโตของการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นในทุก ๆปี นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ โดยบริโภคทรัพยากรต่าง ๆจากแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ยิ่งจะได้รับผลกระทบมากเป็นพิเศษ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามา หากไม่ได้วางแผนการ จัดการในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างเป็นระบบ อาจจะทำให้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นตกต่ำลงส่งผล กระทบถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่องเที่ยวที่มาเยือน ให้เกิดผลทางด้านลบ และสุดท้ายทำให้แหล่ง ท่องเที่ยวนั้นหมดคุณค่าในที่สุด (Russo, 2002) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือน ทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีตัวตันจับต้องได้(Tangible product) จึงมีโอกาสที่จะสูญสลายและหมดไป หากมีการใช้ทรัพยากรไปอย่าง ต่อเนื่อง (Prentice & Andersen, 2003) แนวคิดของการขายประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเป็นดังสินค้าเป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เนื่องด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างใหม่ขึ้นได้เรื่อย ๆ เสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่ถูกนำ เสนอโดย Raymond และ Richards โดยให้คำนิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งจากคำนิยามนั้น ผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพันกับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมาย ปลายทางของการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่นการร่วมในการทำงานฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น (Richards & Raymond, 2000) โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะ มาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ (Romana KOREZ-VIDE,2013) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Creative Tourism ก็คือรูปแบบของ Experience Tourism นั่นเอง (Smith, 2006) จากที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการ ใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่นการเต้นรำ การร้องเพลง งานฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะ เชิงกระบวนการจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้ แหล่งท่องเที่ยวปลายทางนั้น ๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ ๆได้ โดยจะไม่ขาดแคลนหรือหมดไปดังการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่เป็นการ

ท่องเที่ยวในลักษณะจับต้องได้ ซึ่งหากถูก ใช้ไปอย่างต่อเนื่องก็จะหมด สูญสลาย เสื่อมคุณค่าไป ดังนั้นในการศึกษาที่จะพัฒนา สร้างคุณค่าให้แก่แหล่ง ท่องเที่ยว สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน และสามารถสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้นั้น การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในแนวคิดที่จะต้องตระหนักถึง

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed methodology research) ซึ่งเป็นเทคนิควิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่ใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธี สำรวจภาคสนาม ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

1. ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวริมคลองมอญเขตลาดกระบังตั้งแต่เดือนมกราคม -กันยายน 2561 ซึ่งมีจำนวนประมาณ 4,876 คน (อ้างอิงจากสำนักงานเขตลาดกระบัง,2560)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่มีจำนวนสามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาทั้งหมดได้ ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์,2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างชนิดทราบความน่าจะเป็น ทำการสุ่มโดยใช้ วิธีการสุ่มอย่างง่าย ดังนั้น ผลที่ได้ n =400 ตัวอย่าง จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2. กำหนดกรอบแนวคิด และขอบเขตของคำถามในการวิจัยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายและความสำคัญของการวิจัย

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากได้พิจารณาและตรวจสอบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว จำนวน 30 ชุด นำไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นต้องได้ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จากการทดสอบแล้วพบว่า Alpha ของแบบสอบถามในภาพรวมเท่ากับ .951

ผลการวิจัยการและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบัง

จากการสำรวจภาคสนามของผู้วิจัยพบว่า ริมคลองมอญเขตลาดกระบังนั้นมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลักๆ คือ ศึกษาวิถีชีวิตของชาวมอญ การเดินชมบรรยากาศของตลาดโบราณ การทดลองทา

ขนมและอาหารของชาวมอญ และการนั่งเรือชมทัศนียภาพของคลองหลวงแพ่ง และคลองประเวศบุรีรมย์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญคือวัดสุทธาโภชน์

2. แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 1 แสดงกิจกรรมเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กิจกรรมเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	**ค่าเฉลี่ย**	**การแปลผล**
มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน	4.14	ระดับมาก
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.09	ระดับมาก
การเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน	3.95	ระดับมาก
มีการระมัดระวังและป้องกันผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน	3.93	ระดับมาก
ชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว	3.88	ระดับมาก
การอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้อง	3.86	ระดับมาก
มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน	3.72	ระดับมาก
มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น	3.68	ระดับมาก
มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	3.62	ระดับมาก
มีการผลิตสินค้าโดยชุมชนและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น	3.42	ระดับมาก
มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือก	3.42	ระดับมาก
มีกิจกรรมบันเทิง	3.40	ระดับมาก
มีการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับกิจกรรมอื่นในชุมชน	3.37	ระดับมาก

จากตารางที่ 1 พบว่าแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุดคือมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือมีการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 และมีการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับกิจกรรมอื่นในชุมชน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้

เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.37 เป็นลำดับสุดท้าย

อภิปรายผล

แนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถบริหารจัดการได้ดังนี้ การกิจกรรมท่องเที่ยวโดยมีการจัดฐานเรียนรู้ มีการทดลองปฏิบัติ ลงมือจริง เช่น มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถกลับไปใช้งานได้จริง ควรมีการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น คือการผลิตสินค้าโดยชุมชนและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น กิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น การอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นการที่ทำให้คนในชุมชนได้มารวมตัวกันทำกิจกรรมเกิดความสามัคคี และมีคนนอกชุมชนเดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมอีกด้วยเป็นต้น มีการดึงดูดของกิจกรรมของชุมชน การจัดงานศิลปะ สอนศิลปะ สอนการทำขนมไทย โดยเน้น กลุ่มครอบครัว ,กลุ่มวัยรุ่น ,กลุ่มชาวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ ปิรันธ์ ชิณโชติ และ ธีระวัฒน์ จันทึก (2559) ซึ่งจากการวิจัยพบว่าหากจะพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องเกิดความร่วมมือจาก ทุกฝ่าย ในส่วนของผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงการเป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ เสนอสินค้าและบริการในราคา ที่คุ้มค่าเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยว สร้างเอกลักษณ์จุดขายของธุรกิจของตนให้ชัดเจน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ ตระหนักถึงการบำรุงรักษา รวมถึงการมีสัมพันธ์ที่ดีใกล้ชิดกับชุมชน แต่สิ่งสำคัญที่จะสร้างให้เกิดความยั่งยืนได้นั้นคือชุมชน ต้องสร้างให้ชุมชนมีความภูมิใจในวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของตน และสนับสนุนให้วัฒนธรรม ประเพณีนั้นโดดเด่นเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน สามารถนำเสนอเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวต่อไปได้ นอกจากนั้นชุมชนเองต้องมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว ต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจ ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ประโยชน์ต่างๆที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและเกิดพฤติกรรมความถี่ในการท่องเที่ยวจะต้องจัดกิจกรรมหลักดังต่อไปนี้ โดยให้ความสำคัญเรื่องโครงสร้างทางกายภาพ คือ การมีป้ายบอกกิจกรรมฐาน สังเกตชัดเจน มีการกำหนดเส้นทางในการทำกิจกรรมแต่ละฐาน รวมถึงเวลาในการทำกิจกรรมแต่ละฐาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ทำกิจกรรมครบทุกฐาน

2. ชุมชนควรมีอากาศสดชื่น ปราศจากฝุ่นละออง มีต้นไม้ ร่มรื่น และคนในชุมชนควรมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อนักท่องเที่ยว ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของนักท่องเที่ยว

3. ควรเพิ่มกิจกรรมทางเลือกให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพราะจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้การสัมภาษณ์ตรงกันคือกิจกรรมของริมคลองมอญเขตลาดกระบังยังคงเหมือนเดิมทุกครั้งที่มาท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชน องค์กรท้องถิ่น ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางนโยบายและ

แผนการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง และแผนปฏิรูปการตลาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม (Keller, 1987) อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างงานสร้างอาชีพ เพื่อเป็นการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของเมืองเศรษฐกิจและเมืองชนบท (Christaller, 1963; Murphy and Andressen, 1988) รวมถึงนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและตรงตามมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อประชาชนในท้องถิ่นให้มีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขโดยไม่ต้องอพยพแรงงาน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการว่างงาน ปัญหาสังคม (Moore, 1994) ใช้เป็น Model แบบอย่างแก่ชุมชนอื่นและมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า Best Practice สามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมของทุกชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

[1] โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ออนไลน์http://www.dasta.or.th/creativetourism/attachments/article/112/20_9271.pdf สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ส.ค. 2560

[2] ปิรันธ์ ชิณโชติ และ ธีระวัฒน์ จันทึก (2559) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง , E-Journal, Silpakorn University , ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2559

[3] รัชฎา จิรธรรมคุณ แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม ในชุมชน บ้านแขนน อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 20 ต.ค. 2560 http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/Download/Format_Checker/2/5.pdf

[4] วิเชียร เกตุสิงห์ (2543) คู่มือการวิจัย:การวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่4) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผลองค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออนไลน์ , สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ส.ค. 2560http://www.dasta.or.th/th/News/detail_knowledge.php?ID=1046

[5] สำนักงานเขตลาดกระบัง (2560) สถิตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวริมคลองมอญเขตลาดกระบังออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ส.ค. 2560 http://www.bangkok.go.th/ladkrabang/page/sub/3680

[6] Christaller, W. (1963). “Some Considerations of Tourism Location in Europe: The Peripheral Regions-Under-Developed Countries-Recreation Areas.” Regional Science Association; Papers XII. 95-105.

[7] Goeldner, C. R.andRitchies, B. J. (2006). Tourism: Principles, practices and philosophies. New Jersey: John Wiley and Sons.

[8] Keller, C. P. (1987). “Stages of Peripheral Tourism Development- Canada’s Northwest Territories.” Tourism Management. 20-32.

[9] Moore, T. G. (1994). “Core-Periphery Models, Regional Planning Theory and Appalachian Development.” The Professional Geographer. 46(3): 316-331.

[1 0] Murphy, P. E. and B. Andressen. (1988). “Tourism Development on Vancouver Island: An Assessment of the Core-Periphery Model.” The Professional Geographer. 40(1): 32- 42.

[11] Prentice, R. and Andersen, V. (2003), Festival as Creative Destination. Annuals of Tourism Research. 30(1), 7-30.

[12] Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development.In Wurzburger, R. (Ed.). Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe. (pp. 78–90). New Mexico. USA.

[13] Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. Annals of Tourism Research 38 : 1225-1253.

[14] Richards, G. and Raymond, C. (2000), Creative Tourism. ATLAS News 23, 16-20.

