



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี

สุธาริณี บุญปัญญา

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
e-mail : sutarinee.bo@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ทั้ง 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางประวัติศาสตร์เมือง เส้นวิถีชีวิตชาวเมือง และเส้นเส้นทางลพลาชาจังหวัดอุดรธานี ซึ่งใช้การคำนวณสูตรของ Taro Yamane มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 21-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท มีสถานภาพโสด โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี มาจากกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่เคยใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี รับรู้การท่องเที่ยวรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานีจากเพื่อน มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาจังหวัดอุดรธานีเพื่อท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนใหญ่มากับเพื่อนโดยนั่งรถแท็กซี่หรือรถโดยสารสาธารณะ ด้านความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มากที่สุด ($\bar{X}=4.41$)

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความต้องการ, การท่องเที่ยวสร้างสรรค์



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

THE BEHAVIOR AND REQUIREMENT OF TOURISTS FROM THAILAND IN THE CREATIVE TOURISM BY TRAM ROUTE UDON THANI PROVINCE

Sutarinee Boonpanya

Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Suan Sunandha Rajabhat University
e-mail : sutarinee.bo@gmail.com

Abstract

This research aims to study the behavior and requirements of Thai tourists in the creative tourism who have traveled with tram routes service in Udon Thani province, Thailand. The sample is Thai tourist who used the tram route for travel around Udon Thani province that there are three routes includes: historic city lines, urban lifestyle and Central Plaza Udon Thani. There were 400 people who were selected in Quota sampling. The tool that was used in this quantitative research is questionnaire and the data was analyzed by statistical package for calculating includes: percent, mean and standard deviation.

The results revealed that most of the tourists are unmarried female who are in between 21-30 that conform to their undergraduate level and their revenue is around 5,000 – 10,000 baht, at the same time most of the tourists come from Bangkok. The tourist behavior revealed that most of them have never use tram route service before. So, they get the information from their friends and their greatest travelling purpose is to sightseeing around the town. The demand of creative tourism which is used tram-trains transportation run through the town, the score is in high level ($\bar{X}=4.09$). The highest score is the tourist's attraction ($\bar{X}=4.41$)

Keyword : Tourist Behavior, Needs, Creative Tourism



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบัน ถือว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถสร้างเงินตราต่างประเทศมากกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปี ซึ่งเป็นรายได้ที่มีมูลค่าสูงมาก เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรม สิ่งทอและสินค้าเกษตร โดยที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่างๆ ในเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในประเทศ อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในด้านเทคโนโลยี ด้านคมนาคมและด้านโทรคมนาคมซึ่งรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อรองรับ AEC ใน ปีพ.ศ. 2558 นับเป็นประเด็นที่สำคัญเนื่องจากกลุ่มประเทศอาเซียนประกอบด้วย 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศบรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ลาว เวียดนาม และประเทศไทย ล้วนเป็น กลุ่มประเทศที่มีที่ตั้งในบริเวณที่เกิดการขยายตัวจากการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง โดยเฉพาะประเทศไทย เป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามากที่สุด รองลงมาคือ สิงคโปร์และอินโดนีเซีย (กรุงเทพธุรกิจ ออนไลน์, 2555)

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยว ที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนเกิดความยั่งยืน โดยจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชนนอกจากนั้น ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน จึงเป็นผลทำให้องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สร้างนโยบายพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยสร้างความเชื่อมั่นในแนวคิดการท่องเที่ยวคุณภาพแบบ Co – Creation เพื่อสร้างความยั่งยืนในภาคการท่องเที่ยว โดยสร้างความตระหนักและใส่ใจแนวคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่าแนวคิดการบริโภคนิยมและหันมานึกถึงการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความสุขของผู้คน สังคม วัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมโดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้เสนอแนวทางเพื่อการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและความยั่งยืนอย่างแท้จริง (Unesco, 2012)

ปี พ.ศ. 2557 จังหวัดอุดรธานีร่วมกับมูลนิธิยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา (เสนีย์ จิตเกษม) ได้จัดทำโครงการรณรงชมเมืองอุดรธานีเพื่อเฉลิมฉลองครบรอบการก่อตั้งจังหวัดอุดรธานีปีที่ 121 เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองอุดรธานีให้นักท่องเที่ยว ได้เข้าใจและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และระบบนิเวศรอบเมืองอุดรธานี โดยการท่องเที่ยวรณรงชมในจังหวัดอุดรธานีได้แนวคิดมาจากจังหวัดสุโขทัย เพื่อสร้างการรับรู้เอกลักษณ์ของเมืองให้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชน นักเรียน นักศึกษา โดยมีทั้งหมด 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางประวัติศาสตร์เมือง ระยะทาง 6 กิโลเมตร เริ่มต้นจากศาลหลักเมืองและมีจุดจอดเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดโพธิสมภรณ์ เส้นทางที่ 2 เส้นทางวิถีชีวิตชาวเมือง ระยะทาง 8 กิโลเมตร เริ่มต้นจากศาลหลักเมืองและมีจุดจอดเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยว คือ ศูนย์



