

รายงานสืบเนื่อง การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3

โดยคณะกรรมการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



2562

“ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ
และผู้ประกอบการในยุคพลิกผัน”

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2562

คณะกรรมการบริหาร

ประธานคณะกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริย์ มนต์พานทอง

คณะกรรมการ University of the Sunshine Coast

Prof. Noel Scott

คณะกรรมการ Griffith University

Assoc. Prof. Dr. Catherine Prentic

คณะกรรมการ Singapore Institute of Technology

Asst. Prof. Dr. Lee Kuan-Huei

คณะกรรมการ Universiti Teknologi MARA Pulau

Pinang

Dr. Anderson Ngelambong

คณะกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์

คณะกรรมการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ดร.ศุภธนุช วิริยะพินิจ

คณะกรรมการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร.ชัชชญา ยอดสุวรรณ

คณะกรรมการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

ดร.วิชชุดา มาชู

คณะกรรมการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ดร.มรกต ดิษฐาอภิชัย

คณะกรรมการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..ดร. ชิดชนก อนันตมงคลกุล

คณะกรรมการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย

ช่วยบำรุง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์

แก้วนุช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา

สุกเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย

เอกมาไพศาล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย

สุเวชวัฒนกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธริยา

หลักเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักษ์พงศ์

วงศาโรจน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข

บุญศิริ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรักษ์

สุเมธ



บทความฉบับสมบูรณ์

เอกสารฉบับนี้ประกอบด้วยบทคัดย่อและบทความฉบับสมบูรณ์ บทความทั้งหมดนี้ได้รับการยอมรับโดยผ่านกระบวนการการตรวจสอบจาก คณะกรรมการและเผยแพร่ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ในหัวข้อ “ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุค พลิกผัน”

เอกสารฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ผ่านการตรวจสอบจาก คณะกรรมการ 2 ท่าน ในขณะที่บทคัดย่อผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการ 1 ท่าน

หัวข้อ: “ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุค พลิกผัน”

ปรับปรุงโดย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์

ปี: 2562

จัดพิมพ์โดย: คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ISBN (e-book):

เนื้อหาในเอกสารฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์ของคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ห้ามคัดลอก ลอกเลียน ดัดแปลง ทำซ้ำ จัดพิมพ์ หรือกระทำการอื่นใด โดยวิธีการใดๆ ในรูปแบบใดๆ ไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใด ของเอกสารฉบับนี้ เพื่อเผยแพร่ในสื่อทุกประเภทหรือเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ นอกจากจะได้รับอนุญาต



การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ประจำปี 2562

“ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และ ผู้ประกอบการในยุคพลิกผัน”

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

23 สิงหาคม 2562



สารบัญ

หน้า

สารจากคณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

คณะกรรมการบรรณาธิการ

คณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการการประชุมวิชาการระดับชาติ

ผู้บรรยายพิเศษ

ผู้ร่วมเข้าร่วมอภิปราย

ตารางกำหนดการนำเสนอผลงานวิจัยเบื้องต้น

บทความที่	การพัฒนาศักยภาพการจัดการจัดงานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อ	1
1903101	ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เลิศวิไล วรพันธ์ และ แสงแข บุญศิริ	
บทความที่	การศึกษาการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี	4
1903102	 ภราดร สินเจริญพร และ แสงแข บุญศิริ	
บทความที่	แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	7
1903103	ของหมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดสุพรรณบุรี ณภัทร สุขสว่าง และ เทิดชาย ช่วยบำรุง	
บทความที่	แนวทางการพัฒนาย่านตลาดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว	13
1903104	 โยษิตา เพ็ชรดี และ มณฑกานติ ชูชูวงศ์	
บทความที่	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบางพัฒนา จังหวัดพังงา:	15
1903105	การศึกษาเบื้องต้น เสรี บุญรัตน์ และ ชิตชนก อนันตมงคลกุล	
บทความที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร	17
1903106	จังหวัดราชบุรี ทัศนีย์ นาคเสนีย์	
บทความที่	นวัตกรรมการอนุรักษ์ช้างเชิงระบบอย่างยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม	19
1903107	 พยงค์ มุลวาปี และ สิริมณี ดีรัมย์	

บทความที่ 1903108	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำร้อนกรุงชิง อำเภอหนองปีดำ จังหวัดนครศรีธรรมราช กิริฐากร บุญรอด, ธนภฤต ยอดอุดม และ นรินทร อิ่มใจ	21
บทความที่ 1903109	การศึกษาผลกระทบจากการพัฒนาเมืองเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน: กรณีศึกษา เมืองหัวหิน อังคณา ใหญ่ยง	23
บทความที่ 1903110	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนท่องเที่ยวเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ธนะวิทย์ เพียรดี และ วนิตา อ่อนละม้าย	25
บทความที่ 1903111	ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงาน โรงแรมขนาดกลาง ในเขตพื้นที่อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด พัชรินทร์ ประยูรชาติ และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล	27
บทความที่ 1903112	ระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีต่อภาวะผู้นำของ หัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและประสิทธิภาพการให้บริการใน เที่ยวบินของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ สุทิษา แก้วปู้ และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล	29
บทความที่ 1903113	ระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินซึ่ง ให้บริการเต็มรูปแบบแห่งหนึ่ง ต่อปัจจัยจูงใจและปัจจัยบำรุงรักษาที่มีต่อ ความก้าวหน้าในอาชีพ อริรัฐ ภิบาลกุล และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล	31
บทความที่ 1903114	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 7Cs ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการบูติกโฮเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใน กรุงเทพมหานคร พีระ ศรีจันทร์งาม	33
บทความที่ 1903115	ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษา สาย การบินบางกอกแอร์เวย์ส เพ็ญพิสุทธิ พงษ์ไสว และ แสงแข บุญศิริ	35
บทความที่ 1903116	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมา ท่องเที่ยวถนนบางลา ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ปรีชาวุฒิ กี่สัน	37
บทความที่ 1903117	โมเดลการสร้างประสบการณ์และความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า กรณีศึกษา ธุรกิจ กาแฟสตาร์บัคส์ นางสาวณัฐภาวี ศรีฟ้า	39

บทความที่ 1903118	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร สวรินทร์ นิลอุทัย	41
บทความที่ 1903119	ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชา กรณีศึกษา ชาตรามือ สุพิชฌาย์ ภักดิ์อัครวาทีน	43
บทความที่ 1903120	แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย ศิรินทร์ญา ฌ ลำปาง	44
บทความที่ 1903121	แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ฝั่งทะเลตะวันออก แสงแข บุญศิริ, ประเสริฐ โยธินาร์, นิพาภรณ์ แสงสว่าง, คชาวุฒิ สังฆมาศ, วชิ รวิทย์ วิชาสวัสดิ์ และ สุภาพร วิชัยดิษฐ์	47

สารจากคณบดี คณะการจัดการการท่องเที่ยว

ในนามของคณะกรรมการประสานการประชุม มีความยินดีอย่างยิ่งที่ได้มีโอกาสต้อนรับท่านเพื่อเข้าร่วมการประชุมระดับชาติครั้งที่ 3 ในหัวข้อ“ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุคพลิกผัน” ทางคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกท่าน

คุณจะได้รับผลิตผลและความรู้ที่ได้รับกับการกล่าวสุนทรพจน์ของ **Professor Dr. Guo-Ming Chen** จาก **University of Rhode Island, USA** ในหัวข้อ “การปรับเปลี่ยนอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างความได้เปรียบ: การแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ” หลังจากนั้น ทุกท่านจะได้รับฟังประเด็นสำคัญและความท้าทายในปัจจุบันของอุตสาหกรรมบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว จาก การอภิปรายโดยผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ ประกอบด้วย คุณกิตติ พรศิวะกิจ (นายกสมาคมการตลาดท่องเที่ยวไทย), คุณจำเริญ วิศวชัยพันธ์ (กรรมการกลาง สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว) และ ดร.กตัญชลี สุขแพทย์ (อาจารย์พิเศษ ผู้บรรยายในมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน และอดีตผู้จัดการกองการบริการผู้โดยสาร สายการบินไทย) และในช่วงบ่ายจะมีการนำเสนอบทความจากผู้เข้าร่วมงาน

ทางคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมวิชาการในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมประชุมและผู้สนใจทุกท่านรวมถึงเป็นอีกก้าวหนึ่งที่เปิดโอกาสให้กับอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจนผู้สนใจทุกท่านได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อเป็นเครือข่ายในการสร้างสรรค์งานวิจัยและสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริงกับสังคมและประเทศชาติในอนาคต

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และบุคลากรทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการจัดงานในครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สารจากประธานคณะกรรมการบรรณาธิการ

ในนามของประธานคณะกรรมการ ขอต้อนรับคุณอย่างอบอุ่นในการการเข้าร่วมการประชุมระดับชาติ ครั้งที่ 3 วันที่ 23 สิงหาคม 2562 หัวข้อ “ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุค พลิกผัน”

ประธานคณะกรรมการบรรณาธิการขอขอบพระคุณอย่างจริงใจต่อทุกท่านที่เข้าร่วมงาน เพื่อนร่วมงานในคณะกรรมการจัดการประชุม ทุกท่านจะได้รับความรู้ด้านการท่องเที่ยว ในหัวข้อ “การปรับเปลี่ยนอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างรายได้เปรียบ: การแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ” จากศาสตราจารย์ ดร. Guo-Ming Chen จาก University of Rhode Island, USA หลังจากนั้นคุณจะได้เรียนรู้วิถีจัดการกับผลกระทบของการท่องเที่ยวทั่วโลกและการบริการที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์ในยุคพลิกผันจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเสวนาในครั้งนี้นำเสนอโดยผู้มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากมาย โดยเฉพาะนายกิตติพร ชิวกิจ (ประธานสมาคมตลาดการท่องเที่ยวไทย), นายจำเริญ วิชัยชัยพันธ์ (กรรมการสมาคมตัวแทนการท่องเที่ยวไทย) และ ดร.กตัญชลี สุขแพทย์ (อาจารย์พิเศษ ผู้บรรยายในมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน และอดีตผู้จัดการกองการบริการผู้โดยสารสายการบินไทย) ในช่วงบ่ายจะมีการนำเสนอบทความ โดยเป้าหมายของการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติในครั้งนี้ คือ การนำเสนอความรู้ทางวิชาการใหม่ ๆ แก่ทุกท่าน สิ่งสำคัญที่สุด คือ การขยายเครือข่ายทางวิชาการให้แผ่ขยายมากยิ่งขึ้น

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมวิชาการในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมประชุมและผู้สนใจทุกท่านรวมถึงเป็นอีกก้าวหนึ่งที่เปิดโอกาสให้กับอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจนผู้สนใจทุกท่านแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อเป็นเครือข่ายในการสร้างสรรค์งานวิจัยและสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์