[15] Romana KOREZ-VIDE.(2013), Creative tourism as a source of innovativeness and sustainability in tourism.1307-1320.

[16] Russo, P. (2002), The vicious circle of tourism development in heritage cities. Annuals of Tourism Research. 29(1), 165-182.

[17] Smith, L.W. (2006), Experiental Tourism aroundthe World and at Home: Definitions and Standards. International Journal of Services and Standards. 2(1), 1-14.

[18] UNESCO. (2006). Towards sustainable strategies for creative tourism discussion report of the planning meeting for 2008. International Conference on Creative Tourism Santa Fe,New Mexico, USA. October 25-27, 2006.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง

Marketing Mix Factors Affecting The Selection of Thai Tourists in Loung Pang Market Ladkrabang Distric

ภณสิทธ์ อ้นยะ[1]

Panasit Onya[1]

[1]อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

E-mail: jabjune_jabjune@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ คือ หาความถี่ ร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการสำรวจวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ที่มาซื้อสินค้าในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง พบว่าด้านสินค้าและบริการ อยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ของตลาด อยู่ในระดับมาก ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, นักท่องเที่ยวชาวไทย, ตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง

Abstract

This research aims to study marketing mix of buying decision of Thai tourist in Loung Pang Market Ladkrabang Distric. 400 participants were selected by purposive sampling method. Questionnaire was used for collecting data. Frequency, percentage, and mean were statistic to analyze data. The result showed that Most participants were female, 26-35 years old, married status, office job, bachelor degree, and income around 10,000-15,000 baht. To analyze marketing mix was found that product and service was at the high level. Place was at the high level. Price was at the high level. Promotion was at the moderate level.

Keyword: marketing mix, Thai tourist, Loung Pang Market

บทนำ

ตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังเป็นตลาดของฝากที่มีชื่อเสียงมากของเขตลาดกระบัง จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จัก หรือเคยได้ยินชื่อตลาดแห่งนี้อยู่บ่อยครั้ง ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวที่มาแวะตลาดแห่งนี้ จึงไม่ใช่แค่กลุ่ม

นักท่องเที่ยวที่มาชายหาดบางแสนเท่านั้น แต่คนที่มาเที่ยวทางย่านภาคตะวันออก อย่าง ระยอง จันทร์ ตราด ก็ยังแวะมาซื้อของที่นี่กันมากเช่นกัน

ตลาดหลวงแพ่งมีความเก่าแก่ ตั้งขึ้นในตั้งแต่รัชกาลที่ 5 ในอดีตเป็นแหล่งการค้าสำคัญที่มีความคึกคักมาก เพราะชาวบ้านบริเวณทุ่งแสนแสบ (หรือในปัจจุบัน คือ ตำบลคลองหลวงแพ่ง ลาดกระบัง) ล้วนแต่ทำนากันเป็นหลัก ขนข้าวใส่เรือล่องผ่านคลองประเวศฯ ทำให้ตลาดหลวงแพ่งที่ตั้งริมคลองประเวศบุรีรมย์กลายศูนย์กลางชุมชน ตลาดมีร้านค้าเรียงรายเป็นคูหาอยู่ทั้ง 2 ฝั่งคลอง ฝั่งใต้มี 120 คูหา ฝั่งเหนือมี 30 คูหา มีร้านขายของ ร้านตัดผม ร้านตัดสูท ร้านขายยา เรียงรายต่อมา เมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว ตลาดเริ่มเงียบเหงาลง เพราะการเดินทางทางบกเข้าถึงพื้นที่โดยรอบ ทำให้คนใช้เรือสัญจรไปมาน้อยลง รวมทั้งชาวบ้านหันไปทำอาชีพอื่นกันหมด จึงทำให้ร้านค้าลดลงไปเรื่อยๆ ตลาดหลวงแพ่งเลยกลายเป็นที่อยู่อาศัยเต็มรูปแบบ แต่ก็ยังคงสภาพสิ่งปลูกสร้างเหมือนเดิมตั้งแต่อดีตเมื่อประมาณ 4-5 ปีที่แล้ว ชาวหลวงแพ่งรวมกันฟื้นฟูอาชีพค้าขาย และปลุกตลาดให้มีชีวิตชีวาสีสัน โดยชวนคนในชุมชนเปลี่ยนบ้านเป็นร้านขายของ ขายอาหาร ด้วยการนำวัตถุดิบจากชุมชนมาผลิตเป็นอาหาร ขนม หรือสร้างบรรยากาศ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว (สืบค้นออนไลน์, 2561)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง เพื่อนำข้อสรุปที่ได้มาพัฒนาและส่งเสริมสินค้าในตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง

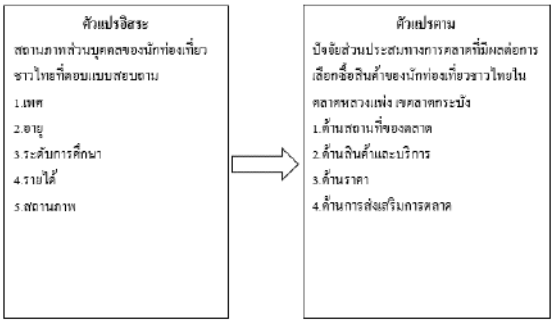
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1 ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานและลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวอันเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังมากยิ่งขึ้น

2 ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง และนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือหมายถึง "ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาดซึ่งบริษัทนำมาผสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย" (Kotler, 1997, p. 92)แนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญในทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาด

ทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการ ของตลาดเป้าหมาย เราเรียกส่วนประสมทางการตลาดว่า “4P’s” ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ ร่วมกันในการสื่อข่าวทางการตลาดให้แก่ผู้รับข่าวสารทั้งมวลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือไปจากการใช้โฆษณาหรือกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด Philip Kotler ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps ไว้ดังนี้

1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แจ้งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบและสีสันของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาด รูปร่างของสินค้า เครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายและความเข้าใจให้กับผู้รับข่าวสาร โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องเป็นไปตาม ความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงตามความต้องการ การทุ่มงบโฆษณาไปเท่าใดก็ไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคได้

2 ราคา (Price) หมายถึง เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เขาคาดหมายว่าจะได้รับ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้งราคาสูงอาจเป็นเครื่องหมายจูงใจให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชอบซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อหรือการใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง ๆ แต่บางครั้งมีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

3 การจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางหลังจากผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้วจนเกิดความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถจะหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า การจัดจำหน่ายยังแบ่งได้อีก 2 ส่วน ดังนี้

3.1ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้

3.2 การกระจายสินค้า (Physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (No personal selling) ประกอบด้วยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ดังนี้

4.1 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขาย โดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (Sales force management)

4.3 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการ

จ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งการให้ข่าว เป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.4 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) เป็นติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้ประกอบด้วย(1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล๊อค (4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

4.5 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ(หรือ)ผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative strategy) (2) กลยุทธ์สื่อ
(Media strategy) ปัจจุบันการโฆษณาพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งอัตราการแข่งขันสูงขึ้นตลอดเวลา การโฆษณาและธุรกิจกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่คู่กันเพราะโฆษณาเป็นหนึ่งในอาวุธสำคัญที่จะใช้ช่วงชิงส่วนครองตลาดที่ดีให้กับสินค้า ขณะเดียวกันการโฆษณาจะคงอยู่ได้ด้วยธุรกิจ (เสรี วงษ์มณฑา, 2535, หน้า 25)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการแบบสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) นำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่มาซื้อสินค้าในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง ตามข้อมูลสถิติประชากรเท่ากับ 62,852 คน

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่มีจำนวนสามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาทั้งหมดได้ ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์,2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างชนิดทราบความน่าจะเป็น ทาการสุ่มโดยใช้ วิธีการสุ่มอย่างง่าย ดังนั้น ผลที่ได้ n =400 ตัวอย่าง จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2. กำหนดกรอบแนวคิด และขอบเขตของคำถามในการวิจัยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายและความสำคัญของการวิจัย

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนาให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากได้พิจารณาและตรวจสอบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงเรียบร้อยแล้วจำนวน 35 ชุด นำไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นต้องได้ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จากการทดสอบแล้วพบว่า Alpha ของแบบสอบถามในภาพรวมเท่ากับ .895

ผลการวิจัยการและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาผู้มาเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 มีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 148 คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ตามลำลับ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังโดยนำเสนอค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยดังรายละเอียดต่อไป

ผู้มาท่องเที่ยวตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง ในด้าน ปัจจัยการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวรวมทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีปัจจัยที่แตกต่างกันในระดับคะแนนเฉลี่ยที่แตกต่าง ตามดับดังนี้
ด้านสินค้าและบริการ พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง

ด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยโดยรวมเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การบริการของพ่อค้า – แม่ค้าในตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับมาก มีจำนวนร้านค้าเพียงพอสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก ความหลากหลายของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 อยู่ในระดับมาก คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมาก สินค้ามีความสะอาดถูกหลักอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86อยู่ในระดับมาก สินค้ามีความแตกต่างและแปลกใหม่จากตลาดอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านสถานที่ พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังด้านสถานที่ของตลาด การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยมีปัจจัยโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก สถานที่มีทำเลที่ง่ายต่อการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 อยู่ในระดับมากที่สุด มีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมาก มีความสะอาดของสถานที่ที่จัดจำหน่ายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังด้านราคา มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยโดยรวม เท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับมากมีการแจ้งราคาอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยโดยรวม เท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีสินค้าตัวอย่าให้ทดลองใช้,ชิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมาก มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำและสาธิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาผู้มาเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 262 คน มีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 148 มีสถานภาพโสด จำนวน 169 คน มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 184 คน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 153 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 148 คน ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของศิริพร คุ้มกล่ำ ซึ่งได้ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา โบราณสถานจังหวัดอ่างทอง ทาการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโบราณสถาน จังหวัดอ่างทอง จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพ โสด/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 10,000-15,000 บาทต่อเดือน

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสถานที่(ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ(ด้านผลิตภัณฑ์) เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านราคา พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติพงษ์ ภูมิสาขา ซึ่งได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสินค้าของที่ระลึกกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้มาเยี่ยมเยือนชาวไทยจำนวน 400 ตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของที่ระลึกมาจากประสบการณ์ส่วนตัวและคำแนะนำของเพื่อน/ญาติพี่น้อง นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกสามารถสรุปได้ดังนี้ คุณภาพของสินค้ามาตรฐานของสินค้า ความเป็นสมัยนิยมและรสชาติที่ดี(ด้านผลิตภัณฑ์) ราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า (ด้านราคา) การเข้าถึงและสถานที่ตั้งของร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดรายการพิเศษและการบอกต่อ (ด้านการส่งเสริมการตลาด) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสินค้าของที่ระลึกกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา ดังนี้

1. สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอต่อปริมาณของรถในช่วงวันหยุด

2. ห้องน้ำไม่เพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว

3. ควรแบ่งโซนของสินค้าออกเป็นแต่ละประเภท

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ที่ขายสินค้าภายในตลาดในการกำหนดทิศทางนโยบายและแผนการพัฒนาสินค้าของตนเองให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างงานสร้างอาชีพ รวมถึงนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและตรงตาม เพื่อประชาชนในท้องถิ่นให้มีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุข สามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมของทุกชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

[1] กิติพงษ์ ภูมิสาขา, (2550) ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสินค้าของที่ระลึกกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น :ปริญญานิพนธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

[2] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 25 พ.ย. 2560 https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/2499

[3] ประวัติความเป็นมาของตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง (2560) สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 25 พ.ย. 2560 http://www.sawasdee-padriew.com/8riew-khlongsoun.html

[4] ประวัติความเป็นมาของตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง (2560) สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 25 พ.ย. 2560 http://www.paiduaykan.com/76_province/central/chachoengsao/KlongSuanMarket.html

[5] วิเชียร เกตุสิงห์ (2543) คู่มือการวิจัย:การวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่4) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล

[6] ศิริพร คุ้มกล่ำ (2552) การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา โบราณสถานจังหวัดอ่างทอง :ปริญญานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

[7] เสรี วงษ์มณฑา (2535) การวิจัยสำหรับนักโฆษณา พิมพลักษณ์, สามัคคีสาส์น, กรุงเทพฯ

[8] Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning implementation and control. (9 th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.



ACTIS&NCOBA-2021-1

Bangkok Suvarnabhumi University



Conference Proceedings

การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์ และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17 และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ

ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

วันศุกร์ที่ 5 มีนาคม 2564



สาส์นจากอธิการบดี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

ดร.วิศิษฐ์ แสงหิรัญ

ในนามอธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ข้าพเจ้าขอต้อนรับทุกท่านที่มาร่วมงานนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศประยุกต์ (The National Conference and International Conference on Applied Computer Technology and Information System) และการประชุมระดับชาติด้านการบริหารธุรกิจ (National Conference on Business Administration) ครั้งที่ 17 ในรูปแบบแนวใหม่เพื่อทันต่อสถานการณ์ ณ ขณะนี้

กระผมรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้รับโอกาสในการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศประยุกต์ (The National Conference and International Conference on Applied Computer Technology and Information System) และการประชุมระดับชาติด้านการบริหารธุรกิจ (National Conference on Business Administration) ครั้งที่ 17 ซึ่งเป็นเวทีที่ให้ผู้นำเสนอผลงานวิจัย ได้นำเสนอผลงานการวิจัยที่มีคุณภาพสู่สาธารณชน และ เป็นการเปิดโอกาสให้มีการเสวนา แลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับผลการวิจัย ระหว่าง คณาจารย์ นักศึกษาและนักวิชาการ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการลงนามความร่วมมือของผู้บริหารรวม 12 มหาวิทยาลัย ได้แก่ (1) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (5) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (6)มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (7) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ (8) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (9)มหาวิทยาลัยทักษิณ (10) มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (11) มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ และ (12) วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กระผมหวังว่าทุกท่านที่เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยในวันนี้จะได้รับความรู้ การแลกเปลี่ยนทางด้านงานวิจัยเพื่อนำไปพัฒนาหรือต่อยอดสู่องค์กรของท่านและประเทศชาติต่อไป

คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการต้องการ

Characteristics of professional practice students Business Computer at the establishment requires.

นางสาวปิยาภา พรหมทอง[1], นางสาวสุภาวิณี อินทรมา[2]

[1,2] สาขาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการวิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย (Thai Qualification Framework - TQF) 5 ด้าน ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการที่นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเข้าฝึกประสบการวิชาชีพ จำนวน 47 แห่ง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการมีความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านทักษะทางปัญญา และสุดท้ายด้านความรู้ตามลำดับ

คำสำคัญ: ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ, คุณลักษณะที่พึงประสงค์

Abstract

This research aims to study of Characteristics of professional practice students Business Computer at the establishment requires needs. According to the Higher Learning Commission (Thai Qualification Framework - TQF) This study collected data from the quantitative a Research. In a study exploring. By the Questionnaire. As a tool to collect data. Of an establishment of 47 locations and analyzed. With the conversion of the variables that are studied as quantitative data. And to calculate statistics. The results of the study, the frequency distribution table. Percentages and averages.

This research found that The most desirable. The relationship between individual skills and responsibilities. is first and second is skill of numerical analysis. Communication and information technology. The third is Morality the fourth the intellectual skills and last knowledge.

Keywords: Professional Experience , Desirable features.

1. คำนำ

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศนั้นมีปัจจัยที่สำคัญอยู่หลายประการเช่น นโยบายของรัฐบาล สภาวะการลงทุน สภาวะการเมือง สภาวะเศรษฐกิจโลก และกำลังคน เป็นต้น ซึ่งกำลังคนนั้นนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ในปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมของประเทศกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้เกิดปัญหาด้านการเตรียมความพร้อมของกำลังคนที่มีความรู้ความสามารถเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม ภารกิจในการพัฒนากำลังคนดังกล่าวนี้ถือเป็นหน้าที่โดยตรงของสถาบันการศึกษา เพราะการศึกษาจัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างกำลังคนที่

สามารถนำไปพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งการฝึกประสบการณ์วิชาชีพตามการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เป็นกิจกรรมที่มุ่งเสริมให้นักศึกษา ได้รับประสบการณ์ตรงในการทำงาน เป็นการเรียนรู้สถานการณ์และสภาพการณ์ที่เป็นจริงของการทำงาน อีกทั้งเป็นการนำเอาความรู้ที่ได้รับ ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติไปทดลองใช้ เพื่อก่อให้เกิดความชัดเจน เห็นจริงในองค์ความรู้ที่ได้รับ อันจะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษาในการเตรียมความพร้อม ในพฤติกรรมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของบุคลิกภาพ สติปัญญา เจตคติ ที่ถูกต้องเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน

ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยได้จัดเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาก่อนออกฝึกประสบการ์วิชาชีพในทุกๆสาขา โดยเฉพาะสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ทั้งในด้านเนื้อหาวิชาชีพ ด้านเทคโนโลยี ด้านบุคลิกภาพ การวางตัว รวมทั้งจัดให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาตามไปให้คำปรึกษาแนะนำและประสานความร่วมมือกับสถานประกอบการมาโดยตลอด แต่ที่ผ่านมายังไม่ทราบถึงความต้องการของสถานประกอบการที่ชัดเจนว่าสถานประกอบการต้องการนักศึกษาที่มีคุณลักษณะอย่างไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการต้องการ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษามีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณลักษณะ หมายถึง สิ่งที่ชี้ให้เห็นความดีหรือพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็น หรือลักษณะประจำของแต่ละบุคคล เป็นการแสดงออกที่สามารถสังเกตและเห็นได้ ซึ่งได้มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตไว้ ดังนี้

อธิวัฒน์ โพธิ์พนาและคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา ตามทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บัณฑิต ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะ ทางปัญญา ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ด้านความรู้ ตามลำดับ

เพลินพิศ ศิริสมบูรณ์ (2559 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะบัณฑิตตามกรอบมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประจำปีการศึกษา 2556 - 2557 (รุ่น ที่ 15) ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของบัณฑิต ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติ โดยภาพรวมของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะของบัณฑิตด้านคุณธรรมจริยธรรมสูงสุด รองลงมาคือ คุณลักษณะของ บัณฑิตด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ อันดับสามคือ คุณลักษณะของ บัณฑิตด้านความรู้ อันดับสี่คือ คุณลักษณะของบัณฑิตด้านทักษะทางปัญญา อันดับสุดท้ายคือ คุณลักษณะของบัณฑิตด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกตามหลักสูตร ผลการประเมินจากผู้ใช้บัณฑิตเรียงตามลำดับ พบว่า หลักสูตรนิติศาสตร์ มีคุณลักษณะของบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนหลักสูตรอื่นได้แก่ หลักสูตรการบัญชี หลักสูตร ภาษาอังกฤษธุรกิจ หลักสูตรระบบสารสนเทศทางธุรกิจ หลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์ หลักสูตร เทคโนโลยีสารสนเทศ หลักสูตรเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรมและหลักสูตรการตลาด อยู่ในระดับ มากเรียงตามลำดับ

ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ (2559 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการ ใช้บัณฑิตกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตตามคุณลักษณบัณฑิตที่พึงประสงค์ทั้ง 6 ด้าน สถาน ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตสูงสุดในด้านของ ทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ โดยมีค่าคะแนนที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความ คาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตตามคุณลักษณบัณฑิตที่พึงประสงค์ทั้ง 6 ด้าน ด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ

ทักษะด้านคุณธรรมจริยธรรมโดยมีค่าคะแนนที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่าง ความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตกับความคาดหวังที่ผู้ประกอบการต้องการจากบัณฑิต พบว่า มีเพียง 1 ด้านเท่านั้นที่ไม่มีค่าเป็นลบ คือ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และอีก 5 ด้านที่เหลือมีค่าติดลบโดยด้านที่มีค่าติดลบมากที่สุดคือ ด้านทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การ สื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีค่าคะแนนที่ – 0.27

รัชดาภรณ์ ตัณฑิกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในด้านคุณธรรม จริยธรรมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีและด้านทักษะการจัดการเรียนรู้ตามลำดับ

วิไลวรรณ ศรีแสงอ่อน (2557) ได้ศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 ผลการสำรวจความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 สามารถสรุปได้ดังนี้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสามารถทางสังคม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อที่ว่า อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ว่า มีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบและปฏิบัติตามกติกาของสังคม และ มีบุคลิกภาพที่ดี มีมารยาทและมีสัมมาคารวะและ ข้อที่ว่า มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต และมีความสำนึกต่อส่วนรวม ด้านความสามารถและความรับผิดชอบต่อหน้าที่อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ข้อที่ว่า เข้าใจและปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ว่า ตั้งใจทำงาน อดทน และมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมาย และข้อที่ว่าการตรงต่อเวลาและด้านความเห็นโดยรวมต่อนักศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สถานประกอบการที่นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 47 แห่งโดย วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือสถานประกอบการที่นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และตัวแปรตาม คือ คุณลักษณะของนักศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