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วัฒนธรรมไทย-จีน และเส้นทางที่ 3 เส้นเซ็นทรัลพลาซาจังหวัดอุดรธานี ระยะทาง 8 กิโลเมตร เริ่มต้นจากศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาจังหวัดอุดรธานีและมีจุดจอดเพื่อชมแหล่ง คือ เปิดสันติภาพหนองประจักษ์ซึ่งเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและเป็นสถานที่ออกกำลังกายของประชาชนทั่วไป (มูลนิธิยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาสมัย จิตตเกษม แผ่นพับรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานี, 2557)

ซึ่งมีสถิติจำนวนผู้ที่ใช้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ปี พ.ศ. 2560-2561 ในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนผู้มาขอข้อมูลทั้งหมด 399 คน และมีจำนวนผู้ใช้บริการรณรงชมเมืองทั้งหมด 7,470 คน รวมทั้ง 7,769 คน (ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี, 2561)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานีทั้ง 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางประวัติศาสตร์เมือง เส้นวิถีชีวิตชาวเมือง และเส้นทางเซ็นทรัลพลาซาจังหวัดอุดรธานี เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารณรงนำชมจังหวัดอุดรธานีให้เกิดความสร้างสรรค์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทาง เพื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี รวมถึงศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีนมูลนิธิศาลเจ้าปู่ย่าสามารถนำข้อมูลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่าผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานีเข้าใจถึงพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนขึ้น และสามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ต้องการมองดูแต่ต้องการลงมือทำ โดยที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความต้องการการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานี ผู้ศึกษาได้เรื่องใช้วิธีการดำเนิน วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานี โดยผู้วิจัยทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ที่ใช้บริการ จึงใช้หลักการคำนวณสูตรของ Taro Yamane, 1976 ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 และเนื่องจากมีจำนวนผู้ใช้บริการรณรงชมเมืองทั้งหมด 7,470 จึงได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรณรงนำชมจังหวัดอุดรธานี ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administer Questionnaire) หลังจากนั้นนักท่องเที่ยวใช้บริการรณรงเสร็จสิ้นแล้วและรอรับแบบสอบถาม



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่าง ตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือน มีนาคม ถึงเดือนเมษายน โดยทำการเก็บข้อมูลวันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยเก็บเป็นช่วงเวลาคือ ช่วงเช้า (9.30-11.30 น.) และช่วงบ่าย (13.30-15.30 น.) โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง

2. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งได้ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อจำแนกประเภท ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา คำนวณหาค่าความถี่และร้อยละ โดยลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Check List) หรือที่เรียกว่าเป็นคำถามในลักษณะปลายปิด (Close-ended Question)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมความพึงพอใจและแนวทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรกรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ช่องทางที่ท่านรับรู้ในการท่องเที่ยว รกรางนำชมจังหวัดอุดรธานี จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดอุดรธานี ประสบการณ์ในการนั่งรกรางนำชมเพื่อการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือไม่ และกิจกรรมที่ต้องการทำมากที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เส้นทางรกรางนำชมจังหวัดอุดรธานี คำนวณหาค่าความถี่ และร้อยละโดยลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Check List) หรือที่เรียกว่าเป็นคำถามในลักษณะปลายปิด (Close-ended Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรกรางนำชมจังหวัดอุดรธานีอุดรธานี ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การให้บริการ (Ancillary) การบริหารจัดการ (Administration) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ทั้งหมด 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความต้องการมาก
- 3 หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความต้องการน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความต้องการน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรกรางนำชมจังหวัดอุดรธานีอุดรธานีของผู้ที่ตอบแบบสอบถามใช้แบบ อันตรภาคชั้น 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

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย นำเสนอข้อมูลพรรณาประกอบตาราง



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี

พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 68.25 อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 49.50 ซึ่งการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.00 มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 44.50 รายได้อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 45.00 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 60.50 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้อยู่ในภูมิภาคอีสานจังหวัดอุดรธานี ร้อยละ 68.25 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	127	31.75
2. หญิง	273	68.25
รวม	400	100.00
อายุ		
1. น้อยกว่า 20	43	10.75
2. 21-30	198	49.50
3. 31-40	127	31.75
4. 41-50	19	4.75
5. มากกว่า 50 ขึ้นไป	13	3.25
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
1. โสด	242	60.50
2. สมรส	140	35.00
3. แยกกันอยู่	18	4.50
4. หย่าร้าง	0	0
5. หม้าย	0	0
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	244	61.00
2. ปริญญาตรี	149	61.00
3. ปริญญาโท	7	1.75
4. ปริญญาเอก	0	0
รวม	400	100.00