ประธานคณะกรรมการกองบรรณาธิการ

รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

คณะกรรมการบรรณาธิการ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์
ประธานคณะกรรมการบรรณาธิการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

คณะผู้บริหาร

Prof. Noel Scott

Assoc. Prof. Dr. Catherine Prentic

Asst. Prof. Dr. Lee Kuan-Huei

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์

ดร.ศุภธนุช วิริยะพินิจ

ดร.ชัชชญา ยอดสุวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุกเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธรียา หลักเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักษพงษ์ วงศาโรจน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรักษ์ สุเมธ

University of the Sunshine Coast

Griffith University

Singapore Institute of Technology

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

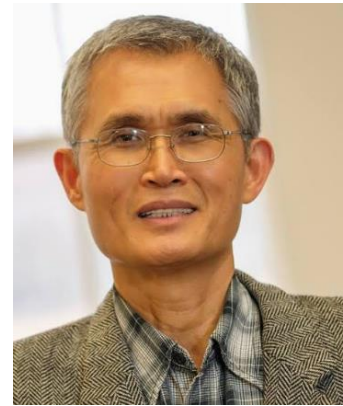
คณะกรรมการดำเนินงาน

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 1. นางสาวกนกวรรณ | โพธิ์อรุณ |
| 2. นางสาวชนิษฐา | เจริญผล |
| 3. นางสาวคณัสนันท์ | โชติประทีป |
| 4. นางสาวจิตตานันท์ | มีทิศ |
| 5. นางสาวชุติมา | สิทธิพงษ์ |
| 6. นางสาวญาณิศา | มิตรโกสม |
| 7. นางสาวณัฐรัชต์ | ต้นติวสิฐพล |
| 8. นางสาวณัฐกานต์ | ผาจันทร์ |
| 9. นางสาวนวลสมร | อุณหะประทีป |
| 10. นางสาวนันท์ภัสกร | ฤทธิ์พนิชชัชวาล |
| 11. นายนันทวีชร | ชื่อตรง |
| 12. นางสาวปิยะวรรณ | ไตรพรหม |
| 13. นางสาวพิชญ์สินี | สุนทรทรัพย์ |
| 14. นางสาวภัทรวดี | รังสีมานพ |
| 15. นางสาวรัศมี | อิสลาม |
| 16. นางวันวิสาภาค | สิทธิไชยากุล |
| 17. นายวีรวิทย์ | พานิชไตรภาพ |
| 18. นางสาวสุขุมาลัย | สุขยานี |
| 19. นายสุปปชา | เพชรโสม |
| 20. นายอภิชัย | ชูลิน |
| 21. นางสาวอมรา | กาวิเขต |
| 22. นางสาวอรอนงค์ | ชาสุวรรณ |
| 23. นางอุมาวรรณ | เอี่ยมสะอาด |

Keynote Speaker

Professor Dr. Guo-Ming Chen

Email Contact:



Brief Biography

Guo-Ming Chen is Professor of Communication Studies at the University of Rhode Island. He was the recipient of the 1987 outstanding dissertation award presented by the NCA International and Intercultural Communication Division. Chen is the founding president of the Association for Chinese Communication Studies. He served as Chair of the ECA Intercultural Communication Interest Group and at-large member of the SCA Legislative Council, and the President of International Association for Intercultural Communication Studies (IAICS). Currently, he is the co-editor of the journal of *China Media Research*.

Chen's primary research interests are in intercultural/organizational/global communication and Chinese communication behaviors. In addition to receiving various awards and honors, Chen has published more than 150 papers, book chapters, and essays in *Communication Quarterly*, *Communication Yearbook*, *Journal of Asian Communication*, *International Journal of Intercultural Relations*, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *Journal of Psychology*, *China Media Research*, *Death Studies*, *Communication Research Reports*, *Intercultural Communication Studies* and others.

Chen (co) authored and (co) edited 40 books and journal special issues, including *Foundations of Intercultural Communication*, *Communication and Global Society*, *Dialogue among Diversities*, *A Study of Intercultural Communication Competence*, *Chinese Conflict Management and Resolution*, *Introduction to Intercultural Communication*, *Theories and Principles of Chinese Communication*, *Chinese Perspective of Conflict Management and Resolution*, *Asian Perspective of Culture and communication*, *Communication Research Methods*, *Communication Theories*, and others.

Chen continues to be active in teaching, scholarship and in professional, university, and community services.

Panel Discussion

Mr. Kitti Pornsiwakit

The President of Association of Thai Tourism Marketing (ATTM)

Digital Entrepreneur | Business Consultant | Innovation

Email Contact:



Education

- Master of Business Administration - STAMFORD International University
- Mini Master of Business Administration - Innovative Marketing University of the Thai Chamber Commerce, UTCC
- Civil Engineering - Construction Management & Project Management King Mongkut's University of Technology Thonburi, KMUTT

Work Experience

- **Jul 2013 - Present**
CEO - KIT Development Group
Strategy Consultant, Innovation for Hotel, Travel, and Real Estate.
- **Feb 2017 – Present**
CEO - TRIPWARP.com
B2B Marketplace & Digital Platform for Travel & Medical Industry
- **Feb 2013 – Present**
CEO - SITA Imprezzo
Bird's Nest, Beauty & Healthy Products Manufacturer & Distributor
- **Sep 2017 - Present**
CEO - glurr.com
No.1 Social Network & Community for University Students
- **May 2016 – Present**
CEO - The STEP Sathon
Lean Hotel managed by Cloud-hosted Property Management System with Real-Time Monitoring and Dynamics Pricing Strategy.

- **FEB 2018 – Present**
CEO - Mangkud Corp
SMART HR, Workforce Planning & Payroll Management
- **Apr 2001 – OCT 2014**
CMO - GENEX Solutions
Hotel PMS, Digital Marketing, Financial, Supply Chain, Human Resource & Workforce Optimization Solution
- **May 2014 – SEP 2016**
Regional Director • Guestline UK
Leading Cloud-based PMS & Hotel Distribution Platform
- **2015 – 2017**
Director & Consultant • Thaisri Insurance PLC
Organization & Technology Development Committee

Social & Education Volunteer

- **NOV 2018 – Present**
AVP - Tourism Council of Thailand
- **Apr 2018 – Present**
President - ASSOCIATION of Thai Tourism Marketing
- **JUL 2018 – Present**
VP Tourism Cluster - THAI SME Federation
Special Instructor – Ministry of Commerce
Affluent Tourism, Wellness & Medical Tourism Industry
Special Instructor - Dusit Thani College, Walailuk University, SWU (Prasarnmitr),
Stamford International University & Pitsanulok University
Topics - Digital Marketing, Hotel & Travel Management, Trend & Innovation, Digital Entrepreneurship, Operation 4.0, Travel 4.0

Panel Discussion

Mr. Chamreon Visavachaipan

Email Contact:

SUMMARY: 25 years in United State (1969 – 1994) bachelor's degree in Electronics Engineering Technology (DeVry University. Chicago, U.S.A. 1973) Held employment of several Technical Staff position and a 10 years Business Owner prior to returning to Thailand.

Work Experience:

- **April 2007 – Present**
Jetour (Thailand) Co., Ltd.
Chief Executive Officer
Land operator for inbound tour
Official ticket agent for 2008 Beijing Olympic Games, 2010 Guangzhou Asian Games and 2012 London Olympic Games
- **2001 - Present**
e-Discovery Co., Ltd
Chief Executive Officer
Computer System Integrator
- **1999 - 2001**
Semiconductor Venture International Plc.
Sr. Manager. Program Management
- **1995 - 1998**
Submicron Technology Plc.
Corporate Services. Responsible for the start up of a state of the art Wafer Fabrication facility.
- **1984 - 1994**
V-Tech INC.
Business owner. Design and manufacturing cash register (POS) for Central Florida
Burger King.

- **1973 – 1984**

Technical Staff for several companies:

Stromberg Carlson Corp (Subsidiary of Siemens) Design Digital Central Office telephone system.

- **1979 - 1981**

Design flight trainer for American Airline (USA)

Panel Discussion

Dr. Katonchalee Sookphate

Former Intercontinental Stations Services Division Manager.

Thai Airways International Public Company Limited.

Guest Lecturer and Speaker for Private and Government University. Topic: Aviation Industry

Email Contact: fra.thaiairways@gmail.com



Education:

Ramkhamhaeng University

- Ph.D. Doctor of Philosophy Human Resource Branch,
- Master of Public Administration
- Bachelor's degree Bachelor of Arts Political Science

Certificate:

- Leisure Leader : Ramkhamhaeng University
- Middle Management : Chulalongkorn University
- Personality & Social Etiquette : John Robert Power, Personal Development Institute
- Leadership : SOL (Social for Organization Learning, USA)
- Management Certificate : Eastern Asia University
- Mini MBA : University of the Thai Chamber of Commerce
- Public Speaking : MTL (Management Training Limited: MTL)
- Strategies of training for trainers : Sukhothai Thammathirat Open University

Work Experience:

- **2015 - Present**

Guest Lecturer and Speaker for Private and Government University. Government Office and Private Company. Topic: Aviation Industry (in Passenger Ground Services, Customer Services, Airline Operations Management, Station Services) Personality & Social Etiquette, Leadership, Services and Public Speaking.

- **1980 - 2017**
Thai Airways International Public Company Limited, BKK
- **2012-2017**
Intercontinental Station Services Division Manager
Recovery Management Team of TG-Flight Operations after Bomb Blast at Brussels Airport/Belgium
TG Passenger Services Delivery Department Manager
- **2008-2012**
Airport Services Manager at Frankfurt Station/Germany
Royal Family and VVIP Flight Operations Supporting Management Team in Germany
- **2005-2008**
Duty Manager at BKK-Station
- **2003-2005**
Ground Flight Manager, In-house Instructor
Station Relieve at MXP-Airport/Italy
- **2001-2003**
Assistant Station Manager at Taipei Station/Taiwan
- **1994-2001**
Ground Flight Manager
- **1992-1994**
Senior Supervisor
- **1980-1992**
Ground Staff, Senior Ground Staff, Supervisor



การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ประจำปี 2562

หัวข้อ: ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุคพลิกผัน

กำหนดการประชุม

23 สิงหาคม 2562

- 08:30 – 9:00 ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ณ ห้อง 3001 ชั้น 3 อาคารนวมินทรราชูราช
- 09:00 – 9:30 พิธีเปิดงาน
- กล่าวต้อนรับ
โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 - กล่าวเปิดงาน
โดย รองศาสตราจารย์ ดร.จงสวัสดิ์ จงวัฒน์
รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- 9:30 – 10:30 ผู้บรรยาย
โดย Professor Dr. Guo-Ming Chen
หัวข้อ : ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุคพลิกผัน
- 10:30 – 10:45 พักรับประทานอาหารว่าง
- 10:45 – 12:00 การอภิปรายในหัวข้อ “ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุคพลิกผัน”
โดย คุณกิตติ พรศิวกิจ นายกสมาคมตลาดการท่องเที่ยวไทย
คุณจำเริญ วิศวะชัยพันธ์ กรรมการกลาง สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว
ดร.กตัญชลี สุขแพทย์ อดีตผู้จัดการส่วนงานบริการสถานีต่างประเทศ
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และอาจารย์บรรยายพิเศษแก่มหาวิทยาลัย
รัฐบาลและเอกชน หัวข้อ : อุตสาหกรรมการบิน
มอบของที่ระลึกและถ่ายภาพร่วมกัน
- 12:00 – 13:00 พักรับประทานอาหารกลางวัน ณ ห้องราชพฤกษ์ ชั้น 2 อาคารนวมินทรราชูราช
- 13:00 – 13:30 ลงทะเบียนนำเสนอบทความวิชาการ ณ บริเวณโถงกลาง ชั้น 4 อาคารนวมินทรราชูราช

ลำดับการนำเสนอบทความ

เวลา	กลุ่มที่ 1 ห้อง 4005, ชั้น 4 อาคารนวมินทรราชินี ผู้ดำเนินงานประชุม ผศ.ดร. แสงแข บุญศิริ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	กลุ่มที่ 2 ห้อง 4006, ชั้น 4 อาคารนวมินทรราชินี ผู้ดำเนินงานประชุม อาจารย์ ชื่นนภา นิลสนธิ มหาวิทยาลัยรามคำแหง อาจารย์ พิชญ์สินี ชุณหะวัณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
13.00 – 13.15	เลิศวิไล วรพันธ์พานิช การพัฒนาศักยภาพการจัดงานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	พัชรินทร์ ประยูรชาติ ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโรงแรมขนาดกลางในเขตพื้นที่อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
13.15 – 13.30	ภราดร สินเจริญพร การศึกษาการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี	สุทิษา แก้วปู่ ระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีต่อภาวะผู้นำของหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและประสิทธิภาพการให้บริการในเที่ยวบินของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ
13.30 – 13.45	ณภัทร สุขสว่าง แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม ของหมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดสุพรรณบุรี	อริรัฐ ภิบาลกุล ระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินซึ่งให้บริการเต็มรูปแบบแห่งหนึ่งต่อปัจจัยจุดใจและปัจจัยบำรุงรักษา ที่มีต่อความก้าวหน้าในอาชีพ
13.45 – 14.00	โยษิตา เพ็ชรดี แนวทางการพัฒนาย่านตลาดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว	พีระ ศรีจันทร์งาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 7Cs ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบูติกโฮเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร

ลำดับการนำเสนอบทความ

14.00 – 14.15	เสรี บุญรัตน์ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบางพัฒนา จังหวัดพังงา: การศึกษาเบื้องต้น	เพ็ญพิศุทธิ พงษ์ไสว ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษา สายการบิน บางกอกแอร์เวย์ส
14.15 – 14.30	ทัศนีย์ นาคเสนีย์ ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดราชบุรี	ปรีชาวุฒิ กี่ลั่น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวถนนบางลา ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต
14.30 – 14.45	พยงค์ มุลวาปี และ สิริมณี ตีร์ศรี นวัตกรรมการอนุรักษ์ช้างเชิงระบบอย่างยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม	ณัฐภาวี ศรีฟ้า โมเดลการสร้างประสบการณ์และความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้ากรณีศึกษาธุรกิจกาแฟสตาร์บัคส์
14.45 – 15.00	กิริฐากร บุญรอดและคณะ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำร้อนกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช	สวรินทร์ นิลอุทัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร
15.00 – 15.15	อังคณา ไทญ้อยง การศึกษาผลกระทบจากการพัฒนาเมืองเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา เมืองหัวหิน	สุพิชฌาย์ ภักดีอัครวาทีน ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชา กรณีศึกษา ชาตรามือ
15.15 – 15.30	ธนวิทย์ เพียรดี และ วนิดา อ่อนละมัย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนท่องเที่ยวเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง	ศิรินทร์ญา ณ ลำปาง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย
15.30 – 15.45		แสงแข บุญศิริ และคณะ แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก

การพัฒนาศักยภาพการจัดงานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
(Potential Development of Organizing Marathon Event in Bangkok
to Support Sport Tourism)

เลิศวิไล วรพันธ์พานิช

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

viewwiieww@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ

อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

sangkae@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to study the behavior of marathon participants in Bangkok and to study the potential of organizing marathon event in Bangkok. The sample group is the participants who had joined the marathon competition in Bangkok. There are 400 persons for the sample group. Methodology of collecting data is the questionnaire and analyzes the data by using percentage, means, standard deviation, t-test value, and One Way ANOVA. In case of founding the statistical significant differences, the Scheffe's test will be used.

The findings were concluded that the behavior of most marathon participants in Bangkok used to participate the mini-marathon competition for their first time and the event they participated was held and organized by the private organization. The opinions of most marathon participants in Bangkok are that there are 4 aspects of the organization of marathon event in Bangkok which are competition as they give their attention to the atmosphere of the event first and souvenirs, running pathway as they mainly give the attention to the distances and safety of the pathway of the competition, facilities as they focus on the drink service point during the competition, and news and information as they give their attention on information service from the staff from different points. Overall of the 4 aspects are in the good level. The

results from examining hypothesis were found that different behaviors of the marathon participants affect the potential of organizing the event in Bangkok which has no difference in statistical significant at 0.05 from mentioned above. The ways to develop the potential of organizing the marathon event in Bangkok should be given the attention to the atmosphere, distances, safety of the running pathway, drink service point during the competition, as well as information service from staff in different points. It is able to upgrade and will make the marathon event that held in Bangkok turning into the world class marathon, which there will have the people from any places to come and join this event at once in their life.

KEYWORDS: Tourism, Sport Tourism, Marathon, Potential of Organizing Marathon Event, Behavior of Marathon Participants

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาศักยภาพในการจัดงานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เคยเข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test One Way ANOVA ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใช้การทดสอบรายคู่ โดยวิธี Scheffe'

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ จะเคยเข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนประเภทมินิมาราธอนเป็นอันดับแรก และงานที่ผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานครเคยเข้าร่วมจะเป็นงานประเภทหน่วยงานภาคเอกชนเป็นคนจัด ซึ่งผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานครมีความความคิดเห็นว่า ศักยภาพการจัดงานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการแข่งขัน ผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานครจะให้ความสำคัญในเรื่องของ บรรยากาศภายในงานเป็นอันดับแรก และของที่ระลึกภายในงาน รองลงมา ด้านเส้นทางมารูวิ่ง จะให้ความสำคัญในเรื่องของ ระยะทางวิ่ง และความปลอดภัยของเส้นทางแข่งขันเป็นหลัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะให้ความสำคัญในเรื่องของ จุดบริการเครื่องดื่มระหว่างการแข่งขัน และด้านข้อมูลข่าวสาร จะให้ความสำคัญในเรื่องของ การให้บริการด้านข้อมูลจากเจ้าหน้าที่จุดต่าง ๆ โดยรวมทั้ง 4 ด้านนั้น จะอยู่ในระดับดี ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมที่แตกต่างกันของผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานครส่งผลต่อศักยภาพการจัดงานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากที่กล่าวมานั้น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดงานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญในเรื่องของ บรรยากาศภายในงาน ระยะทางวิ่ง ความปลอดภัยของเส้นทางแข่งขัน จุดบริการเครื่องดื่มระหว่างการแข่งขัน รวมไปถึงการให้บริการด้านข้อมูลจากเจ้าหน้าที่จุดต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งถ้าสามารถยกระดับได้ จะทำให้

งานวิ่งมาราธอนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถขึ้นมาเป็นงานวิ่งมาราธอนระดับโลกที่ผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอนในที่ต่าง ๆ ต้องมาเข้าร่วมสักครั้งหนึ่งในชีวิต

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มาราธอน ศักยภาพการจัดงานวิ่งมาราธอน พฤติกรรมผู้เข้าร่วมงานแข่งขันวิ่งมาราธอน

การศึกษาการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี (A Study of Cycling for tourism in Kanchanaburi Province)

ภราดร สิ้นเจริญพร

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

paradon.sj@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ

อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

sangkae@gmail.com

ABSTRACT

This research is about the study of cycling for tourism in Kanchanaburi province. It aims to 1) study the behavior of the tourist who cycling to travel and 2) study the readiness of the cycling pathway for tourism. The sample group is the representatives of cyclist club and cyclist tourists about 400 persons by using accidental sampling. The methodology in this research is the questionnaire which asks the reliability coefficients at 0.94. The statistic in this research includes percentage, means, standard deviation, and t-test, One Way ANOVA with statistical significant at 0.05. The data were collected by searching from the textbook and relevant documents with this research.

The findings can be concluded that most cyclist tourists will have reason to become interested in cycling activities for health first will have a frequency of spinning 1-2 times a week which has 1-3 years of experience in cycling for tourism by spinning with friends / clubs popular to spin around the park Most tourist attractions will go bridge on the river kwai which cyclists tourists have commented that the availability of bicycle routes, including route management will give priority to determination of cycling routes that are suitable for road conditions that pass through the bicycle path And safety for tourists, cyclists and general people who use roads in general traffic public relations will give priority to providing information services from staff at various points is primarily a facility will give priority to The security management of officers along various routes in Kanchanaburi Which is the most important

thing to be aware of in this area first and the last the physical characteristics of the bike path will give priority to continuity of cycling routes And the amount of cars on the cycling route as a whole, including the four areas mentioned above will be satisfied at a high level. As for the hypothesis testing, it was found that the different behaviors of tourists who cycled for tourism affected the opinions about the readiness of bicycle routes for tourism that were not significantly different at Level 0.05.