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

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะและคุณสมบัติ 5 ด้าน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethical and moral development) มีลักษณะย่อย 3 ด้าน คือ

1.1 ตระหนักในคุณค่าและจริยธรรมเสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต

1.2 มีวินัย มีความรับผิดชอบ และตรงต่อเวลา

1.3 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆขององค์กร

2. ด้านความรู้ (Knowledge) มีลักษณะย่อย 4 ด้าน คือ

2.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง

2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

2.3 มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ได้อย่างต่อเนื่อง

2.4 สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive skill) มีลักษณะย่อย 2 ด้าน คือ

3.1 คิดอย่างมีวิจารณญาณ และเป็นระบบ

3.2 สามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย และการแก้ไขปัญหา

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and responsibility) มีลักษณะย่อย 3 ด้าน คือ

4.1 ความรับผิดชอบและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

4.2 มีภาวะความเป็นผู้นำ และผู้ตาม รวมทั้งทำงานเป็นทีมได้

4.3 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหา สถานการณ์ต่างๆทั้งในบทบาทของผู้นำและบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Analytical and communication skills) มีลักษณะย่อย 3 ด้าน คือ

5.1 มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงาน

5.2 สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

5.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด 2538 : 99) ซึ่งมีเกณฑ์แต่ละระดับดังนี้

5 มีความต้องการระดับมากที่สุด

4 มีความต้องการระดับมาก

3 มีความต้องการระดับปานกลาง

2 มีความต้องการระดับน้อย

1 มีความต้องการระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

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

ระดับคะแนนเฉลี่ย ความหมาย

4.21-5.00

ระดับความต้องการมากสุด

3.41-4.20

ระดับความต้องการมาก

2.61-3.40

ระดับความต้องการปานกลาง

1.81-2.60

ระดับความต้องการน้อย

1.00-1.80

ระดับความต้องการน้อยสุด

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสถานประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 47 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.96 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.23 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 75.96 มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.64 และเป็นหัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 89.34 ผู้ประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ส่วนใหญ่สังกัดบริษัทเอกชน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 68.08 และ วิธีคัดเลือกนักศึกษาฝึกงานที่หน่วยงานใช้มากที่สุดคือ พิจารณาประวัติ คุณสมบัติ และ / หรือประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 74.46

ตอนที่ 2 คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ

จากการศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการต้องการพบว่า สถานประกอบการมีความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : แสดงคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ

คุณลักษณะ 5 ด้าน	สถานประกอบการ		ระดับความต้องการ
	($\bar{X}$)	S.D.	
ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.14	0.50	มาก
ด้านความรู้	3.93	0.64	มาก
ด้านทักษะทางปัญญา	4.03	0.50	มาก
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.32	0.66	มากสุด
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.25	0.48	มากสุด
เฉลี่ยรวม	4.13	0.55	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าสถานประกอบการมีความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ อยู่ในระดับมาก (4.13) โดยด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.32) รองลงมาเป็นด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (4.25) ด้านคุณธรรม จริยธรรม (4.14) ด้านทักษะทางปัญญา (4.03) และด้านความรู้ (3.93) ตามลำดับ โดยรายละเอียดของแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบเป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการเป็นอันดับแรก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญกับเรื่อง มีความรับผิดชอบและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นอันดับแรก (4.46) รองลงมาสามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหา สถานการณ์ต่างๆทั้งในบทบาทของผู้นำและบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน (4.32) และมีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม รวมทั้งทำงานเป็นทีมได้ (4.18) ตามลำดับ

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการเป็นอันดับที่สอง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการณ์ให้ความสำคัญเรื่องสามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสมเป็นอันดับแรก (4.42) รองลงมามีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงาน (4.21) และความสามารถในการสื่อสาร อย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม (4.12)

ด้านคุณธรรม จริยธรรม เป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่

สถานประกอบการมีความต้องการเป็นอันดับสาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญเรื่องการตระหนักในคุณค่าและจริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต เป็นอันดับแรก (4.21) รองลงมาคือมีวินัย มีความรับผิดชอบ และตรงต่อเวลา (4.12) และเรื่องเคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆขององค์กร (4.09) ตามลำดับ

ด้านทักษะทางปัญญา เป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการเป็นอันดับที่สี่ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการณ์ให้ความสำคัญเรื่องสามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมายและการแก้ไขปัญหา เป็นอันดับแรก (4.17) รองลงมา คือคิดอย่างมีวิจารณญาณ และเป็นระบบ (3.89)

ด้านความรู้เป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการมีความต้องการเป็นอันดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการณ์ให้ความสำคัญกับเรื่องมีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ได้อย่างต่อเนื่อง (4.10) รองลงมาสามารถบูรณาการความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง (4.08) มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง (3.93) และสามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3.58) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณลัษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ ตามคุณลักษณะ 5 ด้าน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย (Thai Qualification Framework -TQF) พบว่าโดยภาพรวมสถานประกอบการ มีความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับมาก โดยด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านทักษะทางปัญญา และด้านความรู้ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบให้ความสำคัญในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบเป็นอย่างแรก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสถานประกอบการจะเน้นในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบของนักศึกษาฝึกประสบการวิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจเป็นหลักซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลวรรณ ศรีแสงอ่อน (2557) ได้ศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 ผลการสำรวจความคิดเห็น พบว่าด้านความสามารถทางสังคม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ดังนั้นทางสถาบันการศึกษาจึงควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนโดยเพิ่มให้นักศึกษามีการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1.งานวิจัยเล่มนี้เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะความคิดเห็นของสถานประกอบการจำนวน 47 แห่งที่นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพเท่านั้นซึ่งผลที่ได้อาจจะยังไม่ครอบคลุมทั้งหมด ดังนั้นจึงควรมีการศึกษากลุ่มประชากรในพื้นที่มากกว่านี้

2.งานวิจัยเล่มนี้จะเกิดประโยชน์ถ้าสถาบันการศึกษานำเอาผลการวิจัยไปพัฒนาหรือปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่ให้การสนับสนุนเงินอุดหนุนวิจัย

เอกสารอ้างอิง

[1] ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์. (2559). “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยธนบุรี” วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี. 10 (22), 9 – 20.

[2] เพลินพิศ ศิริสมบูรณ์. (2559). คุณลักษณะบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประจำปีการศึกษา 2556 - 2557 (รุ่นที่ 15). รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

[3] ชดาภรณ์ ตัณฑิกุล. (2559). “ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา” วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 11 (2), 237 – 245.

[4] วิไลวรรณ ศรีแสงอ่อน.(2557) ทำการศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 : สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

[5] อธิวัฒน์ โพธิ์พนา (2559) คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา ตามทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 12: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ.

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

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ

เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11

Proceedings of the 11th BENJAMITRA Network National and International Conference

DISRUPTED WORLD
IN TRANSITION TO THE NEW NORMAL

การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่

วันพฤหัสบดีที่ 27 พฤษภาคม 2564 ณ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ฉบับที่ 7 ด้านสังคมศาสตร์ (3)

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11

จัดโดย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ที่ปรึกษา

ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง	อธิการบดีวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กองบรรณาธิการการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
รองศาสตราจารย์ ดร.พิธากรณ์ ธนิตเบญจสิทธิ์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรรัตน์ แย้มชุติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี สำเภาทอง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรวิก พรนิมิต	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
ดร.นิวัติ น้อยมณี	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
ดร.นิทัศน์ บุญไพศาลสถิต	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
Professor Dr.Akihito Kamata	Southern Methodist University, USA.
Associate Professor Dr.Thai Tran Quang	Dong Thap University, Vietnam.
Assistant Professor Dr.Chaile Patarapichayatham	Southern Methodist University, USA.
Dr.Hongwei Li	Jiaotong University, China.
Dr.Youxin Lei	Chengdu University of Technology, China.
Dr.Watt Mong Kwan Jacky	Hong Kong Baptist University, China.

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ด้านศึกษาศาสตร์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
1	ศาสตราจารย์ พล.ร.ต.หญิงยุวดี	เปรมวิชัย	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
2	รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา	บุญภักดิ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3	รองศาสตราจารย์ ดร.ชลาภรณ์	สุวรรณสัมฤทธิ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลยา	ชูประดิษฐ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
5	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวมพร	ทองรัศมี โอเนส	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ	แก้วมงคล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำเริง	อ่อนสัมพันธุ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
8	ดร.ภูษิตย์	วงษ์เล็ก	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
9	ดร.รพีพัฒน์	โสอินทร์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
10	ดร.โศจิลักษณ์	กมลศักดาวิกุล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
11	ดร.วไลพร	ฉายา	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
12	ดร.ประทานพร	อุ่นออ	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
13	ดร.ชนินทร์	ยาระณะ	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
14	ดร.จำเนียร	ไตรมาตร	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
15	ดร.ปฐมพรณ์	อินทรางกูร ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยธนบุรี
16	ดร.กมลภพ	แก้วศรี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
17	ดร.อัศวิน	เสนีชัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
18	ดร.ภูวเรศ	อับดุลสตา	สถาบันอาศรมศิลป์