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562
ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
1. นักเรียน / นักศึกษา	178	44.50
2. รับจ้าง / พนักงานในสังกัดงานเอกสาร	42	10.50
3. รับราชการ / พนักงานในสังกัดราชการ	94	23.75
4. แม่บ้าน	6	1.25
5. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	44	11.25
6. เกษตรกร	17	3.75
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	19	5.00
รวม	400	100.00
รายได้		
1. น้อยกว่า 5,000 บาท	78	19.50
2. 5,001 – 10,000 บาท	181	45.00
3. 10,001 – 15,000 บาท	99	25.00
4. 15,001 – 20,000 บาท	29	7.50
5. 20,001 – 25,000 บาท	9	2.00
6. มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	4	1.00
รวม	400	100.00
ท่านเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัด		
1. กรุงเทพมหานคร	273	68.25
2. ชลบุรี	16	4.00
3. หนองคาย	44	11.00
4. ขอนแก่น	4	1.00
5. อุตรธานี	63	15.75
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....	0	0
รวม	400	100.00

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่เคยใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ร้อยละ 95.25 โดยนักท่องเที่ยวรับรู้การท่องเที่ยวรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานีจากเพื่อน ร้อยละ 72.25 ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาจังหวัดอุดรธานีเพื่อท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 52.50 นอกจากนั้นแล้วยังเดินทางมา เพื่อซื้อสินค้า ประชุมสัมมนา เยี่ยมญาติ และทำธุรกิจ ร้อยละ 47.50 โดยเดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 53.75 ซึ่งส่วนมากจะใช้รถแท็กซี่หรือรถโดยสารสาธารณะในการเดินทางมาใช้บริการรถรางชมจังหวัดอุดรธานี ร้อยละ 34.25 และกิจกรรมที่ต้องการทำมากที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี คือ ศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจังหวัดอุดรธานี โดยวิทยากร ร้อยละ 67.25 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาชั้นมัธยมศึกษาและสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่องทางที่ท่านรับรู้ในการท่องเที่ยวจังหวัอุดรธานี		
1. บริษัทนำเที่ยว	11	2.75
2. ครอบครัว	11	2.75
3. สถานที่ทำงาน / โรงเรียน / มหาวิทยาลัย	89	22.25
4. เพื่อน	289	72.25
รวม	400	100.00
จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาจังหวัดอุดรธานี		
1. ซื้อสินค้า	72	18.00
2. ท่องเที่ยว	210	52.50
3. ประชุม / สัมมนา	38	9.50
4. การทำธุรกิจ	13	3.25
5. เยี่ยมญาติ	67	16.75
รวม	400	100.00
ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1. ท่องเที่ยวคนเดียว	74	20.00
2. มากับครอบครัว	86	21.25
3. มากับเพื่อน	214	53.75
4. มากับบริษัทนำเที่ยว	26	5.00
รวม	400	100.00
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี		
1. มอเตอร์ไซด์	76	19.00
2. รถตู้ / รถบัส	124	31.00
3. รถยนต์	63	15.75
4. แท็กซี่ / รถโดยสารสาธารณะ	137	34.25
รวม	400	100.00
ท่านเคยนั่งรถรางนำชมเพื่อการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆหรือไม่		
1. ไม่เคย	381	95.25
2. เคย (โปรดระบุ).....	19	4.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิจกรรมที่ต้องการทำมากที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทาง		
รถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี		
1. ทำบุญไหว้พระ	17	4.25
2. ขอพรจากสถานที่ศักดิ์สิทธิ์	13	3.25
3. ท่องเที่ยววัฒนธรรม พูดคุยกับคนท้องถิ่น	101	25.25
4. ศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจังหวัดอุดรธานี โดยวิทยากร	269	67.25
จากรถราง		
รวม	400	100.00

ด้านความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี พบว่า

นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มากที่สุด ($\bar{X}=4.41$) รองลงมาคือ การให้บริการ (Ancillary) ($\bar{X}=4.15$) 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 ($\bar{X}=4.84$) และน้อยที่สุดคือ รถรางที่มีความหลากหลายเส้นทาง ($\bar{X}=4.01$)

ด้านการให้บริการ (Assist) นักท่องเที่ยวมีความต้องการในด้านการให้บริการที่จุดขึ้น-ลง มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ มากที่สุด ($\bar{X}=4.70$) รองลงมาคือ ผู้ให้บริการรถรางมีการให้บริการที่เหมาะสม ($\bar{X}=4.23$) และน้อยที่สุดคือ มีจำนวนรอบให้บริการที่เหมาะสม ($\bar{X}=3.62$)

