



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เส้นทางรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี

เจนจิรา ชันงาม

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail. : jenjira.kha@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี ทั้ง 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางประวัติศาสตร์เมือง เส้นทางวิถีชีวิตชาวเมือง และเส้นทางเขื่อนลพลาชาจังหวัดอุดรธานี ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า ด้านความต้องการการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ระดับมาก เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการมากที่สุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ($\bar{X} = 4.41$) มากที่สุดคือนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเลือกใช้บริการรณางที่มีความสะอาดและปลอดภัย ($\bar{X} = 4.97$) รองลงมา ด้านการให้บริการ (Assist) ($\bar{X} = 4.15$) มากที่สุดคือนักท่องเที่ยวมีความต้องการในด้านการให้บริการที่จุดขึ้น-ลง มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.70$) ด้านการบริหารจัดการ (Administration) ($\bar{X} = 4.12$) มากที่สุดคือนักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการบริหารจัดการโดยต้องการให้มีมัคคุเทศก์บรรยายตลอดเส้นทาง ($\bar{X} = 4.90$) และน้อยที่สุดด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ($\bar{X} = 3.66$) มากที่สุดคือนักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะ/ประสบการณ์ ในการนั่งรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี ($\bar{X} = 3.99$)

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รณาง จังหวัดอุดรธานี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

THE TOURISTS' NEEDS IN THE CREATIVE TOURISM BY TRAM ROUTE IN UDON THANI PROVINCE

Jenjira Khanngam

Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social Sciences

Suan Sunandha Rajabhat University

e-mail. : jenjira.kha@gmail.com

Abstract

Research focused at The purpose of this researched was to study on the tourists' need in the creative tourism by tram route in Udon Thani province. The sample was Thai tourists who used the tram route of sightseeing around Udon Thani town. The tram routes combine with 3 routes: there are Historical City Lines, Urban lifestyle Line, and Central Plaza Udon Thani Line. There were 400 people who were selected as Quota Sampling. The tool that was used in this quantitative research was questionnaires and the data was analyzed by statistical package for calculating includes: percent and mean.

The results revealed that the needs of creative tourism tourists who used tram routes, attractions and sightseers around town. It found that the tourists demand use highest demand level When studying each component and found that tourists need most is the (Attractive of place) ($\bar{X} = 4.41$), most tourists prefer to use the tram service clean and airy. ($\bar{X} = 4.97$) (Assist) ($\bar{X} = 4.15$), most tourists require to (areas of service.) Be held as sufficient amenities such as parking, (area of service) ($\bar{X} = 4.70$), management (Administration) ($\bar{X} = 4.12$), most tourists prefer to have guide describe about places and attraction around the way. (Administrative) there are guides and lectures along the way ($\bar{X} = 4.90$) and the least was the travel (Activities) ($\bar{X} = 3.66$), most of tourists understand that this type of activities provide knowledge, skills experience ($\bar{X} = 3.99$).

Keywords : Creative Tourism, Tram Route, Udon Thani



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทยซึ่งสามารถยืนยันได้จากตัวเลขของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาถึง 24.64 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 1.15 ล้านล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี จำนวนถึง 138 ล้านคน ที่สร้างรายได้ 705,500 ล้านบาท ในปี 2557 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อประเทศการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ เป็นผลให้เกิดการลงทุนสร้างรายได้ให้ประเทศมากขึ้นก่อให้เกิดการกระจายงานกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศชาติ ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพัฒนาสังคมของประเทศไทยได้ (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2558)

ประเทศไทยนั้นมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมายและหลากหลายทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี อีกทั้งความมีไมตรีจิตของคนไทยที่เป็นที่รับรู้โดยทั่วกันจนได้สมญานามว่า “THE LAND OF SMILES” สยามเมืองยิ้ม จึงเป็นแรงดึงดูดการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก เมืองไทยจึงกลายเป็นจุดท่องเที่ยวที่มีตัวสินค้าหลักๆ ในจำนวนองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถแตกเป็นประเภทกิจกรรมของการท่องเที่ยวได้ถึง 8 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวทางเรือ และการท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่เป็นตัวสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากความสุขสนานเพลิดเพลินกับการท่องเที่ยวจึงเป็นการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ซึ่งผลักดันให้นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั่นเอง (อมรรัตน์ วงศ์เป็น, 2556)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นออกสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตัวอย่างกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเรียนภาษาท้องถิ่น การทอผ้า การวาดภาพวาด เป็นต้น ซึ่งมุ่งเน้นการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวหากนำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาปรับใช้กับพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวจะสามารถพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริงโดยเฉพาะกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับการขยายตัวอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ (ภิญโญ แก้วสง่า, 2555)