KEYWORDS: *Tourism, Cycling for Tourism, Cycling Pathway, Readiness of Cycling Pathway, Kanchanaburi Province*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว 2) ศึกษาความพร้อมของเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนจากชมรมนักปั่นจักรยาน และนักท่องเที่ยวกลุ่มนักปั่นจักรยานจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จะใช้แบบสอบถามที่ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงเท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย t-test, One Way ANOVA โดยทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสืบค้นจากตำรา และเอกสารที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนักปั่นจักรยานส่วนใหญ่จะมีเหตุผลที่เริ่มสนใจในกิจกรรมปั่นจักรยาน เพื่อสุขภาพเป็นอันดับแรก จะมีความถี่ในการปั่น 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีประสบการณ์ในการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวมา 1-3 ปี โดยมาปั่นกับกลุ่มเพื่อน/ชมรม นิยมไปปั่นกันแถวสวนสาธารณะ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไป สะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนักปั่นจักรยานมีความคิดเห็น ว่า ความพร้อมของเส้นทางจักรยาน ได้แก่ ด้านการจัดการเส้นทาง จะให้ความสำคัญเรื่อง การกำหนดเส้นทาง การปั่นจักรยานให้เหมาะสมกับสภาพถนนที่เส้นทางจักรยานสัญจรผ่าน และความปลอดภัยต่อตัวนักท่องเที่ยว กลุ่มนักปั่นจักรยาน และบุคคลทั่วไปที่ใช้ถนนในการสัญจรทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์ จะให้ความสำคัญเรื่อง การให้บริการด้านข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ เป็นหลัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะให้ความสำคัญเรื่อง การจัดการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ตามเส้นทางต่าง ๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นสิ่งที่ความสำคัญที่สุดที่ต้องตระหนักถึงในด้านนี้ เป็นสิ่งแรก และด้านสุดท้าย ด้านลักษณะทางกายภาพของเส้นทางจักรยาน จะให้ความสำคัญเรื่อง ความต่อเนื่องของเส้นทางจักรยาน และปริมาณของรถยนต์บนเส้นทางจักรยานเป็นหลัก โดยรวมทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมานั้น จะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวที่ปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวส่งผลต่อความคิดเห็นในเรื่องความพร้อมของเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจักรยาน เส้นทางจักรยาน ความพร้อมของเส้นทางจักรยาน
จังหวัดกาญจนบุรี

แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของหมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดสุพรรณบุรี
(Guidelines for Effective Development in Cultural Tourism Management of
Thai Song Dam Village in Suphanburi Province)

ณภัทร สุขสว่าง

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

youngaladdin32@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to investigate the levels of local community participation in Thai Song Dam village cultural tourism (2) to explore factors affecting local participation in Cultural Tourism and (3) to study guideline for effective development in Cultural Tourism Management of Thai Song Dam Village in Suphanburi Province.

The data was collected by using questionnaires with 400 respondents from local Thai Song Dam Village in Suphanburi Province during the period of November 2017. The quantitative data collected from the survey were analyzed using descriptive statistics to find frequencies, percentage, mean, t-test and One-way ANOVA.

The results of this study showed that majority of the respondents was male (214 persons =53.5%), 20 - 35 year old age group (185 persons = 46.3%), married (228 persons = 57%), undergraduate (208 persons = 52%), student (144 persons = 36%), monthly income below 6,000 Baht (146 persons = 36.5%), period of residence in Thai Song Dam Village community for more than 10 years (176 persons = 44%), and monthly income from tourism 12,000 – 15,000 Baht (173 persons = 43.3%).

The finding of the study of the environmental factors affecting the local people participation in cultural tourism management of Thai Song Dam Village in Suphanburi province indicated that the levels of local community participation in Thai Song Dam village cultural tourism is at high level. The factors that affect local participation in Cultural Tourism the most is the economics factor; ranked first in terms of mean score (Mean = 4.35). While second is the social factor (Mean = 4.32), third is environmental factors (Mean = 4.28), and fourth is cultural factors (Mean = 4.2).

Most of respondents ranked the “Strongly Agree” level for their participation in tourism management in the village of Thai Son District, Suphanburi Province. When considered in each aspect, it showed that local people participated in decision-making the most (Mean = 4.37); ranked at the highest levels of all aspects in terms of mean score, follow by project evaluation (Mean = 4.36), receiving benefits (Mean = 4.27) and project implementation (Mean = 4.14).

The result of data analysis on demographic of local people in this study indicated that gender, age and education level differences related to different level of participation in tourism management of Thai Song Dam village cultural tourism, with statistically significant at 0.05 level of confidence. Therefore, it accepted hypotheses. However, marital status, occupation, monthly income, length of residence period and monthly income gaining from tourism showed statistically non-significant differences at 0.05 level of confidence, thus rejecting the set hypotheses.

The result of hypothesis classified by factors affecting the cultural tourism and level of participation in the management of tourism, it was found that economic, social, and cultural and environment had significant differences at 0.05 level of confidence, therefore, accepting hypotheses.

KEYWORDS: Participation, Tourism Management, Cultural Tourism, Thai Song Dam Village

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดสุพรรณบุรี

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชน และผู้บริหารชุมชน นักพัฒนาชุมชน และผู้นำกลุ่มในชุมชน ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านไทยทรงดำ ตำบลดอนมะเกลือ อำเภอดูหลวง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูล โดยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) T-test (T-test for statistical analysis) และ(One-way Analysis of Variance: One way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 214 คน อายุ 20 - 35 ปี จำนวน 185 คน สถานภาพสมรส จำนวน 228 คน มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 208 คน ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 144 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ ต่ำกว่า 6,000 บาท จำนวน 146 คน ระยะเวลาที่อาศัยในชุมชนมากกว่า

10 ปี จำนวน 176 คน รายได้ต่อเดือนจากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 12,000 – 15,000 บาท (ร้อยละ 43.3) เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านไทยทรงดำ พบว่า

1. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจำแนกตามเพศ

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของประชาชนต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการมีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจำแนกตามอายุ

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของประชาชนต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจำแนกตามสถานภาพ

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพของประชาชนต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของประชาชนต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับ

ผลประโยชน์ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจำแนกตามอาชีพ

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของประชาชนต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้อต่อเดือนของประชาชนต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของหมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดสุพรรณบุรีไม่แตกต่างกัน

7. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนของประชาชนต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีรายได้

แตกต่างกัน มีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

8. ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนจากการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวต่างกัน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประชาชนที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ของ ประชาชนในหมู่บ้านไทยทรงดำ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านต่าง ๆ ระดับความคิดเห็นของประชาชน อยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวด้านสังคม รองลงมาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วม อันได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านไทยทรงดำ พบว่า

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของ

ชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ มีค่า P น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแตกต่างกัน มีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการ มีค่า P มากกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผลโครงการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมู่บ้านไทยทรงดำ

แนวทางการพัฒนาย่านตลาดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Guidelines for the Development of Nonthaburi Market Area, Nonthaburi Province As a Tourist Destination)

โยชิตา เพ็ชรดี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

110/1-4 ถนน ประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง เขต หลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

yositaphetdee@gmail.com

ABSTRACT

The research guidelines for the development of Nonthaburi Market Area, Nonthaburi Province as a Tourist Destination of this study are to study strengths, weaknesses, opportunities, and threats of tourist destinations in the Nonthaburi market area, explore the opinions of stakeholders towards tourist attractions in the Nonthaburi's market area. The samples for this research were collected by interviewing 46 respondents, divided into five groups: 8 residents; 9 shop owners; 8 government officers; 13 Thai tourists, and 8 foreign tourists.

The results revealed that the major strengths of the Nonthaburi's market area are the transportation accesses, suitable location and various widely-known restaurants. The weakness is that the Nonthaburi's market area has deteriorated; there were no tourist service center and no signs in English. The opportunities are if there is cooperation in all sectors, helping to develop public relations and improving the place as the tourist area of the Nonthaburi's market has grown, there will be more opportunities for development in this area to be a quality tourist attraction. The threats are that the development period may be an obstacle because the entrepreneurs may not believe that it will be completed in time as specified and may lack the cooperation of each department's guidelines for the development of tourist attraction in the Nonthaburi's market area. The Municipalities or related agencies should perform as follows:

1. pay attention to take care and improve this place increasingly to create a quality and exciting tourist attraction and attract tourist visits.
2. hold a meeting to discuss between officials and entrepreneurs for purposes of improvement within a specified time in order to improve the area.
3. establish a tourist service center located beside the Nonthaburi's dam or important points with signs.
4. produce more leaflets, banners or public relations through various online media

increasingly. 5. provide more toilets and parking areas to support tourist visits and more staffs to take care in case of safety and cleanliness.

KEYWORDS: *Guidelines for The Development, Nonthaburi Market Area*

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาย่านตลาดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวย่านตลาดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี และเพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่านตลาดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 46 คน แบ่งเป็น 5 กลุ่มได้แก่ ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ 8 คน ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่ 9 คน นักท่องเที่ยวชาวไทย 13 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 8 คน เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 8 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์มาวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่าจุดแข็งที่สำคัญของย่านตลาดนนทบุรี คือ มีการคมนาคมที่เข้าถึง ทำเลที่ตั้งเหมาะสม และมีร้านค้าร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จุดอ่อนคือ ย่านตลาดนนทบุรีมีความเสื่อมโทรม ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีป้ายบอกทางเป็นภาษาอังกฤษ โอกาส คือ หากมีการร่วมมือกันในทุกภาคส่วนช่วยกันพัฒนาประชาสัมพันธ์ และ มีการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวย่านตลาดนนทบุรีให้ดีขึ้น ก็จะมีโอกาสในการพัฒนาให้ย่านนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อุปสรรค คือ ระยะเวลาในการพัฒนาปรับปรุงอาจเป็นอุปสรรค เนื่องจากผู้ประกอบการอาจเกิดความไม่เชื่อมั่นว่าจะเสร็จทันเวลาตามที่กำหนด และอาจขาดความร่วมมือของแต่ละฝ่าย แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวย่านตลาดนนทบุรี เทศบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควร 1. ให้ความสนใจ ดูแลและปรับปรุงสถานที่ให้ดีขึ้น รวมถึงการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและน่าสนใจ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม 2. มีการจัดการประชุมเพื่อหารือกันระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการถึงจุดประสงค์ในการปรับปรุง โดยมีระยะเวลาที่แน่นอนในการปรับปรุงพื้นที่ 3. ควรจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่บริเวณริมเขื่อนท่าน้ำนนทบุรีหรือจุดที่สำคัญพร้อมป้ายบอกทาง 4. ควรมีการจัดทำแผ่นพับ ป้าย หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ มากขึ้น 5. เพิ่มห้องน้ำและลานจอดรถให้มากขึ้น เพื่อรองรับการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวและมีเจ้าหน้าที่ดูแลในเรื่องของความปลอดภัยและความสะอาด

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา, ย่านตลาดนนทบุรี

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบางพัฒนา จังหวัดพังงา: การศึกษาเบื้องต้น

เสรี บุญรัตน์

วิทยาลัยการท่องเที่ยวนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

saree.b@pkru.ac.th

ผศ.ดร.ชิตชนก อนันตมงคลกุล

วิทยาลัยการท่องเที่ยวนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

chidchanok.a@pkru.ac.th

ABSTRACT

This qualitative research aims to preliminarily provide a better understanding of community-based tourism management participation. The focus of this exploration is on local Bangpat community, which is a coastal community located in Muang Phang-nga. A focus group with nine locals are utilized. The content analyses show locals in the coastal village appear lack of knowledge on community-based tourism management. Moreover, they do not pay enough attention of tourism management participation. Nevertheless, it is evident that locals are confident in the success of their community-based tourism activities. This is because of their rich coastal resources, exists of the community's regulations for sustainable economy and local community. The results can be adopted as a guideline for development of sustainable community based-tourism management.