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

ลำดับ	ชื่อ-สกุล		สถาบัน
1	ศาสตราจารย์ พล.ร.ต.หญิงยุวดี	เปรมวิชัย	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
2	รองศาสตราจารย์ ดร.พิธากรณ์	ธนิตเบญจสิทธิ์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
3	รองศาสตราจารย์ สุนา	สุทธิเกียรติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี
4	รองศาสตราจารย์ ดร.สำราญ	ผลดี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
5	รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาณี	อินทร์จันทร์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
6	รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงตา	สราญรมย์	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
7	รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุม	สายใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
8	รองศาสตราจารย์ ศิริ	ภู่พงษ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
9	รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย	จารุจิตติพันธ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
10	รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช	อภิบุณณโยภาส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
11	รองศาสตราจารย์ ดร.ทองฟู	ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
12	รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ชัย	คงจันทร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
13	รองศาสตราจารย์ ดร.จารุวรรณ	ขำเพชร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บงกช	สุทัศน์ ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุชาดา	เมฆพัฒน์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์	ตันตาศนี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงษ์	อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วารุณี	มิลินทปัญญา	มหาวิทยาลัยธนบุรี
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล	สุ่นสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรพิมล	สัมพันธ์พงศ์	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ	วิเศษ	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาภรณีน์	อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปวรรัตน	เลิศสุวรรณเสรี	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนิดา	วัชระรังษี	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทิฆัมพร	สุวรรณประทีป	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณย์พัฒน์	อิ่มประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตยาพร	เสมอใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต	รัชตพิบุลภพ	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สำราญ	จูช่วย	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์	อนันชัยธวัช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
31	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สืบพงษ์	พงษ์สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล		สถาบัน
32	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์จิตร	เธียรสิริ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
33	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลยา	ชูประดิษฐ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
34	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล	นววงศ์เสถียร	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
35	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณวัฒน์	พลอยเทศ	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
36	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระเสกข์	ตรีเมธสุนทร	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
37	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา	วงษ์ชวลิตกุล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
38	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาสวรรค์	งามมงคลวงศ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
39	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตรีวิทย์	อัศวศิริศิลป์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
40	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวมพร	ทองรัศมี โอเนส	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
41	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยะ	พุ่มเฉลิม	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
42	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรพราวลัย	ถิระวณัฐพงศ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
43	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ	แก้วมงคล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
44	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ	อวเกียรติ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
45	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์	ธรรมชาลัย	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
46	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สานิต	ศิริวิศิษฐ์กุล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
47	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระกูล	จิตวัฒนากร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
48	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร	วัฒนบุตร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
49	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรวิก	พรนิมิตร	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
50	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิทย์	นามบุญเรือง	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
51	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครเดช	มณีนาค	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
52	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรอุมา	ปราชญ์ปรีชา	มหาวิทยาลัยวษ์ชวลิตกุล
53	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราพรรณ	ตั้งจาตุรโสภณ	มหาวิทยาลัยวษ์ชวลิตกุล
54	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรมิตร	กุลกาลยืนยง	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
55	ดร.พงศ์ศิริ	คำขันแก้ว	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
56	ดร.จตุพร	วงศ์มหาดเล็ก	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
57	ดร.ธีระภัทร	ประสมสุข	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
58	ดร.สุดา	เนตรสว่าง	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
59	ดร.ฐิติพร	กรัยวิเชียร	มหาวิทยาลัยธนบุรี
60	ดร.พนัส	อุณหบัณฑิต	มหาวิทยาลัยธนบุรี
61	ดร.นันธ์หทัย	อือนอก	มหาวิทยาลัยธนบุรี
62	ดร.ฉัตรธาร	ลิ้มอุปถัมภ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
63	ดร.พิสมัย	เหล่าไทย	มหาวิทยาลัยธนบุรี

ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล		สถาบัน
64	ดร.เสาวภา	เมืองแก่น	มหาวิทยาลัยธนบุรี
65	ดร.ฉัตรชัย	เหล่าเขตการณ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
66	ดร.ปริตภา	รุ่งเรืองกุล	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
67	ดร.เศรษฐพงศ์	วัฒนพลาชัยกูร	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
68	ดร.ธนวัฒน์	ทีปะปาล	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
69	ดร.พรรณเพ็ญ	สิทธิพัฒนา	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
70	ดร.ประภัสสร	กิตติมโนรม	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
71	ดร.ศิริเพชร	สุนทรวิภาต	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
72	ดร.ยุทธนาท	บุณยะชัย	มหาวิทยาลัยราชพฤษ์
73	ดร.พรนิภา	จันทร์น้อย	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
74	ดร.ภูษิตย์	วงษ์เล็ก	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
75	พล.ต.ดร.อนุชาติ	บุนนาค	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
76	ดร.โศจิลักษณ์	กมลศักดาวิกุล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
77	ดร.ณฐา	ธรเจริญกุล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
78	ดร.เอกนรี	ทุมพล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
79	ดร.ปฏิมา	รุ่งเรือง	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
80	ดร.นัทธีรา	พุมมาพันธุ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
81	ดร.ภัทรดา	รุ่งเรือง	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
82	ดร.รวมพล	จันทศาสตร์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
83	ดร.สุรัตน์	จันทองปาน	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
84	ดร.วไลพร	ฉายา	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
85	ดร.วิยะดา	วรานนท์วนิช	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
86	ดร.จริมจิต	เกิดบ้านชัน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
87	ดร.พัทธ์ธีรา	จิรอุดมสาโรจน์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
88	ดร.อนงค์วรรณ	อุประดิษฐ์	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
89	ดร.วิชญุตร์	งามสะอาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
90	ดร.ธนกร	ลิ้มศรัณย์	มหาวิทยาลัยสยาม
91	ดร.พิเชษฐ์	มุสิกะโปดก	มหาวิทยาลัยสยาม
92	ดร.ธีติมา	ปิยะศิริศิลป์	มหาวิทยาลัยสยาม
93	ดร.เฉลิมพร	เย็นเยือก	มหาวิทยาลัยรังสิต
94	ดร.ธนกฤต	วงศ์มหาเศรษฐ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
95	พ.อ.ดร.เสนีย์	พรหมวิวัฒน์	กรมพระธรรมนูญ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ลำดับ	ชื่อ-สกุล		สถาบัน
1	รองศาสตราจารย์ ดร.กนก	เจนจิระพงศ์เวช	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
2	รองศาสตราจารย์ พรศักดิ์	อรรถวานิช	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
3	รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ	ฑีฆทรัพย์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
4	รองศาสตราจารย์ สุรชัย	ธรรมทวีธิกุล	มหาวิทยาลัยธนบุรี
5	รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา	บุญภักดิ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาสวรรค์	งามมงคลวงศ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยะ	พุ่มเฉลิม	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุโกศล	วโนทยาพิทักษ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา	ปาปัดถา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณรงค์	จตุรัส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมจินต์	อักษรธรรม	มหาวิทยาลัยธนบุรี
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิต	แต่งศรี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยอดนภา	เกษเมือง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี	ศักดิ์ดุลยธรรม	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วลัยนุช	สกุลนุ้ย	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์กร	จันทราช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรเดช	บุญลือ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
18	ดร.วิชญุตร์	งามสะอาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
19	ดร.โสภิดา	ท้วมมี	มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
20	ดร.วรฤทัย	ชูเทียร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
21	ดร.ปรัช	บุญแซม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
22	ดร.ปริญ	วีรพงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
23	ดร.วฤต	ศิลป์ศรีกุล	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
24	ดร.มยุขพันธุ์	ไชยมั่นคง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
25	ดร.รสสุคนธ์	ทับพร	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
26	ดร.สุพัฒนวรี	ทิพย์เจริญ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
27	ดร.กุสุมาลย์	น้อยผา	มหาวิทยาลัยทักษิณ
28	ดร.พรวิชัย	เต็มบุตร	มหาวิทยาลัยทักษิณ
29	ดร.รวมพล	จันทศาสตร์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
30	ดร.สุรัตน์	จันทองปาน	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล		สถาบัน
31	ดร.ทรงพล	นคเรศเรืองศักดิ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
32	ดร.ธีระพล	ลิ้มศรัทธา	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
33	ดร.เอกนรี	ทุมพล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

คำกล่าวรายงาน
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11
“การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่”

โดย
ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย
ประธานคณะอนุกรรมการจัดการประชุมฯ

วันพฤหัสบดี ที่ 27 พฤษภาคม 2564
ณ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา กรุงเทพฯ (ออนไลน์)

เรียน อธิการบดีวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก และ ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวาณิชย์

ในนามของคณะกรรมการจัดงานการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11 ขอขอบพระคุณท่านที่ให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธีการเปิดงานประชุมและนำเสนอผลงานวิจัย ภายใต้กรอบ “การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่” ซึ่งในปีนี้วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุม

การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่ หมายถึง การเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากเดิม อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบ จนทำให้วิถีหรือแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่สังคมคุ้นเคยปกติและคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย เกิดการปรับหาวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ชีวิตปลอดภัย ควบคู่ไปกับความพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งใหม่ เทคโนโลยีใหม่ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ พฤติกรรม ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การทำธุรกิจ ฯลฯ จนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปก็จะเกิดความคุ้นชินจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม

สถาบันอุดมศึกษาเป็นส่วนสำคัญของสังคม ที่ต้องปรับแบบแผนและแนวปฏิบัติเพื่อให้การศึกษา มีการพัฒนาสามารถเปลี่ยนผ่าน ได้อย่างเหมาะสมเพื่อสู่วิถีปกติใหม่พร้อมกับทุก ๆ ส่วนของสังคม การศึกษาวิจัยเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่ เป็นสิ่งจำเป็นต่อวงวิชาการอย่างยิ่ง

ดังนั้น การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11 ภายใต้กรอบ “การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่” จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจ ได้มีเวทีในการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ ครอบคลุมสาขาศึกษาศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์ และสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ด้านวิชาการและงานวิจัย รวมถึงเป็นการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย อันจะนำไปสู่การเผยแพร่ผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม ในยุคของการเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่นี้

การประชุมครั้งนี้ ประกอบด้วยนักวิชาการ นักวิจัยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาทั้งจากมหาวิทยาลัยเอกชนและมหาวิทยาลัยของรัฐ และบุคคลทั่วไป โดยมีบทความวิจัยที่เข้าร่วมการนำเสนอทั้งสิ้น จำนวน 430 บทความ แบ่งเป็น บทความวิจัยระดับชาติจำนวน 375 บทความ และบทความวิจัยระดับนานาชาติ จำนวน 55 บทความ

อนึ่ง การจัดการประชุมครั้งนี้ เป็นไปได้ด้วยดี เนื่องมาจากการร่วมมือและได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยธนบุรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง และวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ในโอกาสนี้ ขอเรียนเชิญท่านประธานในพิธี กรุณากล่าวเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11 เพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้ร่วมงานและคณะกรรมการจัดการประชุมต่อไป

คำกล่าวเปิดงาน
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11
“การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่”

โดย
ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง อธิการบดีวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

วันพฤหัสบดีที่ 27 พฤษภาคม 2564
ณ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา กรุงเทพฯ (ออนไลน์)

ท่านผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านวิทยากร คณาจารย์ แขกผู้มีเกียรติและผู้เข้าร่วมงานทุกท่าน

กระผม ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง อธิการบดีวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ซึ่งรับหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการจัดประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติเบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11 ณ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา ในวันนี้

จากการรายงานของรองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา ท่านทั้งหลายคงมีความเข้าใจตรงกันว่าสถาบันอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการใช้งานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ เช่นเดียวกันกับประเด็นการประชุมในวันนี้ “การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่” ที่ทุกท่านจะได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้และการขยายความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ในการปาฐกถาพิเศษจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิเรื่อง “การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมสังคมสู่การปรับตัวที่ยั่งยืน” ที่จะทำให้ทุกท่านเกิดการพัฒนาวิทยาการให้เจริญก้าวหน้า มีความทันสมัยและสามารถบูรณาการองค์ความรู้ทางวิชาการ วิจัยและการบริการวิชาการ เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

กระผมขอขอบคุณ ท่านวิทยากร คณะกรรมการจัดงาน บุคลากรและเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายที่มีส่วนทำให้การจัดประชุมในวันนี้ลุล่วงไปด้วยดี และขอเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการครั้งที่ 11 ณ บัดนี้ ขอบคุณครับ

กำหนดการ
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 11
“การเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่”

วันพฤหัสบดีที่ 27 พฤษภาคม 2564

ณ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา กรุงเทพฯ (ออนไลน์)

08.00-08.50 น. ผู้เข้าร่วมการประชุมเข้าร่วมพิธีเปิด และชมวิดีทัศน์แนะนำวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

08.50-09.00 น. **กล่าวรายงาน** การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการครั้งที่ 11
โดย ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย
รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

09.00-09.15 น. **พิธีเปิด** การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการครั้งที่ 11 และพิธีมอบรางวัลบทความวิจัยดีเด่น
โดย ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง
อธิการบดี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

09.15-10.45 น. **ปาฐกถาพิเศษ** เรื่อง “การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมสังคมสู่การปรับตัวที่ยั่งยืน”
โดย ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์
ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ)

10.45-12.00 น. การนำเสนอผลงานวิจัยภาคบรรยาย (ช่วงที่ 1)
- ระดับชาติ (National)
  - กลุ่มที่ 1 ศึกษาศาสตร์
  - กลุ่มที่ 2 สังคมศาสตร์
  - กลุ่มที่ 3 มนุษยศาสตร์
  - กลุ่มที่ 4 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

12.00- 13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน

13.00-16.30 น. การนำเสนอผลงานวิจัยภาคบรรยาย (ช่วงที่ 2)
- ระดับชาติ (National)
  - กลุ่มที่ 1 ศึกษาศาสตร์
  - กลุ่มที่ 2 สังคมศาสตร์
  - กลุ่มที่ 3 มนุษยศาสตร์
  - กลุ่มที่ 4 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- ระดับนานาชาติ (International)

สารบัญ

ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้า
การให้บริการของอาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ท่าอากาศยานดอนเมืองภายใต้สถานการณ์โควิด 19	นันทพันธ์ วิเศษแก้ว ชัยพจน์ เมฆสุข	1
พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางออนไลน์ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร	ฌาวีรัชญ์ พรศิยาวรัญญ์ นฤทธิ์ตา สุดสงวน	15
การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการศึกษาระดับปฐมวัยในสถานศึกษาสังกัดเทศบาลเมืองแม่เหียะอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	อรอุมา ปรีชาพานิช พัชรีวรรณ กิจมี สุกัญญา นิมานันท์	25
ปัญหากฎหมายในการจัดทำผังเมืองรวมตามพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562	นิสิตา สุขสถิตย์	36
ปัญหาและอุปสรรคในการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร	วรรณภา อิมะไชย์	48
แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19	กัญญาพัชร วุฒิยา	58
ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SET 100	ศศิณา สมเดช พรทิพย์ บุญประเสริฐ ธิดารัตน์ ทรัพย์สำเร็จ ชัยรัตน์ พรมนาง	71
ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานทั่วไปของผู้บริหารโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษในสหวิทยาเขตวิทยปราการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ	จตุพล จาตุรนต์ นิวัตต์ น้อยมณี	84
ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ชัยรัตน์ พรมนาง ศศิณา สมเดช วัสสรา หัตถะกิจ ภคมน เจริญสุข	97
คะแนนการกำกับดูแลกิจการและปัจจัยที่มีบทบาทต่อมูลค่าของธุรกิจบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SET 50 และ SET 100	ศศิณา สมเดช ชัยรัตน์ พรมนาง ธิดารัตน์ ทรัพย์สำเร็จ	110

แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19

Guidelines for Promoting Domestic Tourism after the COVID-19 Situation

กัญญาพัชร วุฒิยา

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, gramkanyaphach@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว ในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in -depth interview) จากกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกอย่างเจาะจง (purposive selection) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) จากการศึกษาวิจัย พบว่า 1). แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศหลังสถานการณ์ COVID 19 ส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติต้องการเดินทางไปเพื่อพักผ่อน คลายเครียดไม่ไกลจากที่พักของตนเอง และต้องมีมาตราการในการรักษาความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย 2). การเข้าถึง (Accessibility) นักท่องเที่ยวต้องการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตัวเองกับกลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อนในจำนวนที่ไม่มาก หากมีการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะจะต้องมีมาตราการในการป้องกันโควิด 3). สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในแหล่งท่องเที่ยวควรเน้นในเรื่องของความสะอาดและการดูแลในส่วนของมาตราในการรักษาความปลอดภัยโควิดที่เข้มแข็งในการดูแลกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นพิเศษ รวมไปถึงการให้บริการถังขยะเนื่องจากปัจจุบันมีขยะที่อาจจะผลต่อการติดเชื่อโควิด19 ได้ นั่นคือ หน้ากากอนามัย กระดาษชำระ กระดาษเปียก ดังนั้นจุดให้บริการดังกล่าวควรมีการแยกประเภทที่ชัดเจนและอธิบายรูปแบบการทิ้งขยะที่ถูกต้องในบริเวณนั้นๆ ด้วย มีเจ้าหน้าที่ดูแลในบริเวณพื้นที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 4). โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) สำหรับการใช้บริการกับบริษัททัวร์ในช่วงนี้มีความเห็นว่า ควรจัดทำทริปสั้นๆ สำหรับกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือให้บริการด้านอื่นๆแทน 5). กิจกรรม (Activities) ที่เป็นจุดดึงดูดให้คนไปท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีมุมสวยๆให้ถ่ายรูป มีที่นั่งสำหรับการพักผ่อน สัมผัสธรรมชาติ รวมไปถึงกิจกรรมแอดแวนเจอร์ต่างๆ ดังนั้น ในแต่ละพื้นที่ควรมีการสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มที่เข้าไปทำกิจกรรมว่ามีความปลอดภัย และไม่มีความเสี่ยงต่อโควิด และนอกจากนี้ควรมีเจ้าหน้าที่ในการช่วยตรวจสอบดูแล ในทุกๆกิจกรรมเพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งด้วย 6). การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) แหล่งท่องเที่ยวควรมีเทคโนยีในการช่วยให้บริการที่เกินกว่า 80% เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยว เช่น การจ่ายชำระสินค้าและทำกิจกรรมต่างๆ บนมือถือได้ทุกจุดและควรมีมาตราการในการรักษาความปลอดภัยที่ครบวงจร เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แนวทางส่งเสริม, การท่องเที่ยว, ภายในประเทศ, โควิด 19

Abstract

This research study aimed to study the guidelines for promoting tourism in the country after the COVID 19 situation. Qualitative Research data was collected by in-depth interview from the sample group using a specific selection method. (purposive selection) statistics used to validate the validity by data triangulation. From research studies, it is found that 1). Tourist attractions (Attractions) that tourists want to travel to the country after the covid 19 situation, most of them are natural tourist destinations. Relieve stress not far from your own accommodation. And there must be a measure of security within the tourist attractions as well. 2) Accessibility. Travelers want to use their own car to travel by themselves with family groups. And a small number of friends If traveling by public buses, there must be measures to prevent COVID 3). Facilities (Amenities) in tourist areas should focus on cleanliness and safety measures. COVID is very strong in taking care of tourists in particular. There are currently a number of waste products that may affect COVID 19 infection, ie sanitary masks, toilet paper and wet paper. Therefore, such service points should be clearly classified and explain the patterns of COVID-19 infection. The correct litter is also available in the area. There is a staff in the parking area for tourists to ensure the safety of using the car within the tourist area. 4). Available packages for service with a local tour operator. During this time there was an opinion that Should make a short trip For family groups, friends or other services instead. 5). Activities (Activities) that attract people to travel, including Tourist spots with beautiful corners to take pictures There is a seat for relaxation. Feel the nature Including various adventure activities, so in each area should be able to ensure the safety of the group that enters the activity. And there is no risk of COVID And in addition, there should be an officer to help examine and supervise 6) Ancillary services Tourist attractions should have technology to help them in excess of 80% in order to ensure Travel such as payment of goods and doing various activities On mobile phones at any point and should have comprehensive security measures In order to build confidence for the group of tourists who travel.

Keywords: Guidelines, Tourism, Domestics, COVID-19

บทนำ

จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่า จากผลกระทบของโควิด19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในไตรมาสแรกของปี 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 และต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน 2563 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเฉพาะในเดือนเมษายนลดลงมากถึงร้อยละ 97 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี 2562 ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการที่ทุกประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 100) ต่างใช้มาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยธุรกิจการบินและธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบในลำดับต้น ๆ จนทำให้ประเทศต่าง ๆทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการทุกด้าน โดยเฉพาะมาตรการด้านการเงินและการคลัง และการจ้างงานเพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น(องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO), 2563) เช่นเดียวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 38.01 ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทย การดำเนินมาตรการของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งเพื่อเป็นการป้องกันการลุกลามขยายตัวของการแพร่ระบาด การบรรเทาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น และมาตรการเตรียมความพร้อมและฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมื่อสิ้นสุดโควิด-19 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวสำหรับวิถีปกติใหม่ (New Normal) และวิถีปกติระยะถัดไป (Next Normal) ตลอดจนข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวของไทยตอบรับกับวิถีปกติในรูปแบบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายหลังการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ระยะที่ 4 การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Restart) ความท้าทาย และนโยบายด้านการท่องเที่ยวในระยะต่อไป และบทสัมภาษณ์พิเศษปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (โชติ ตราชู, 2563) ในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ด้านการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 สิ้นสุดลง พร้อมทั้งความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการเตรียมความพร้อมภาคการท่องเที่ยวของไทยให้สามารถรองรับกับการระบาดของโรคร้ายแรงต่างๆ ได้ในอนาคต

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19 และกำหนดแนวทางการท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