ปี พ.ศ. 2557 จังหวัดอุดรธานีร่วมกับมูลนิธิยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา (เสนีย์ จิตเกษม) ได้จัดทำโครงการรณรงชมเมืองอุดรธานีเพื่อเฉลิมฉลองครบรอบการก่อตั้งจังหวัดอุดรธานีปีที่ 121 เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองอุดรธานีทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และระบบนิเวศรอบเมืองอุดรธานี โดยการท่องเที่ยวรณรงในจังหวัดอุดรธานีได้แนวคิดมาจากจังหวัดสุโขทัย เพื่อสร้างการรับรู้เอกลักษณ์ของเมืองให้แก่นักท่องเที่ยว ประชาชน นักเรียน นักศึกษา โดยมีทั้งหมด 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางประวัติศาสตร์เมือง ระยะทาง 6 กิโลเมตร เริ่มต้นจากศาลหลักเมืองและมีจุดจอดเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดโพธิสมภรณ์ เส้นทางที่ 2 เส้นทางวิถีชีวิตชาวเมือง ระยะทาง 8 กิโลเมตร เริ่มต้นจากศาลหลักเมืองและมีจุดจอดเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยว คือ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน และเส้นทางที่ 3 เส้นเซ็นทรัลพลาซาจังหวัดอุดรธานี ระยะทาง 8 กิโลเมตร เริ่มต้นจากศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาจังหวัดอุดรธานีและมีจุดจอดเพื่อชมแหล่ง คือ เปิดสันติภาพหนองประจักษ์ (แผนผังบรรณารักษ์อุดรธานี, 2557)

ในปี พ.ศ. 2560 สถิติจำนวนผู้มาใช้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีมีจำนวนผู้มาขอข้อมูลทั้งหมด 399 คน และมีจำนวนผู้ใช้บริการรถรางชมเมืองทั้งหมด 7,470 คน รวมทั้งหมด 7,769 คน (ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี, 2557)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ทั้ง 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางประวัติศาสตร์เมือง เส้นทางชีวิตชาวเมือง และเส้นทางเซ็นทรัลพลาซาจังหวัดอุดรธานี เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการดำเนินงานการให้บริการรถรางนำชมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่าผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานีเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนขึ้น และสามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการดำเนินวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ทั้ง 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางประวัติศาสตร์เมือง เส้นทางชีวิตชาวเมือง และเส้นทางเซ็นทรัลพลาซาจังหวัดอุดรธานี ซึ่งผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจากสถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการรถรางนำชม จังหวัดอุดรธานี จากสถิติปี พ.ศ. 2560 จำนวน 7,470 คน สามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรตามหลักการคำนวณสูตร Taro Yamane, 1976 ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยใช้แบบสอบถามแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administer Questionnaire) หลังจากทีนักท่องเที่ยวใช้บริการรถรางเสร็จสิ้นแล้วและรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน โดยทำการเก็บข้อมูลวันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยเก็บเป็นช่วงเวลาคือ ช่วงเช้า (9.30-11.30 น.) และช่วงบ่าย (13.30-15.30 น.) โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเองจากของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ดังนี้

แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การให้บริการ (Assist) การบริหารจัดการ (Administration) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ทั้งหมด 5 ระดับคือ

5 หมายถึง ความต้องการระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ความต้องการระดับมาก

3 หมายถึง ความต้องการระดับปานกลาง

2 หมายถึง ความต้องการระดับน้อย

1 หมายถึง ความต้องการระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรณางนำชมจังหวัดอุดรธานีของผู้ที่ตอบแบบสอบถามใช้แบบอันตรภาคชั้น กำหนดเป็นช่วงคะแนน 5 ระดับได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความต้องการมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความต้องการน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความต้องการน้อยที่สุด

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรณางนำชมจังหวัดอุดรธานี

พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการ อยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ การให้บริการ (Assist) ($\bar{X} = 4.15$) ด้านการบริหารจัดการ (Administration) ($\bar{X} = 4.12$) และน้อยที่สุดก็คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อแจกแจงความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเลือกใช้บริการรถรางที่มีความสะอาดและปลอดภัยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.97$) รองลงมาคือ รถรางที่มีการจัดที่นั่งสะดวกสบาย ไม่แออัด ($\bar{X} = 4.84$) รถรางที่มีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.19$) รถรางที่มีสภาพสวยงาม ทันสมัย ($\bar{X} = 4.06$) และน้อยที่สุดคือ รถรางที่มีความหลากหลายเส้นทาง ($\bar{X} = 4.01$)