KEYWORDS: *Community-Based Tourism, Bangpat, Participation*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนชายฝั่งทะเลเบื้องต้น โดยใช้กรณีศึกษาจากชุมชนบ้านบางพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดพังงา ผลการศึกษาด้วยวิธีการสนทนากลุ่มย่อยกับชาวบ้านจำนวน 9 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ประชาชนในชุมชนยังขาดองค์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยรวมถึงยังไม่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างไรก็ตาม ประชาชนในพื้นที่เล็งเห็นความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ รวมถึงชุมชนและผู้นำชุมชนเริ่มมีแนวคิดในการตั้งกฎ กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว และมี

กองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นต้น ผลของการวิจัยเบื้องต้นนี้ สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน บางพัฒนา การมีส่วนร่วม

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดราชบุรี
(The Potential of Agro-Tourism for Learning in
Agricultural Community Enterprises, Ratchaburi Province)

ทัศนีย์ นาคเสนีย์

สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

46 หมู่ 3 ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี ประเทศไทย 70150

naksanee@gmail.com

ABSTRACT

This research was aimed to study the potential of agro-tourism for learning in agricultural community enterprises, Ratchaburi Province; and to suggest guidelines on the development of the potential of agro-tourism for learning in agricultural community enterprises, Ratchaburi Province. It was a mixed method research between quantitative and qualitative research. The samples included 400 visitors in agricultural community enterprises, Ratchaburi Province; 23 informants of tourism, agriculture, and accommodation business; and 58 chairpersons or representatives of the community enterprise. The research instruments were questionnaires, in-depth interview, participant & non-participant observations, and focus group. Descriptive statistics were used for data as well as content analysis.

The findings revealed that most of 400 visitors in agricultural community enterprises, Ratchaburi Province, were female; age between 18 - 40 years; married; graduated with diplomas; worked for the government and local administrative organizations; gained average income between 10,001 – 20,000 baht. The main objective for coming was to observe/learn from the source. They showed higher satisfaction than expectation. 58 agricultural community enterprises consisted of 44 processing groups and 14 vegetable production with the potential of agro-tourism for learning in 4 aspects; i.e., 1) the role model of community business conduct, 2) new theory of agriculture, 3) transfer of knowledge and wisdom on fruit and vegetable production, and 4) transfer of knowledge and wisdom on community product processing into snacks, chili sauces, drinks, herbs, and food. Regarding the suggestions for the development of the potential of community enterprises, there should be more PR channels through technologies in order to create perception in wider areas. Activities connecting with community attractions, tourism business, or local service business should also be held and combined with learning activities of agricultural community enterprises, Ratchaburi Province.

KEYWORDS: *Agro-Tourism for Learning Agricultural Community Enterprises*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดราชบุรี และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดราชบุรี ใช้การวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้มาเยือนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน และผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การเกษตร ธุรกิจที่พักแรมในพื้นที่จังหวัดราชบุรี จำนวน 23 คน และ ประธานหรือผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 58 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาเยือนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 18-40ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับอนุปริญญา มีอาชีพลูกจ้างราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท วัตถุประสงค์หลักของการมา คือ มาศึกษาดูงาน/มาเรียนรู้ จากแหล่งเรียนรู้ ซึ่งต่างมีระดับระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความคาดหวัง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดราชบุรี จำนวน 58 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแปรรูป 44 กลุ่ม และกลุ่มผลิตพืชผัก จำนวน 14 กลุ่ม มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ 4 ด้าน คือ 1) การเป็นต้นแบบของการทำธุรกิจชุมชน 2) การทำเกษตรแบบทฤษฎีใหม่ 3) การถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาด้านการผลิตผลไม้และพืชผัก และ 4) การถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปผลผลิตในชุมชน เป็นอาหารว่าง น้ำพริก เครื่องดื่ม สมุนไพร และ อาหาร ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจ คือ การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทคโนโลยีเพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน หรือธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ ผสมผสานกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดราชบุรี

คำสำคัญ: *การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ วิสาหกิจชุมชนเกษตร*

นวัตกรรมการอนุรักษ์ช้างเชิงระบบอย่างยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม
(The Innovation for Sustainable System Conservation of Elephants,
Maha Sarakham Province)

พยงค์ มุลวาปี

อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

สิริมณี ตรีศรี

อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ABSTRACT

This academic article aimed to study the innovation for sustainable system conservation of elephants, Maha Sarakham Province and to model the development of Thai elephant conservation. The sample group in this study was a specific interview with elephant mahouts, elephant caretakers, employees and elephant visitors at Suan Pa Phutthasathan Su Pradit Temple, Na Kha Sub-District, Wapee Pathum District, Maha Sarakham Province. The initiator of this place is Luang Pu Khruba Thammunee; to help elephants who had a history of hurting people and can not work for tourists to ride as usual; currently has a total of 10 elephants.

The study found that the innovation for sustainable system conservation of elephants, Maha Sarakham Province caused the elephant dung coffee production; named Chang Thongkhum (Golden Elephant) which is the most expensive coffee in the world; 4,0000 baht per kilogram. The systematic conservation of elephants that was clearly visible was the idea of elephant dung coffee production which caused to let the elephants ate ripe Arabica coffee cherries and excreted. The idea caused the elephant dung coffee production. There were both Drip Coffee and 100% Arabica freshly ground coffee. And the addition of other products such as the Chang Thongkhum water cylinder. The income after deducting expenses from the distribution of the elephant dung coffee products will be used as a capital for serious care and conservation of the whole system to allow elephants to have housing, food, medicine, and good parenting; do not want elephants to work hard.

At Suan Pa Phutthasathan Su Pradit Temple, there is a famous elephant named "Plai Ekachai". He is the 33-year-old young elephant with special characteristics, the Bureau of the Royal Household including experts to examine the appearance, appearing to have many special features that correspond to the characteristics of the white elephant with 7 qualities: white eyes,

white palate, white toenails, white hair, white skin, white tail hair and genitals which is currently in the process of requesting a royal offering "Plai Ekachai" to His Majesty King Maha Vajiralongkorn Phra Vajiraklaochaoyuhua (King Rama X).

KEYWORDS: Innovation for Sustainable System Conservation of Elephants, Elephant Dung Coffee, Plai Ekachai, Maha Sarakham Province

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานวัตกรรมการอนุรักษ์ช้างเชิงระบบอย่างยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม และเพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์ช้างไทย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เฉพาะเจาะจง ความรู้ช้าง ผู้ดูแลช้าง พนักงาน และผู้ที่มาชมช้าง ที่วัดสวนป่าพุทธสถานสุประดิษฐ์ ต.นาข่า อ.วาปีปทุม จ.มหาสารคาม ผู้ที่ริเริ่มก่อตั้งสถานที่แห่งนี้ คือ หลวงปู่ครูบาธรรมมุณี เพื่อช่วยเหลือช้างที่เคยมีประวัติทำร้ายคน และไม่สามารถทำงานให้นักท่องเที่ยวขึ้นขี่หลังได้ตามปกติ นำมารวมไว้ในที่แห่งนี้ ปัจจุบันมีทั้งหมด 10 เชือก

ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมการอนุรักษ์ช้างเชิงระบบอย่างยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม ทำให้เกิดการผลิดกาแฟซี่ข้างทองคำ ซึ่งเป็นกาแฟที่มีราคาแพงที่สุดในโลก กิโลกรัมละ 4,000 บาท การอนุรักษ์ช้างเชิงระบบที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ การคิดผลิดกาแฟซี่ข้าง ซึ่งเกิดจากการนำเมล็ดกาแฟให้ช้างกินเข้าไปแล้วขับถ่ายออกมา แนวคิดก่อให้เกิดนวัตกรรมกาแฟซี่ข้างทองคำ มีทั้งแบบกาแฟดริป (Drip Coffee) กาแฟสด คั่วบด อาราบิก้าแท้ 100 % และต่อยอดผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น กระบอกน้ำข้างทองคำ ซึ่งรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายจากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ ซี่ข้างทองคำ จะนำมาเป็นทุนทรัพย์สำหรับดูแลและอนุรักษ์ช้างอย่างจริงจังทั้งระบบ เพื่อให้ช้างมีที่อยู่อาศัย อาหาร ยารักษาโรค และการเลี้ยงดูที่ดี ไม่ต้องการให้ช้างทำงานหนัก

ทั้งนี้ ณ วัดสวนป่าพุทธสถานสุประดิษฐ์เมธี มีช้างที่มีชื่อเสียงเชือกหนึ่งชื่อ “พลายเอกชัย” เป็นช้างหนุ่ม อายุ 33 ปี มีลักษณะพิเศษ สำนักพระราชวัง รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญมาตรวจสอบคชลักษณ์ปรากฏว่ามีคุณลักษณะพิเศษหลายอย่างที่ตรงตามลักษณะช้างเผือกที่มีคชลักษณ์ 7 ประการ คือ ตาขาว เพดานขาว เล็บขาว ขนขาว ฟันหนังขาว อัญทโกศขาว ซ้างสีประหลาด ถือเป็นช้างสำคัญที่เป็นมงคล ซึ่งกำลังอยู่ระหว่างดำเนินการขั้นตอนการขอพระราชทานน้อมเกล้าฯ น้อมกระหม่อมถวาย “พลายเอกชัย” แต่ “พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ มหิศรภูมิพลราชวรางกูร กิติสิริสมบูรณอดุลยเดช สยามินทราธิเบศรราชวโรดม บรมนาถบพิตร พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว” รัชกาลที่ 10

คำสำคัญ: นวัตกรรมการอนุรักษ์ช้างเชิงระบบอย่างยั่งยืน กาแฟซี่ข้าง พลายเอกชัย จังหวัดมหาสารคาม

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำร้อนกรุงชิง
อำเภอหนองพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช

(Guidelines for Promoting Health Tourism: A Case study of Krung Ching Hot
Spring, Nupphitum District, Nakhon Si Thammarat Province)

นายกิริฐากร บุญรอด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Kirathakon@gmail.com

นายธนกฤต ยอดอุดม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

sophon.yord@hotmail.com

นายนรินทร์ อิมใจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

narinthon_imj@nstru.ac.th

ABSTRACT

The research aims to study the guidelines for promoting health tourism: a case study of Krung Ching hot spring, Nupphitum District, Nakhon Si Thammarat Province in October 2018 until 30 April 2019. The target group of this research is Thai tourists who travel in Nupphitum district, Nakhon Si Thammarat province. The data are collected by using questionnaire as research tool and 400 people. It will show the derived from sample random sampling. The data are analyzing with statistical analysis software thought descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. As for inferential statistics, including Independent t-test and One-way ANOVA are also use to analyze and used multiple comparisons by Sheffe

The results of the study showed that most tourists were female, aged between 21 - 30 years, with education level bachelor's degree. Most of them work in private business. Most have married conditions and have a monthly income of 20,000 -30,000baht. 2. The study results of tourist's behavior found that most Thai tourists have been The reason for traveling is for health. Will come on holiday / weekend. There are many expectations in tourism. Is to improve

health, is domiciled in the southern region and get information from friends and others. They are influential in making travel decisions, with about 2-4 people traveling by private cars and coming back to visit here again.³ The results of the study of motivation affecting the decision to travel health tourism found that most of the samples had the highest level of motivation. Is physical / psychological and have a high level of motivation when considering each aspect is entertainment and things to enjoy Social and cultural aspects respectively.