ด้านการบริหารจัดการ (Administration) นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการบริหารจัดการโดยต้องการให้มีมีคฤศเทศก์บรรยายตลอดเส้นทางมากที่สุด ($\bar{X}=4.90$) รองลงมาคือ ระยะเวลาในการจัดเส้นทางนำชมมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.21$) และน้อยที่สุดคือ มีจุดการติดต่อ สอบถามให้บริการหลายจุด ($\bar{X}=3.35$)

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะ/ประสบการณ์ ในการนั่งรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานีมากที่สุด ($\bar{X}=3.99$) รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ($\bar{X}=3.93$) และน้อยที่สุดคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.09$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความต้องการในการเลือกใช้บริการรถรางนำชมจังหวัดอุดรธานี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ระดับความต้องการในการเลือกใช้บริการรถรางนำชมจังหวัด อุดรธานี	\bar{X}	ร้อยละ	ระดับ ความต้องการ
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 (Ancillary)			
2.1 ผู้ให้บริการนำชมรถรางพูดจาสุภาพ อธิบายดี	4.11	82.10	มาก
2.2 ผู้ให้บริการรถรางมีการให้บริการเหมาะสม	4.23	84.65	มากที่สุด
2.3 จุดขึ้น-ลง การให้บริการ มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างพอเพียง 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
รวม	4.12	82.42	มาก
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)			
4.1 นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการนำชมมีการโต้ตอบ ชักถาม ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี	3.44	68.80	มาก
4.2 นักท่องเที่ยวสามารถรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดย เจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยวในจุดจอดรถราง	3.84	76.85	มาก
4.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่าง นักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	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



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรอรางนำชมจังหวัดอุดรธานี พบว่า

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการรอรางนำชมจังหวัดอุดรธานีจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวและศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่และแลกเปลี่ยนความรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณีของชาวจังหวัดอุดรธานี โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชาติ บุญยะศิรินันท์ (2557) ซึ่งมีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการเข้าใจอย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริงการจดจำและประทับใจ

ด้านความต้องการในการเลือกใช้บริการรอรางนำชมจังหวัดอุดรธานีของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเดินทางมาใช้บริการรอรางนำชมจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) โดยด้านการบริหารจัดการ ได้รับความต้องการจากนักท่องเที่ยวสูงสุด อาจกล่าวได้ว่า รอราง ได้กลายเป็นหนึ่งในทางเลือกของการนำเที่ยว และจังหวัดอุดรธานีได้ร่วมกับมูลนิธิยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา (เสนีย์ จิตเกษม) ได้จัดทำโครงการรอรางชมเมืองอุดรธานี เพื่อเฉลิมฉลองครบรอบการก่อตั้งจังหวัดอุดรธานีปีที่ 121 เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองอุดรธานีทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และระบบนิเวศรอบเมือง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทินกฤต รุ่งเมือง (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามโครงสร้างเพื่อความสมดุลตามหลักธรรมาภิบาลทำให้สมาชิกทราบถึงแนวทางการกระจายรายได้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องมีการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เส้นทางรอรางนำชมจังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีข้อเสนอแนะในการวิจัย ได้แก่

1. เนื่องจากบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความทรุดโทรมและไม่มีการพัฒนา จึงควรมีการดูแลเอาใจใส่สภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2. ในปัจจุบัน จังหวัดอุดรธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงควรทำการส่งเสริมการตลาดในหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการรอรางในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น เช่น การโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย การทำป้ายโฆษณาติดที่ข้างรถโดยสารสาธารณะ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการรอรางนำชมจังหวัดอุดรธานีเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการรอรางนำชมจังหวัดอุดรธานี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2555). **สถิติและฐานข้อมูล**. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **ส่งเสริมและสร้างสรรค์กิจกรรม**. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2561 จาก <https://goo.gl/4f6LdP>
- ทินกฤต รุ่งเมือง. (2558). **ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเครือข่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มูลนิธิยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา เสนีย์ จิตตเกษม. (2557). **เส้นทางรรางนำชมจังหวัดอุดรธานี. แผ่นพับรรรางอุดรธานี** สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2561
- ลักษณะาวดี บุญยะศิรินันท์. (2557). **ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน ในประเทศไทย**. ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี. (2561). **สถิติผู้มาใช้บริการศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ปี พ.ศ. 2560-2561**.
- Unesco. (2012). **Creative Tourism Development**. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration in Tourism Management. Prince of Songkla University
- Yamane, Taro. 1976. **Statistic: An Introduction Analysis**. 2nd edition. New York: Harper and Row.