ด้านการให้บริการ (Assist) นักท่องเที่ยวมีความต้องการในด้านการให้บริการที่จุดขึ้น-ลง มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมาคือ ผู้ให้บริการรถรางมีการให้บริการที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.23$) ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ($\bar{X} = 4.11$) ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว ไม่เลือกปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.09$) และน้อยที่สุดคือ มีจำนวนรอบให้บริการที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.62$)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ด้านการบริการจัดการ (Administration) นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการบริหารจัดการโดยต้องการให้มีมัคคุเทศก์บรรยายตลอดเส้นทางมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$) รองลงมาคือ ระยะเวลาในการจัดเส้นทางนำชมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.21$) มีการจัดจุดจอด เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.17$) มีเจ้าหน้าที่แนะนำข้อมูลให้บริการชัดเจน ($\bar{X} = 3.99$) และน้อยที่สุดคือ มีจุดการติดต่อสอบถามให้บริการหลายจุด ($\bar{X} = 3.35$)

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะ/ประสบการณ์ ในการนั่งรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานีมากที่สุด ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ($\bar{X} = 3.93$) นักท่องเที่ยวสามารถรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยวในจุดจอดรถราง ($\bar{X} = 3.84$) นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการนำชมมีการโต้ตอบซักถามข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ($\bar{X} = 3.44$) และน้อยที่สุดคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.09$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความต้องการในการเลือกใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี

ระดับความต้องการในการเลือกใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี	$\bar{X}$	ร้อยละ	ระดับความต้องการ
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)			
1.1 รถรางมีสภาพสวยงาม ทันสมัย	4.06	81.20	มาก
1.2 รถรางมีการจัดที่นั่งสะดวกสบาย ไม่แออัด	4.84	96.70	มากที่สุด
1.3 รถรางที่ให้บริการมีความปลอดภัย	4.19	83.75	มาก
1.4 รถรางให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย	4.97	99.45	มากที่สุด
1.5 รถรางที่ให้บริการมีความหลากหลายเส้นทาง	4.01	80.15	มาก
รวม	4.41	88.25	มากที่สุด
2. การให้บริการ (Assist)			
2.1 ผู้ให้บริการนำชมรถรางพูดจาสุภาพ อธิบายดี	4.11	82.10	มาก
2.2 ผู้ให้บริการรถรางมีการให้บริการเหมาะสม	4.23	84.65	มากที่สุด
2.3 จุดขึ้น-ลง การให้บริการ มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างพอเพียง เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น	4.70	93.90	มากที่สุด
2.4 มีจำนวนรอบให้บริการเหมาะสม	3.62	72.40	มาก
2.5 ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว ไม่เลือกปฏิบัติ	4.09	81.80	มาก
รวม	4.15	82.97	มาก
3. การบริหารจัดการ (Administration)			
3.1 มีเจ้าหน้าที่แนะนำข้อมูลให้บริการชัดเจน	3.99	79.70	มาก
3.2 มีการจัดจุดจอด เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวได้เหมาะสม	4.17	83.30	มาก
3.3 มีจุดการติดต่อ สอบถามให้บริการหลายจุด	3.35	67.05	ปานกลาง
3.4 มีมัคคุเทศก์ บรรยายตลอดเส้นทาง	4.90	97.95	มากที่สุด
3.5 ระยะเวลาในการจัดเส้นทางนำชมมีความเหมาะสม	4.21	84.10	มากที่สุด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ระดับความต้องการในการเลือกใช้บริการรถรางนำชมจังหวัด อุดรธานี	$\bar{X}$	ร้อยละ	ระดับ ความต้องการ
รวม	4.12	82.42	มาก
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)			
4.1 นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการนำชมมีการโต้ตอบ ซักถาม ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี	3.44	68.80	มาก
4.2 นักท่องเที่ยวสามารถรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดย เจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยวในจุดจอดรถราง	3.84	76.85	มาก
4.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม ระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	3.09	61.75	ปานกลาง
4.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความ ตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี	3.93	78.60	มาก
4.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะ / ประสบการณ์ ในการนั่งรถรางนำชมจังหวัด อุดรธานี	3.99	79.80	มาก
รวม	3.66	73.16	มาก
รวมเฉลี่ย	4.09	81.70	มาก

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี โดยผลการอภิปรายของการศึกษา มีดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเดินทางมาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) พบว่า