KEYWORDS: *Promoting, Health Tourism, Krung Ching Hot Spring*

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำร้อนกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรที่ใช้ในการสำรวจคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในเดือนตุลาคม 2561 – 30 เมษายน 2562 จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามโดยการเก็บข้อมูลแบบสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบที (t-test) และการทดสอบเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีการเชฟเฟ (Sheffe)

ผลการศึกษา พบว่า 1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีสภาพสมรสและมีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 30,000 บาท 2. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยมาแล้ว เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือเพื่อสุขภาพ จะมาท่องเที่ยวในวันหยุด/สุดสัปดาห์ มีความคาดหวังมากในการท่องเที่ยว คือทำให้สุขภาพดีขึ้น มีภูมิลำเนาเดิมคือภาคใต้ ได้รับข้อมูลจากการบอกต่อจากผู้อื่นเพื่อน ตนเอง เป็นผู้มียุทธูปในการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยผู้ร่วมเดินทางประมาณ 2-4 คน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวและจะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งต่อไป 3. ผลจากการศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านกายภาพ/จิตวิทยา และมีระดับแรงจูงใจระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านคือ ด้านความบันเทิงและสิ่งเพลินเพลิน ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรม ตามลำดับ

คำสำคัญ: *การส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำร้อนกรุงชิง*

การศึกษาผลกระทบจากการพัฒนาเมืองเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา เมืองหัวหิน

อังคณา ไชญ์ยง

นักวิจัยอิสระ

97/133 บ้านชมดาว, ซอยอ่อนนุช21/1, สวนหลวง, กรุงเทพฯ

ayaiyong@yahoo.com

ABSTRACT

This article is aim to study the effect of Town development which impact on the status transformation from the first seaside resort in the western coast of elites to a well-known tourist destination nowadays. Beginning with the railway construction of the southern line especially when it connected with Malaya railway which makes inter rail transportation more convenience. The railway is lay through Hua Hin. Together with land transportation development and tourism promotion by government came to there. One of the most crucial factor is tourism development policy which link within the region and across, all of that, led to economic, social and physical impacts. Therefore, objectives of this article are 1.to study the effect of town development in economic, social and town's physical 2.to introduce the appropriate management plan for sustainable tourism of this destination.

The result of study found that the development of transportation system and tourism promotion policy of state and private sector included the project of regional tourism development and across the region that impact on Hua Hin rapid and dramatic change. Without the appropriate management plan, the development will be limited in particular area and can be impact on tourism as well. The recommendation for the solution are strict law enforcement, the consideration of accommodate and appropriate town development policy to compatible with the physical status in present. The sustainable tourism promotion of state and the most important is the participation of local in the community or to be part of town development and tourism management. All of these are a fundamental collection of town development impact data from past to present of Hua Hin, also can be a data base for further study in design and sustainable town development in the future.

KEYWORDS: *Hua Hin, impact, town development, sustainable tourism*

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาถึงผลกระทบจากการพัฒนาเมือง ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานภาพจากเมืองตากอากาศชายทะเลแห่งแรกของหัวเมืองฝั่งตะวันตกของชนชั้นสูงมาสู่เมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน มีจุดเริ่มต้นมาจากการสร้างทางรถไฟสายใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเส้นทางสายนี้ได้เชื่อมต่อกับทางรถไฟของมลายู ส่งผลให้การคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศสะดวกขึ้น และหัวหินเป็นเมืองที่ตั้งอยู่บนเส้นทางผ่านของรถไฟ ประกอบกับการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งทางถนน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ อีกทั้งปัจจัยที่สำคัญคือ นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงทั้งในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค ทำให้เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพของเมือง อย่างมากมาย ดังนั้น บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบจากการพัฒนาเมือง ด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ 2. เพื่อเสนอแนะแผนการจัดการที่เหมาะสมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยวนี้

ผลการศึกษาเบื้องต้นพบว่า การพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งและนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน รวมถึงโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของภาครัฐนั้น ส่งผลให้เมืองหัวหินเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และก้าวกระโดด ถ้าหากไม่มีการจัดการที่เหมาะสม จะเกิดการกระจุกตัวของการพัฒนาและส่งผลกระทบทางด้านการท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดการปัญหานั้น ให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด พิจารณานโยบายการพัฒนาเมืองที่สอดคล้อง และเหมาะสมกับสถานภาพทางกายภาพในปัจจุบัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของภาครัฐ และที่สำคัญที่สุดคือ ให้นำคนในชุมชนมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเมืองและการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น ทั้งนี้ บทความนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของผลกระทบจากการพัฒนาเมืองจากอดีตมาถึงปัจจุบันของหัวหิน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษาต่อเรื่องออกแบบและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: หัวหิน, ผลกระทบ, การพัฒนาเมือง, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนท่องเที่ยวเกาะสุกร
อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง
(Guidelines for Creative Tourism Development of
Sukorn Island Community Based Tourism of Palian District Trang Province)

ธนะวิทย์ เพียรดี

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ สาขาวิชาการท่องเที่ยว

จังหวัดตรัง, ประเทศไทย

balljolie@hotmail.com

วนิดา อ่อนละม้าย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น, วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ สาขาวิชาการท่องเที่ยว

จังหวัดขอนแก่น, ประเทศไทย

Wanida.on@spu.ac.th

ABSTRACT

This article is intended to propose guidelines for creative tourism development of Sukorn Island Community Based Tourism of Palian District, Trang Province. Its study the element of tourist attraction according to the area context and community ways in the Sukorn Island area, Palian District, Trang Province. And its study concepts and theories of creative tourism and community based-tourism. From the study, its found that: 1. The community must use sustainable tourism management principles that its should be a study to plan the conservation of natural resources, historical, cultural, and other tourism resources in order to be able to use continuously in the future. 2. Its participate in learning, art, culture, way of life, wisdom, identity/local identity between tourist and host. Its create a local involvement process that local people participate in appropriate and effective management, according to the principles of community based-tourism management. And 3. The bond between tourists and host focus on the training of host that is hospitable and friendly. Giving advice and Assistance from host, its will make tourists impress and considered as a good host. And good communication and marketing, its define marketing communication strategies which clearly uses marketing communication principles as telling story by people in the community for a deep and accessible trip.

KEYWORDS: *Creative Tourism Community Based Tourism Sukorn Island*

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนท่องเที่ยวเกาะสุกร อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง โดยการศึกษาขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวตามบริบทพื้นที่และวิถีชุมชนในพื้นที่เกาะสุกร อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง และการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการศึกษาพบว่า 1. ชุมชนต้องใช้หลักการจัดการการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน โดยควรมีการศึกษาเพื่อวางแผนการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม และทรัพยากรอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต 2. การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น (Local Involvement) ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตามหลักการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 3. ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน เน้นการจัดฝึกอบรมการที่เจ้าบ้านมีอัธยาศัยและเป็นมิตรไมตรี การให้คำแนะนำและการให้ความช่วยเหลือจากเจ้าบ้านจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และถือเป็นคุณสมบัติของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และการสื่อสารและการตลาดที่ดี (Good Communication and Marketing) กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ที่ชัดเจนใช้หลักการสื่อสารทางการตลาดแบบเล่าเรื่อง (Telling Story) โดยคนในชุมชนเพื่อการเที่ยวแบบลึกซึ้งและเข้าถึง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เกาะสุกร

ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโรงแรมขนาด
กลางในเขตพื้นที่อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

(The Level of Opinion on Factors Affecting the Motivation in Decision Making
of Employees in Medium-sized Hotels in Koh Chang area, Trad)

พัชรินทร์ ประยูรชาติ

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล

อาจารย์ประจำคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the level of opinion on factors affecting the motivation in decision making of employees in medium-sized hotels and to compare the demographic factors affecting the motivation in decision making of employees in the Koh Chang area, Trad by using the quantitative method through questionnaire to study the sample's opinions. The study was found that majority of the respondents had opinions on the motivation in decision making of employees in medium-sized hotels in the Koh Chang area is at a high level. Considering each aspect, it was found that responsibility, achievement, supervision, interpersonal relations, work itself, recognition, working conditions, company policies and administration, job security and salary and welfare affect the decision making of hotel employees at the highest level respectively. Career advancement affects the decision making of hotel employees at a moderate level. The research also found that personal characteristics including gender, education and hotel business characteristics affected the motivation in decision making of employees in medium-sized hotels in Koh Chang differently at the significant level.

KEYWORDS: *Factors affecting motivation in decision making, Hotel Employees, Medium-size hotels in Koh Chang*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโรงแรมขนาดกลางในเขตพื้นที่อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโรงแรมขนาดกลางในเขตพื้นที่อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษาระดับความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความรับผิดชอบ ความสำเร็จในงาน วิธีการปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ลักษณะงานที่ปฏิบัติ การได้รับการยอมรับนับถือจากผู้ร่วมงาน สภาพการปฏิบัติงาน นโยบายและการบริหาร ความมั่นคงของงาน และเงินเดือนและสวัสดิการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโรงแรมในระดับมากตามลำดับ ยกเว้นด้านความก้าวหน้าในอาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโรงแรมในระดับปานกลาง และพบว่าพนักงานโรงแรมที่มีเพศ ระดับการศึกษา และลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงแรมแตกต่างกันมีระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน พนักงานโรงแรม โรงแรมขนาดกลางในเขตพื้นที่อำเภอเกาะช้าง

ระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีต่อภาวะผู้นำของหัวหน้าพนักงาน
ต้อนรับบนเครื่องบินและประสิทธิภาพการให้บริการในเที่ยวบินของพนักงานต้อนรับบน
เครื่องบิน สายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ

(The Opinion Level of a Full Service Airline's Flight Attendant on Flight
Purser's Leadership and Flight Attendant's Service Efficiency Performance)

สุทิษา แก้วปู่

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล

อาจารย์ประจำคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ABSTRACT

The objectives of this full service airline case study research aims to 1) Determine the flight attendant's opinion level towards flight purser's leadership 2) Determine the flight attendant's opinion level towards their service efficiency performance. This study was conducted based on a quantitative method using questionnaires. Results of this study found that the majority of respondents have a high opinion level on both aspects of flight purser's leadership. Considering each aspect, relationship-oriented leader has a higher mean score than task-oriented leader. For the opinion level towards flight attendant's service efficiency performance; equitable service has the highest mean score followed by ample service, timely service, continuous service and progression service respectively.