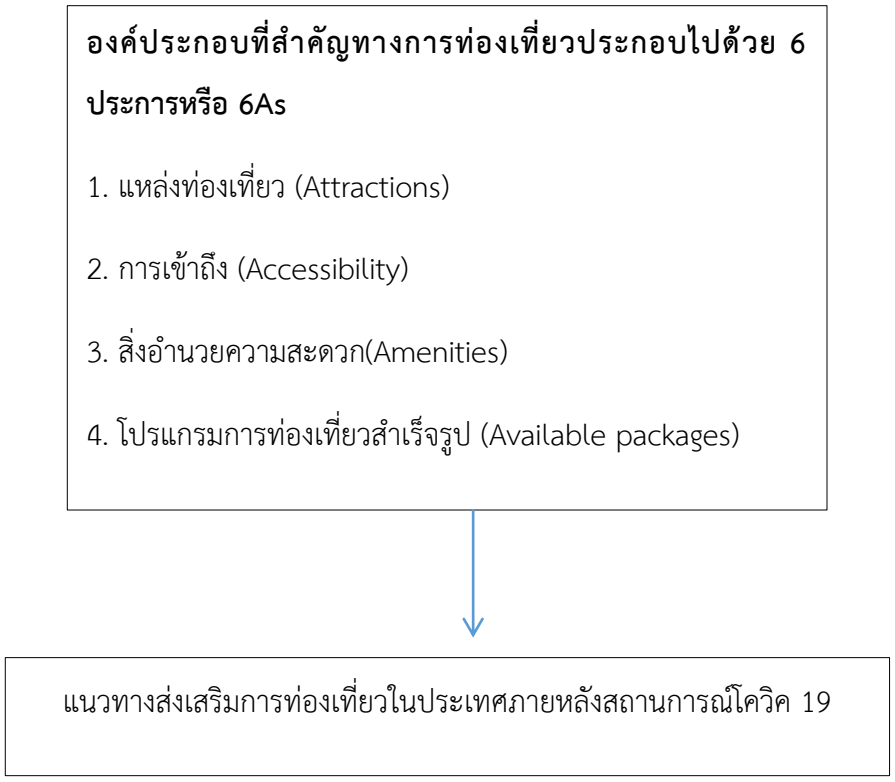
1. นำผลจากการวิจัยที่ได้ เสนอให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19 ได้อย่างเหมาะสม

2. นำผลจากการวิจัยที่ได้ เสนอให้กับหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19 เพื่อกำหนดแนวทางการทำการตลาดได้อย่างเหมาะสม

3. นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการด้านการทอ่งเที่ยวอื่นๆ ต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเขียนกรอบแนวคิดในงานวิจัย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจ

Buhalis (2000) ได้อธิบายความหมายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6As ดังนี้ 1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ 2. การเข้าถึง

(Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม, สถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะ 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก,การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว 4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน 5. กิจกรรม (Activities) คือกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์และโทรคมนาคม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้จากแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19 จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ หรือ 6As ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)
2. การเข้าถึง (Accessibility)
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages)
5. กิจกรรม (Activities)
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ, 2563 เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเยาวชนไทย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังเกิดโรคโควิด-19 และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังโควิด-19 เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจานวน 420 ตัวอย่าง สรุปผลงานวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-25 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส โสด ประกอบอาชีพนักศึกษา มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ากว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง สรุปผลของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังโควิด-19 เริ่มจากการหาข้อมูลการท่องเที่ยวโดยเยาวชนไทยนิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากญาติและเพื่อน การท่องเที่ยวนิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ชมวิวและถ่ายรูปลงโซเชียล ลักษณะการเดินทางนิยมไปกับเพื่อน รองลงมาเป็นครอบครัวและนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยส่วนใหญ่ให้ความสาคัญไปที่ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสาหรับห้องพัก

ศฐิฒฎา ธารารัตนสุวรรณ, 2563 ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทย การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยโดยอ้างอิงตัวเลขตามรายงานของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก พบว่า ประเทศที่จะได้รับผลกระทบจาก COVID-19 มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ ประเทศไทย (สยามรัฐออนไลน์, 2563)หลังจากมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยหยุดนิ่งมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา,

2563) ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไทย เช่น สายการบิน เครือโรงแรม และบริษัททัวร์ รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างได้รับผลกระทบอย่างมาก (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) จากสถานการณ์ดังกล่าวหลายประเทศทั่วโลกต่างออกมาตรการบรรเทาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวออกมาเพื่อบรรเทาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศ ในส่วนของประเทศไทยภาครัฐออกมาตรการดูแลและเยียวยาทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อผลกระทบและเสริมสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ (สยามรัฐออนไลน์, 2563)และหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 คลี่คลายลง ควรฟื้นฟูการท่องเที่ยว กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น กระตุ้นไทยเที่ยวไทยด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) โดยภาครัฐได้จัดโครงการเที่ยวปันสุขฟื้นฟูการท่องเที่ยวไทยที่ได้รับผลกระทบจากเชื้อไวรัส COVID-19 ในสองแพ็คเกจ คือ เราเที่ยวด้วยกัน และกาลังใจ และมีการกำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยว คือ 1) สร้างงาน สร้างรายได้ เสริมสภาพคล่องกระตุ้นการบริโภคภาคประชาชนผ่านการเดินทางภายในประเทศ และ 2) สร้างรายได้จากฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สร้างสมดุลเชิงโครงสร้างใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีกลไกในการขับเคลื่อน (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2563) คือ 1) Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค 2) Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่นิวนอร์มัลเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาวพัฒ นาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น3) Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ทาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว 4) Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว 5) Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืนแม้การระบาดของโรค COVID-19 ยังคงมีอยู่ และส่งผลให้พบผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่องแต่การฟื้นฟูทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นเรื่องที่สาคัญเช่นกัน ดังนั้น ก้าวต่อไปของการแก้ไขปัญหา คือ การหาทางออกร่วมกันระหว่างความสมดุลของความมั่นคงทางสุขภาพและสร้างศักยภาพในการฟื้นฟู เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมั่งคงและยั่งยืนต่อไป (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ได้ทำการสำรวจข้อมูลคนไทยทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ 17 - 20 กรกฎาคม 2563 จำนวน 1,208 ตัวอย่าง เพื่อให้ทราบพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงปี 2563 ผลการสำรวจ ดังนี้ รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 83.69 จะเป็นการเดินทางข้ามจังหวัด ขณะที่อีก ร้อยละ 16.31 จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด เนื่องจากไม่มีเวลาว่างเพียงพอ และยังไม่ค่อยมั่นใจต่อมาตรการความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตลอดจนข้อขัดข้องจากมาตรการควบคุมการให้บริการต่าง ๆ ทำให้ไม่สามารถร่วมกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ สำหรับกิจกรรมที่สนใจระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ ถ่ายรูป ร้อยละ 73.24 ชมทิวทัศน์ธรรมชาติ ร้อยละ 56.73 ไหว้พระ/ขอพร ร้อยละ 47.59 ช้อปปิ้ง ร้อยละ 46.18 และขับรถเที่ยวร้อยละ 44.95

พัชรียา แก้วชู, 2563 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (2) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 จำแนกตามข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (4) เพื่อศึกษาปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดย หาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ต่างกัน และประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมไม่ต่างกัน นอกจากนี้ ทัศนคติต่อการแพร่ระบาดโควิด-19 และปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ระดับลึก (in -depth interview) กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกอย่างเจาะจง (purposive selection) โดยคำนึงถึงผู้ให้ข้อมูลที่สามารถตอบวัตถุประสงค์และคำถามข้องการวิจัยในครั้งนี้ได้ และเป็นผู้ให้ข้อมูลในระดับลึกได้ดี และสะท้อนความเป็นจริงได้ดีที่สุด (Informant-Rich Case) ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 คน หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน และภาคเอกชนจำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 25 คน โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (interviewing key informants) จะมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ 5-30 คน (ประไพพิมพ์ สุรีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559)

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in -depth interview) ใช้การสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล

ใช้คำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ทำให้ได้ข้อมูลหลากหลายแง่มุม โดยวิธีการบันทึกเสียงและการจดบันทึก และใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structural Interview) เพื่อประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ทำการเก็บรวมรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2563 – กุมภาพันธ์ 2564

การตรวจสอบคุณภาพ

การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้า ด้านข้อมูล (Data triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลที่ต่างกัน ประกอบไปด้วยข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง มาศึกษาและวิเคราะห์ตามกระบวนการ ของงานวิจัยเชิงคุณภาพ กล่าวคือ วิเคราะห์ถึงประเด็นสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Major themes) จากนั้นนำประเด็นสำคัญมาแยกเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) และหัวข้อย่อย (Categories) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากภาพรวมไปจนถึงวิเคราะห์ถึงประเด็นย่อย และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ตามทฤษฎีของ Miles and Huberman (1994 อ้างอิงใน ชาย โพธิสิตา, 2554, หน้า 337)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6As

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)
2. การเข้าถึง (Accessibility)
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages)
5. กิจกรรม (Activities)
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19 ผลการศึกษาพบว่า

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

<u>หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน</u>

1.1. ควรมีการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมที่มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ รวมไปถึงการให้คำแนะนำเกี่ยวกับมาตราการในการรักษาความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

1.2. ควรส่งเสริมสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน ให้กลายเป็นจุดเด่นเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น และเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชม

1.3 ควรเน้นกิจกรรม เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และกิจกรรมควรคำนึงถึงระยะห่าง รวมไปถึงการมีบริการน้ำยาล้างมือ และจุดวัดอุณภูมิร่างกายก่อนเข้าแหล่งท่องเที่ยว

2. การเข้าถึง (Accessibility)

<u>หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน</u>

2.1 ควรมีการสนับสนุนรถโดยสารสาธารณะ ไปถึงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก และผู้ให้บริการควรให้คำแนะนำเรื่องของการเว้ณระยะห่างและขั้นตอนการใช้รถสาธารณะที่ถูกต้องและปลอดภัยด้วย

2.2 ควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์ ให้เกิดความน่าสนใจและให้ข้อมูลการติดต่อที่สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆได้เพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

<u>หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน</u>

3.1. ควรเน้นในเรื่องของความสะอาดห้องสุขา และพื้นๆต่างภายใจแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการดูแลในส่วนของมาตราในการรักษาความปลอดภัยเป็นหลัก ลดขั้นตอนในส่วนหรือพื้นที่แออัด หากแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องมีขั้นตอนต่างๆ ควรมีมาตราที่เข้มแข็งในการดูแลกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นพิเศษ