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การให้บริการรถรางที่มีความสะอาดและปลอดภัย มีการจัดที่นั่ง สะดวกสบายไม่อึด ความสวยงามทันสมัย และมีการให้บริการหลากหลายเส้นทาง สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย ซึ่งมีความสอดคล้องกับเมเลดา ธนินันท์ (2560) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ้านบางเขน มีสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมากในด้านความน่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ของสถานที่ความสวยงามของภูมิทัศน์ รูปปั้นและอาหารมีความหลากหลาย และกิจกรรมที่มีให้เลือกทำหรือเข้าร่วมมีมากมายทำให้นักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว

ด้านการให้บริการ (Assist) เปิดให้บริการทุกวันวัน ละ 2 รอบ ตั้ง ตั้งแต่เวลา 09.30-15.30 น. ใช้เวลาในการให้บริการ 1 ชั่วโมงต่อรอบ และมีคณะบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเส้นทางสร้างความเพลิดเพลินใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิชาน จินาภักดิ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี กล่าวว่า



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สถานที่บริการการเข้าถึงบริการได้ สะดวกเมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการทำเลที่ตั้ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการความเอาใจใส่ขององค์กรบริการในการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยวด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการในการมาใช้สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อคำนึงถึงคุณภาพของการบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านการบริหารจัดการ (Administration) มีวัตถุประสงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง มีการจัดจุดจอด เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวได้เหมาะสม เจ้าหน้าที่แนะนำข้อมูลให้บริการชัดเจน มีจุดการติดต่อ สอบถามให้บริการหลายจุด และมีระยะเวลาในการจัดเส้นทางนำชมมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับศุภธิดา ก้อนศิลา (2555) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาสามพันโบก ตำบลเหล่างาม อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า การบูรณาการและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดสรรพื้นที่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวสามพันโบก รวมถึงการตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยผ่านสื่อต่างๆ การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสามพันโบก ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และควบคุมการจัดกิจกรรมให้มีความเหมาะสม

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) กิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ในการนั่งรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี และกิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งสอดคล้องกับกชกร ศรีทวงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา กล่าวว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมโดยใช้อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนเป็นฐานการออกแบบกิจกรรม จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้าน ตำบลอำเภอ และพื้นที่ใกล้เคียงโดยเน้นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรม เพื่อสร้างประสบการณ์จากการลงมือปฏิบัติจริงกับเจ้าของภูมิปัญญา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตั๋วในหลายรูปแบบเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น Travel Agent เป็นต้น
2. ควรมีการนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างจุดขายให้แก่องค์กรและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การชงชา (ศาลเจ้าปู่ย่า) เป็นต้น
3. ควรมีการเพิ่มจุดจอดในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเข้าชมและศึกษาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ของจังหวัดอุดรธานี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลในการปรับปรุงและการพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถรางนำชมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการให้บริการรถรางและสอดคล้องความต้องการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเมืองอุดรธานีที่เชื่อมโยงกับสินค้าโอท็อปจำหน่ายของที่ระลึกสินค้า การเกษตร สินค้าท้องถิ่นที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในเทศบาลนครอุดรธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองอุดรธานีและเพิ่มศักยภาพในลักษณะสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาการช่วยเหลือแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจาก อาจารย์อิสริยา ตียะพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาถ่ายทอดความรู้แนวคิดวิธีการคำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณ คุณเสนีย์ จิตตเกษม ประธานมูลนิธิยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา (ศูนย์บริการรถรางจังหวัดอุดรธานี) มักคุเทศก์การให้บริการรถราง เจ้าหน้าที่ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนเพื่อนๆ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่คอยให้ความช่วยเหลือจนทำให้การวิจัยสำเร็จลงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กชกร ศรีทะวงษ์. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา. คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ภัสสมณี แก้วสง่า. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. 1, มิถุนายน 2555, (93-111).
- แผ่นพับรถรางอุดรธานี. (2557). เส้นทางรถรางจังหวัดอุดรธานี.
- เมตตา ธนิตนนท์. (2560). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน. ศิลปะศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิธาน จินาภักดิ์. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภจิตา ก้อนศิลา. (2555). ผลกระทบจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาสามพันโบก ตำบลเหล่างาม อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี. (2557). สถิติผู้มาใช้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี
ปี พ.ศ. 2560-2561.

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2558). เข้มทิศท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2561,
จาก <https://goo.gl/Atmm8E>

อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2556). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของ
นักท่องเที่ยวชาวยุโรป. วารสาร : RMUTT Global Business and Economics Review
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 4(2), 39-57.

Yamane, T. (1976). **Statistic: An Introduction Analysis**. 2nd edition. New York : Harper and
Row.