KEYWORDS: *Leadership, Service Efficiency Performance, Flight Purser, Cabin Crew, Full Service Airline*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีต่อภาวะผู้นำของหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการในเที่ยวบิน ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงาน

ต้อนรับบนเครื่องบินที่มีต่อภาวะผู้นำของหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการในเที่ยวบิน งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการรวบรวมข้อมูลคือ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ภาวะผู้นำของหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ภาวะผู้นำมุ่งความสัมพันธ์ / เน้นคน (Relationship-Oriented Leader) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ภาวะผู้นำมุ่งงาน/ เน้นการผลิต (Task-Oriented Leader) สำหรับระดับความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และ การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression Service) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ, ประสิทธิภาพการให้บริการ, หัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน, สายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ

ระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินซึ่งให้บริการเต็มรูปแบบ
แห่งหนึ่งต่อปัจจัยจูงใจและปัจจัยบำรุงรักษา ที่มีต่อความก้าวหน้าในอาชีพ
(The Opinion Level of Full Service Airline Cabin Crew on Motivation factors
and Maintenance factors affecting on career development)

อธิรัฐ ภิบาลกุล

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล

อาจารย์ประจำคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ABSTRACT

The objective of this research is to study the level of opinions of the full service airlines cabin crew on motivation factors affecting on career development and study the level of opinions of the full service airlines cabin crew on maintenance factors affecting on career development by using the quantitative method through questionnaire developed by the researcher to study the sample's opinions of 131 cabin crew. SPSS program were used to analyzed the data. The results of this study indicate that the highest mean of motivation factors was responsibility. The highest mean of maintenance factor is interpersonal relation. And The highest mean of the career development was about money.

KEYWORDS: Motivation factors and Maintenance factors, Career development, Full service airline, Cabin crew

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินซึ่งให้บริการเต็มรูปแบบแห่งหนึ่งต่อปัจจัยจูงใจ และปัจจัยบำรุงรักษา ที่มีต่อความก้าวหน้าในอาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบแห่งหนึ่งต่อปัจจัยจูงใจที่มีต่อความก้าวหน้าในอาชีพ และเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบแห่งหนึ่งต่อปัจจัยบำรุงรักษาที่มีต่อความก้าวหน้าในอาชีพ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัย

สร้างขึ้นเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 131 คน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าสถิติ โดยโปรแกรมคำนวณ SPSS ในการประมวลผล จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยจุดใจที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความรับผิดชอบในงาน และปัจจัยบำรุงรักษาที่พนักงานต้อนรับให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่วนความก้าวหน้าในอาชีพด้านที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการเงิน

คำสำคัญ: ปัจจัยจุดใจและปัจจัยบำรุงรักษา ความก้าวหน้าในอาชีพ สายการบินซึ่งให้บริการเต็มรูปแบบ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 7Cs ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
บูติกโฮเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร
(The 7cs Marketing Composition Factors Influencing Decision Making Of
Foreign Customers To Choose Boutique Hotels In Bangkok)

พีระ ศรีจันทร์งาม

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

phira.sr@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to study the 7Cs marketing composition factors influencing decision making of foreign customers to choose boutique hotels in Bangkok. The samples were 400 foreigners. The data was collected by questionnaires with IOC of 0.95 The descriptive statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics including relationship between variables used Pearson's correlation coefficient was also employed with statistically significance at 0.05

The results of the study revealed that foreign customers tourist, overall highly agreed upon the 7Cs of the marketing mix ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.64) and their overall opinions regarding to the decision making to choose Boutique hotels were in high level ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.81) The results of 7Cs marketing composition factors in the field of caring was highest level and value customer, cost, convenience, comfort, communication, and complete were high level respectively had influenced on foreign customers of decision making to choose Boutique hotel in Bangkok

KEYWORDS: 7Cs marketing composition, Boutique hotels, Foreign customers

บทคัดย่อ

จากการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 7Cs ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบูติกโฮเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.95 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

ผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 7Cs โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.64) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบูติกโฮเทล โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ คือ ปัจจัยด้านการใส่ใจดูแล และอยู่ในระดับมาก 6 ข้อ คือ ปัจจัยด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ปัจจัยด้านความสบาย ปัจจัยด้านต้นทุนหรือราคาที่ลูกค้ายินยอมจ่าย ปัจจัยด้านความสะดวก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บูติกโฮเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า บูติกโฮเทล นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้า
กรณีศึกษา สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส
(Marketing Mix Factors Affecting Brand Equity
a Case Study of: Bangkok Airways)

เพ็ญพิสุทธิ์ พงษ์ไสว

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ

อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ABSTRACT

This study purposes aim to 1) examine various demographic factors affecting brand awareness of Bangkok Airways, 2) to examine marketing components impact on brand awareness of Bangkok Airways and 3) to investigate new approaches to improving the influence towards brand awareness of Bangkok Airways. This qualitative research selected the group of airline customers in Bangkok area who traveled with Bangkok Airways and applied questionnaires as a tool to collect data from 102 customers. data were statistically analyzed using percentage, average, frequency, standard deviation, one-way ANOVA and multiple regression analysis. The results of hypothesis testing showed that the demographical factors such as gender, age, occupation, status, marital status and monthly average income of the customers affecting satisfaction was not significantly different. However, the marketing components such as product, price, distribution channel, marketing support, service staff and physical presence significantly impact on brand awareness of Bangkok Airways which significantly resulted in statistical number of 0.05.

KEYWORDS: *Marketing Mix Factors, Brand Equity, Airline*

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ให้บริการชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 102 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางด้าน ประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้บริการ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การรับรู้คุณค่าตราสินค้า สายการบิน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการมาท่องเที่ยวถนนบางลา ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

ปรีชาวุฒิ กี่ลีน

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

zeke_original1@hotmail.com

ABSTRACT

This study aims to 1. Study the opinions of foreign tourists towards loyalty in travelling Bangla Walking Street in Patong, Phuket Province, and 2. Study factors affecting to Loyalty for foreign tourists travelling to Bangla Walking Street in Patong, Phuket Province. The sample groups used in this research were 384 foreign tourists travelling to Bangla Walking Street in Patong, Phuket Province. The tools used in this research were questionnaire. The statistics used in data analysis were Statistical Package for the Social Science by using descriptive statistics, namely, frequency, percentage mean and standard deviation in analyzing general data, tourist behaviors, and opinions towards marketing mixes and loyalty data of foreign tourists, by using inferential statistics or hypothesis testing statistics, t-test and ANOVA in testing difference between or among 2 sample groups or more so as to analyze the difference on demography towards loyalty of foreign tourists traveling to Bangla Walking Street in Patong, Phuket Province, by using Pearson Correlation Analysis, and Multiple Regression Analysis.

According to the research, most of foreign tourists answering the questionnaires were male, aged 31-40 years, being employees of private companies, having monthly income during 1,501-2,500 US dollar, having completed bachelor's degree and having single status.

According to the comparison, the data on demography and loyalty, foreign tourists who have different status had different opinion towards loyalty on positive word of mouth, revisiting and satisfaction as different at the statistical significance in the level 0.05. Marketing mixes influencing the loyalty on positive word of mouth was place. The marketing mixes influencing the loyalty on revisiting were products and place. The marketing mixes influencing the loyalty on share of wallet were products and place. The marketing mixes influencing the loyalty on trust was place. and the marketing mixes influencing the loyalty on satisfaction were products and place.

KEYWORDS: *Loyalty, Marketing Mix, Bangla Walking Street, Phuket Province*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อความจงรักภักดีในการมาท่องเที่ยวถนนบางลา ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในการมาท่องเที่ยวถนนบางลา ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนบางลา ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและข้อมูลความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติเชิงทดสอบสมมติฐาน สถิติ t-test และ ANOVA ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป และเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลต่อความจงรักภักดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวถนนบางลา ตำบลป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 1,501-2,500 ดอลลาร์สหรัฐ มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลกับความจงรักภักดีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีด้านการบอกต่อเชิงบวก การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีด้านการบอกต่อเชิงบวก ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีด้านการมีส่วนร่วมในการปกป้อง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีด้านความเชื่อมั่น ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีด้านความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ: ความจงรักภักดี ส่วนประสมทางการตลาด ถนนบางลา จังหวัดภูเก็ต

โมเดลการสร้างประสบการณ์และความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้ากรณีศึกษาธุรกิจกาแฟสตาร์บัคส์ (Model for creating customer experiences and repeat purchase intentions of customers in the case of Starbucks coffee business)

นางสาวณัฐภาวี ศรีฟ้า

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Nattapawee_srifa@hotmail.com

ABSTRACT

The coffee industry is an interesting business that has attracted new entrepreneurs in an intensive way, that it has resulted in different intense competitions. Which means, these group of people are discovering Service Innovative and Marketing Innovation used for business operations. This article aims to study services that affect the user experience of Starbucks and the factors affecting the repurchase intent of customers by a comprehensive study about Service Innovative and Marketing Innovation. The researchers discussed the history of the Starbucks business and Review related literature about the consumer behavior concepts. Creating a user experience that leads to repurchase intent of customers. The coffee business that will succeed will require a competitive advantage that brings Service Innovation and Marketing Innovation to meet the needs and satisfaction of customers faster than competitors. This article is useful for coffee shop operators to use for further business benefits.

KEYWORDS: Starbucks, Service Innovative, Marketing Innovation, Creating Customer Experience, Repurchase Intent of Customers

บทคัดย่อ

ธุรกิจกาแฟเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจจึงมีแรงดึงดูดให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้จึงส่งผลให้เกิดความรุนแรงในการแข่งขัน ดังนั้นจึงได้มีการนำนวัตกรรมการบริการและนวัตกรรมการตลาดเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริการที่ส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ผู้ใช้บริการสตาร์บัคส์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า โดยครอบคลุมการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการบริการและนวัตกรรมการตลาด ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของธุรกิจกาแฟสตาร์บัคส์และทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างประสบการณ์ผู้ใช้บริการจนนำไปสู่ความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า พบว่าธุรกิจกาแฟที่จะประสบ

ความสำเร็จนั้นจะต้องอาศัยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำนวัตกรรมการบริการและนวัตกรรมทางการตลาดเข้ามาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง บทความนี้จึงเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: สตาร์ทอัพ นวัตกรรมการบริการ นวัตกรรมการตลาด การสร้างประสบการณ์ผู้ใช้บริการ
ความตั้งใจซื้อซ้ำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร
(Factors Affecting to Selecting Decision of Foreign Tourist
for Green Hotel in Bangkok Area)

สวารินทร์ นิลอุทัย

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

sawarintra237@hotmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the environmental factors that affected to the selecting decision of foreign tourists for green hotels in Bangkok area's viewpoints. This research collected data by a questionnaire from foreign tourists of green hotels in Bangkok area, the sample size was 400.