3.2 และปัจจุบันมีขยะที่อาจจะผลต่อการติดเชื่อโควิด19 ได้นั่นคือ หน้ากาก กระดาษชำระ กระดาษเปียก ดังนั้นจุดให้บริการดังกล่าวควรมีการแยกประเภทที่ชัดเจนและอธิบายรูปแบบการทิ้งขยะที่ถูกต้องในบริเวณนั้นๆ ด้วย

3.3 ควรมีเทคโนยีในการช่วยให้บริการที่เกินกว่า 80% เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยว เช่น การจ่ายชำระสินค้าและทำกิจกรรมต่างๆ บนมือถือได้ทุกจุด

4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages)

<u>หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน</u>

4.1 ควรจัดทำทริปสั้นๆ สำหรับกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือให้บริการด้านอื่นๆ แทน

5. กิจกรรม (Activities)

<u>หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน</u>

5.1. ทุกๆกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มที่เข้าไปทำกิจกรรมว่ามีความปลอดภัย และไม่มีความเสี่ยงต่อโควิด

5.2. ควรมีการสนันสนุนด้านการทำสินค้าโอทอปของชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้จากสินค้า

5.3. ควรทำการศึกษาวิธีการถนอมและการแปรรูปอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล เพื่อสุขอนามัยที่ดีของผู้บริโภคและไม่มีความเสี่ยงต่อโควิด

5.4. ควรมีป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างวัฒนธรรมที่ดีอย่างยั่งยืนต่อไป

6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

<u>หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน</u>

6.1. ควรให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น

6.2. ควรมีการปรับปรุงเว็ปไซต์ให้น่าสนใจและเป็นปัจจุบันเพื่อให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้ง่าย

6.3. ควรมีการให้ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้สะดวก เช่น เบอร์โทร ไลน์ เฟสบุ๊ค เป็นต้น

6.4 การใช้บริการห้องน้ำ แหล่งท่องเที่ยวหลายที่มีการเปลี่ยนรองเท้าเพื่อความสะอาดของห้องสุขา ในจุดนี้ ควรมีการสร้างความมั่นใจได้ว่า รองเท้าทุกคู่มีความปลอดภัย

การอภิปรายผล

แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายหลังสถานการณ์โควิด 19 พบว่า 1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศหลังสถานการณ์ COVID 19 ส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่อยู่ใกล้ๆ กับที่พักของตนเอง เพราะต้องการเดินทางไปเพื่อพักผ่อน คลายความเครียด และต้องมีมาตราการในการรักษาความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยวด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ, 2563 เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 สรุปผลของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังโควิด-19 เริ่มจากการหาข้อมูลการท่องเที่ยวโดยเยาวชนไทยนิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากญาติและเพื่อน การท่องเที่ยวนิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ชมวิวและถ่ายรูปลงโซเชียล ลักษณะการเดินทางนิยมไปกับเพื่อน รองลงมาเป็นครอบครัวและนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยส่วนใหญ่ให้ความสาคัญไปที่ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพัก

2. การเข้าถึง (Accessibility) เป็นสถานที่ที่อยู่ไม่ไกลจากที่พักของตนเอง เดินทางได้สะดวกสบายและสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายลดขั้นตอนในการเปลี่ยนถ่ายรถ และต้องการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตัวเองกับกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อนในจำนวนที่ไม่มากนัก หากมีการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ ผู้ให้บริการควรให้คำแนะนำเรื่องของการเว้นระยะห่างและขั้นตอนการใช้รถสาธารณะที่ถูกต้องและปลอดภัยด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563 ได้ทำการสำรวจข้อมูลคนไทยทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ 17 - 20 กรกฎาคม 2563 จำนวน 1,208 ตัวอย่าง เพื่อให้ทราบพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศในช่วงปี 2563 ผลการสำรวจ ดังนี้

รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 83.69 จะเป็นการเดินทางข้ามจังหวัด ขณะที่อีก ร้อยละ 16.31 จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด เนื่องจากไม่มีเวลาว่างเพียงพอ และยังไม่ค่อยมั่นใจต่อมาตรการความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตลอดจนข้อขัดข้องจากมาตรการควบคุมการให้บริการต่าง ๆ ทำให้ไม่สามารถร่วมกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ สำหรับกิจกรรมที่สนใจระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ ถ่ายรูป ร้อยละ 73.24 ชมทิวทัศน์ธรรมชาติ ร้อยละ 56.73 ไหว้พระ/ขอพร ร้อยละ 47.59 ช้อปปิ้ง ร้อยละ 46.18 และขับรถเที่ยวร้อยละ 44.95

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในแหล่งท่องเที่ยวควรเน้นในเรื่องของความสะอาดและการดูแลในส่วนของมาตราในการรักษาความปลอดภัยเป็นหลัก ลดขั้นตอนในส่วนหรือพื้นที่แออัด หากแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องมีขั้นตอนต่างๆ ควรมีมาตราที่เข้มแข็งในการดูแลกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นพิเศษ รวมไปถึงการให้บริการถังขยะที่เป็นการแยกประเภทและสีให้ชัดเจน และปัจจุบันมีขยะที่อาจจะผลต่อการติดเชื่อโควิด19 ได้นั่นคือ หน้ากาก กระดาษชำระกระดาษเปียก ดังนั้นจุดให้บริการดังกล่าวควรมีการแยกประเภทที่ชัดเจนและอธิบายรูปแบบการทิ้งขยะที่ถูกต้องในบริเวณนั้นๆ ด้วย มีเจ้าหน้าที่ดูแลในบริเวณพื้นที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรียา แก้วชู, 2563 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ทัศนคติต่อการแพร่ระบาดโควิด-19 และปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) สำหรับการใช้บริการกับบริษัททัวร์ในช่วงนี้มีความเห็นว่า ควรจัดทำทริปสั้นๆ สำหรับกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือให้บริการด้านอื่นๆ แทน สอดคล้องกับงานวิจัยของชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ, 2563 เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 สรุปผลของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังโควิด-19 เริ่มจากการหาข้อมูลการท่องเที่ยวโดยเยาวชนไทยนิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากญาติและเพื่อน การท่องเที่ยวนิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ชมวิวและถ่ายรูปลงโซเชียล ลักษณะการเดินทางนิยมไปกับเพื่อน รองลงมาเป็นครอบครัวและนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญไปที่ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพัก

5. กิจกรรม (Activities) จะเป็นจุดที่ดึงดูดให้คนไปเที่ยวมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีมุมสวยให้ถ่ายรูป นั่งพักผ่อน สัมผัสธรรมชาติ ชมบรรยากาศ รวมไปถึงกิจกรรมแอดแวนเจอร์ต่างๆ ดังนั้น ในแต่ละพื้นที่ควรมีการสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มที่เข้าไปทำกิจกรรมว่ามีความปลอดภัย และไม่มีความเสี่ยงต่อโควิด และนอกจากนี้ควรมีเจ้าหน้าที่ในการช่วยตรวจสอบดูแล ในทุกๆกิจกรรมเพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563 ได้ทำการสำรวจข้อมูลคนไทยทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ 17 - 20 กรกฎาคม 2563 จำนวน 1,208 ตัวอย่าง เพื่อให้ทราบพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศในช่วงปี 2563 ผลการสำรวจ ดังนี้ รูปแบบ

ของการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 83.69 จะเป็นการเดินทางข้ามจังหวัด ขณะที่อีก ร้อยละ 16.31 จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด เนื่องจากไม่มีเวลาว่างเพียงพอ และยังไม่ค่อยมั่นใจต่อมาตรการความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตลอดจนข้อขัดข้องจากมาตรการควบคุมการให้บริการต่าง ๆ ทำให้ไม่สามารถร่วมกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ สำหรับกิจกรรมที่สนใจระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ ถ่ายรูป ร้อยละ 73.24 ชมทิวทัศน์ธรรมชาติ ร้อยละ 56.73 ไหว้พระ/ขอพร ร้อยละ 47.59 ช้อปปิ้ง ร้อยละ 46.18 และขับรถเที่ยว ร้อยละ 44.95

6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวควรมีเทคโนยีในการช่วยให้บริการที่เกินกว่า 80% เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยว เช่น การจ่ายชำระสินค้าและทำกิจกรรมต่างๆ บนมือถือได้ทุกจุด รวมไปถึงการใช้บริการห้องน้ำ แหล่งท่องเที่ยวหลายที่มีการเปลี่ยนรองเท้าเพื่อความสะอาดของห้องสุขา ในจุดนี้ ควรมีการสร้างความมั่นใจได้ว่า รองเท้าทุกคู่มีความปลอดภัย รวมไปถึงการรับฝากของหรือรองเท้าควรมีมาตราการในการรักษาความปลอดภัยที่ครบวงจร สอดคล้องกับงานวิจัยของศฐิฒฎา ธารารัตนสุวรรณ, 2563 ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 กระตุ้นไทยเที่ยวไทยด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ต่อสังคม

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
2. ควรเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จและสมบูรณ์ลง จากฐานข้อมูลที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยในส่วนต่างๆ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 5 คน หน่วยงานภาครัฐจำนวน 5 คน และภาคเอกชนจำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 25 คน งานวิจัยครั้งนี้ทุกท่าน ซึ่งมีส่วนให้การวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดีผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

[1] ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ, “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19, ปีที่ 10, ฉบับที่ 3, กันยายน – ธันวาคม, 2563. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2563.

[2] โชติ ตราชู, “ COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563,” *รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*, ปีที่ 1, ฉบับ ที่ 4, กรกฎาคม – กันยายน, 2563. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563.

[3] ประไพพิมพ์ สุรีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์, “ กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ,” *วารสารปาริชาต,* ปีที่ 29, ฉบับที่ 2, ตุลาคม – ธันวาคม, 2559. มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2559.

[4] พัชรียา แก้วชู, “ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19,” มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2563.

[5] ศฐิฒฎา ธารารัตนสุวรรณ, “ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทย (Impact of COVID-19 on Tourism Sector in Thailand),” *บทความวิชาการ,* ปีที่ 10, ฉบับที่ 15, สิงหาคม, 2563. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2563.

[6] องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO), “ COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563,” *รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว,* ปีที่ 1, ฉบับ ที่ 4, กรกฎาคม – กันยายน, 2563. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563.

[7] Buhalis, D,“Marketing the competitive destination in the future,” Tourism Management, 21.1 pp. 97-116, 2000.