The study found that the majority of foreign tourists were female with age ranging from 25 to 34 years old. The average level of education was Bachelor's degree while their domicile was Asia. Besides, most of them work as employee with the average income over than 25,001 USD. Regarding the results of green hotel selecting decision behavior analysis, it showed that the objective of the trip of most foreign tourists was to relax, they need comfortable transportation. Furthermore, most of foreign tourists decided on hotel by friend, the average duration of stay was between 1 to 3 days and foreign tourists also reserved room via online booking (internet). The study of the environmental factors that affected to the selecting decision of foreign tourists for green hotels in Bangkok area were analyzed by Multiple linear regression analysis and found that the environmental factors of green hotel including policy and communication factor, energy performance and consumption factor and the participation with community and local factor affected to the selecting decision of foreign tourists for green hotels in Bangkok area. The correlation coefficient (R Squared) is 0.725 and coefficient of multiple determination is 52.6%.

KEYWORDS: *Decision, Green Hotel*

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร มีขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ภูมิลำเนาส่วนใหญ่มาจากทวีปเอเชีย โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,001 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง ตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากการแนะนำของเพื่อน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเข้าพักอยู่ที่ 1-3 วัน และเข้าถึงแหล่งที่พักจากอินเทอร์เน็ต ส่วนการศึกษาหาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ พบว่า ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว ได้แก่ ปัจจัยทางด้านนโยบายและการสื่อสาร ปัจจัยด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.725 ซึ่งสามารถใช้อธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจได้ร้อยละ 52.6

คำสำคัญ: การตัดสินใจ โรงแรมสีเขียว

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชา ทรามือ

(Key successful factors of Tea business: A case study of Cha Tra Mue)

นางสาวสุพิชฌาย์ ภักดีอัครวาทีน

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

oill_supitcha@hotmail.com

ABSTRACT

Nowadays, the beverage business has been growing rapidly, there are a lot of investors who have come to join the business. However, even though beverage business has a rapid growth but, at the same time, the customer's behavior also presents a rapid change to the business. Therefore, the business owners have to find a new strategy for marketing, in order to enhance the business advantages. This article intentionally tells the history of Cha Tra Mue business and how it has applied the viral marketing and innovation for certain product improvement. As a result of this study, it can be used as a practice for the business owners in the beverage industry, they will get the advantages from this article and they can use these strategies to improve their business continually and gradually.

KEYWORDS: *Cha Tra Meu Business, Marketing Strategy, Key Success Factors, Marketing Innovation, Competitive Advantage*

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจเครื่องดื่มมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เกิดการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มากขึ้น อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าธุรกิจเครื่องดื่มจะมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เจ้าของธุรกิจจึงต้องหากกลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อมาสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ บทความนี้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของธุรกิจชา ทรามือ ที่นำเอาเครื่องมือทางการตลาดด้าน Viral Marketing และด้านนวัตกรรม ที่ชา ทรามือนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน นำมาสู่ความสำเร็จของธุรกิจชา ทรามือ ผลการศึกษานี้จึงเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่ม เพื่อนำไปใช้สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: *ธุรกิจชา ทรามือ, กลยุทธ์ทางการตลาด, ปัจจัยความสำเร็จ, นวัตกรรมทางการตลาด, ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน*

แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย Motivation and Behavior of International Senior Tourist with Long Stay in Thailand

ศิริรินทร์ญา ณ ลำปาง

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว

10/1-4 ถนน ประชาชื่น แขวง ทุ่งสองห้อง เขต หลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

sirinya_erl@hotmail.com

ABSTRACT

The objective of this research is 1) to study the general demographic characteristics of foreign tourists who travel to Thailand for a long stay in Thailand 2) to study the behavior of foreigners who are long-term residents in Thailand 3) To study the motivation of attracting factors and the driving factors of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay. 4) to study motivation analysis By gender Income and status of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay Use survey research regulations Collecting data by surveying the study area and using questionnaires for elderly travelers traveling to stay in Thailand for 400 persons. Data was collected in June 2018 by using data analysis, using frequency and percentage values. Arithmetic mean deviation Analysis of factors by varimax rotation of axes by determining the level of statistical significance at 0.05 and content analysis presented as a sort the research found that most foreign tourists are males aged between the ages of 50-54 years. Most tourists travel from the United Kingdom. Have an education level at a diploma level or under a bachelor's degree Average annual income \$ 50,001- \$ 100,000 or equivalent to Thai money will be around 1,500,000 - 3,000,000 baht and most of the long-term travelers will have marital status. In the driving factor it was found that by including the elderly tourists, foreigners traveling to stay in Thailand, for example 1) hygiene and cleanliness, followed by 2) diversity of activities 3) long stay visa conditions 4) variety of 5) Travel convenience, respectively. The results of motivation analysis by gender Income and status of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay in the push factor, it was found that when considering gender it was found that male tourists gave higher average motivation levels than females. By giving priority to motivation for self-esteem continuing in revenue, the research found that older tourists, foreigners with income below \$ 20,000, provide the highest average level of motivation. And the importance of motivation to learn the most different cultures and in terms of status, it was found that elderly tourists, foreigners who were widowed Giving the average

of the highest motivation level And the importance of motivation to travel in the most exotic places In terms of pull factors, it was found that the population in terms of sex Income and status of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay the level of importance of the overall motivation of the sample group At a high level When considering gender, it was found that male tourists gave the highest level of motivation. By giving the most importance to the cost of living incentives in Thailand By giving priority to the motivation of the quality of accommodation later, when considering the status, it was found that the elderly, foreigners who were widowed Giving the average of the highest motivation level and the importance of motivation in the beauty of the tourist attraction as much as possible.

KEYWORDS: *elderly tourists, long stay*

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย 4) เพื่อศึกษาการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยแยกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงสำรวจพื้นที่ศึกษา และใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางมาพำนักระยะยาวในประเทศไทยจำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมิถุนายน 2561 โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยด้วยการหมุนแกนแบบ Varimax การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ independent T-Test และ One – Way Anova เพื่อหาค่าความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และการวิเคราะห์เนื้อหาเสนอเป็นความเรียง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่างช่วงอายุ 50-54 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศสหราชอาณาจักร มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อปี \$50,001-\$100,000 ดอลลาร์ หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 1,500,000 – 3,000,000 บาท และส่วนใหญ่ที่เดินทางมาพำนักระยะยาวจะมีสถานภาพสมรส ในด้านปัจจัยผลักดัน พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติมีแรงจูงใจทางด้านปัจจัยผลักดันมากที่สุดก็คือ 1) เพื่อรักษาสุขภาพ 2) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ 3) เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ 4) เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง 5) เพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง ตามลำดับ ในด้านปัจจัยดึงดูด พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ได้แก่ 1) สุขอนามัยและความ

สะอาด รองลงมาคือ 2) ความหลากหลายของกิจกรรม 3) เงื่อนไขการทำวีซ่าพำนักระยะยาว 4) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 5) ความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยจำแนกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ในด้านปัจจัยผลัก พบว่า เมื่อพิจารณาจำแนกในด้านเพศ พบว่านักท่องเที่ยวเพศชายให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจสูงกว่าเพศหญิง โดยให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อความภาคภูมิใจในตนเองมากที่สุด ต่อในด้านรายได้ ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า \$20,000 ให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจมากที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างมากที่สุด และในด้านสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพเป็นหม้าย ให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจสูงที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่มากที่สุด ในด้านปัจจัยถึง พบว่า ประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ระดับความสำคัญของแรงจูงใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกในด้านเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจมากที่สุด โดยให้ความสำคัญของด้านแรงจูงใจด้านค่าครองชีพในประเทศไทยมากที่สุด ในด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า \$20,000 ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญของระดับแรงจูงใจมากที่สุด โดยให้ความสำคัญของแรงจูงใจด้านคุณภาพของสถานที่พักผ่อนมากที่สุด ต่อมาเมื่อพิจารณาในด้านสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพเป็นหม้าย ให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจสูงที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจด้านความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวสูงอายุ, พำนักระยะยาว

**แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
ฝั่งทะเลตะวันออก
(Developing and Promoting Tourism
in The Active Beach Tourism Cluster)**

แสงแข บัญศิริ

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
sangkae@gmail.com

ประเสริฐ โยธินันท์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
9 แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
sertty_ssk@hotmail.com

นิพภรณ์ แสงสว่าง

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
nipaporn.c@mutk.mail.ac.th

ศทาวุฒิ สังขมาศ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
9 แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
khatawut@hotmail.com

วชิรวิทย์ วิชาสวัสดิ์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
9 แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
joincheon1988@gmail.com

สุภาพร วิชัยดิษฐ์

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ammiewi@gmail.com

ABSTRACT

This research was intended 1) to analyze the tourism environment within the active beach tourism cluster at present, 2) to evaluate the potential of the tourism business environment within the active beach tourism cluster, and 3) to provide the guidelines for developing and promoting tourism within the active beach tourism cluster. This research was qualitative conducted the focus group discussion with a total of 30 stakeholders during March-May, 2019. The content analysis and the componential analysis were applied for data analysis. The research result showed that at present, the strength of the active beach tourism cluster is a coastal city with a variety of tourism resources; the weakness is that the basic infrastructure system is not efficient, as well as, the lack of quality tourism personnel; the opportunity is that tourism development projects from the government sector that support tourism; and the obstacles are the inconsistency of local policies and central policies may result in a negative impact on tourist attractions. In addition, the potential of the tourism business environment showed that the overall the tourism business environment, every condition has high potential. Finally, the guidelines for developing and promoting tourism within the active beach tourism cluster should develop to be a creative tourism city, both by land and water; should promote and enhance competitiveness through digital marketing; and should establish linkages both within and outside the tourist cities of the tourism cluster.

KEYWORDS: The Developing and Promoting, Tourism, The Active Beach Tourism Cluster

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกในปัจจุบัน 2) ประเมินศักยภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก และ 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งสิ้น 30 คน ระหว่างเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2562 วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์ส่วนประกอบ ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันเขต

พัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกมีจุดแข็ง คือ เป็นเมืองท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลที่มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว จุดอ่อน คือ ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานไม่มีประสิทธิภาพ ขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โอกาส คือ โครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐที่มีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวและอุปสรรค คือ ความไม่สอดคล้องกันของนโยบายท้องถิ่นกับนโยบายส่วนกลางอาจส่งผลให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อสถานที่ท่องเที่ยว ศักยภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการท่องเที่ยวทุกเงื่อนไขมีศักยภาพสูง และแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ควรพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งทางบกและทางน้ำ ควรส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยการตลาดดิจิทัล และควรสร้างความเชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก

“

WISDOM

for

CHANGE

”

