



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น
จังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
Burmese Tourists and Migrant Workers as Drivers
of Local Economy in Phetchabun Province
through Cultural Tourism

ปาริชาติ ยศปาน
สพลเชษฐ์ ประชุมชัย
จีรนนท์ ขวาลสันตติ
Myint Zu Khaing
สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ปี 2568

รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น
จังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Burmese Tourists and Migrant Workers as Drivers
of Local Economy in Phetchabun Province
through Cultural Tourism

ปาริชาติ ยศปาน

สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

สพลเชษฐ์ ประชุมชัย

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

จิรนนท์ ขวาลสันตติ

สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Myint Zu Khaing

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ทุนอุดหนุนประเภททุนวิจัยสถาบัน งบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย

ประจำปีงบประมาณ 2568

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ชื่อโครงการวิจัย	นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น จังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวปาริชาติ ยศปาน นายสพลเชษฐ์ ประชุมชัย นางจิรนนท์ ขวาลสันสติ Miss Myint Zu Khaing
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ โพนแก้ว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญญา ศรีเรืองฤทธิ์ อาจารย์ ดร.ธีรภัทร ดีเอม
หน่วยงาน	สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ปีที่พิมพ์	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของชาวพม่าต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ประเมินความพึงพอใจและผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และ 4) เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างชาวพม่าจำนวน 227 คน ด้วยแบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, One-way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นแรงงานเพศหญิง อายุ 20-30 ปี มีแรงจูงใจหลักเพื่อการพักผ่อนและการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา โดยกิจกรรมที่สนใจมากที่สุดคือการเยี่ยมชมวัดและการทำบุญสวดมนต์ ระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.27$) แต่ความพึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.08$) โดยมีปัญหาหลักด้านความไม่สะดวกในการเดินทางและการสื่อสาร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มพึงพอใจลดลง ($r = -.384$) ในขณะที่ผู้มีรายได้สูงมีความพึงพอใจมากกว่า ด้านผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่าช่วยสร้างงานในภาคบริการและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ

(ข)

ควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวศรัทธานำทาง จัดระบบขนส่งสาธารณะเชื่อมโยงศาสนสถาน และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาพม่าเพื่อยกระดับการให้บริการ

คำสำคัญ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, แรงงานพม่า, เศรษฐกิจท้องถิ่น, การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา, จังหวัดเพชรบูรณ์

Title	Burmese Tourists and Migrant Workers as Drivers of Local Economy in Phetchabun Province through Cultural Tourism
Author	Miss Parichart Yotpan Mr. Sapolachet Prachumchai Ms. Cheeranan Chawalsantati Miss Myint Zu Khaing
Advisors	Assoc. Prof. Dr. Chukiat Ponkaew Asst. Prof. Dr. Anchana Sriraungrith Dr. Teerapattara Dee-aim
Department	Office of the President Phetchabun Rajabhat University
Year of Publication	2025

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the behavior and motivation of Burmese nationals regarding cultural tourism, 2) assess satisfaction and socio-economic impacts, 3) compare personal factors affecting satisfaction, and 4) propose development guidelines for tourism in Phetchabun Province. This study utilized a mixed-methods approach. Quantitative data were collected from 227 Burmese nationals via questionnaires, while qualitative data were obtained through in-depth interviews with 20 key informants. Data analysis employed descriptive statistics and inferential statistics, including t-test, One-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The findings revealed that the majority of the sample were female laborers aged 20–30 years. Their primary motivations were relaxation and participation in religious rituals, with the most interested activities being temple visits and "Mutelu" (spiritual) worship. Satisfaction with tourism activities was at the highest level ($\bar{x}=4.27$), whereas

satisfaction with services was at a moderate level ($\bar{x}=3.08$), with primary issues being transportation inconvenience and communication barriers. Hypothesis testing indicated that gender, education level, and income significantly affected satisfaction at the .05 level. Specifically, individuals with higher education tended to have lower satisfaction ($r = -.384$), while those with higher income reported greater satisfaction. regarding socio-economic impacts, tourism was found to create jobs in the service sector and foster positive community relations. Recommendations include developing faith-based tourism routes, establishing public transport connecting religious sites, and providing Burmese language media to enhance service quality.

Keywords: Cultural Tourism, Burmese Migrant Workers, Local Economy, Faith-based Tourism, Phetchabun Province

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สามารถดำเนินการได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความเมตตาและความกรุณาจากผู้มีพระคุณทุกท่าน ซึ่งได้ให้การสนับสนุน คำแนะนำ และข้อเสนอแนะอันทรงคุณค่า ทั้งในด้านวิชาการและการปฏิบัติงานจริง ตลอดระยะเวลาที่ดำเนินโครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงต่อ

รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ โพนแก้ว ที่ปรึกษาด้านตัวเลขและสถิติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญญา ศรีเรืองฤทธิ์ ที่ปรึกษาด้านภาษาและวัฒนธรรม

อาจารย์ ดร. อธิภัทร ดีเฒ่า ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ

ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และแนะนำแนวคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินการวิจัย รวมถึงการช่วยแก้ไขปัญหและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินงานอย่างเต็มที่และเป็นกันเอง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณ ทุนอุดหนุนการวิจัย และสร้างโอกาสในการพัฒนางานวิชาการครั้งสำคัญนี้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบูรณ์อย่างยั่งยืนในอนาคต

ขอแสดงความนับถือ

ปาริชาติ ยศปาน และคณะ

กันยายน 2568

สารบัญ

บทที่	รายการ	หน้า
1	บทนำ	1
	1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	2. คำถามการวิจัย	2
	3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	4. ขอบเขตของการวิจัย	3
	4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา	3
	4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่	3
	4.3 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง	3
	4.5 ขอบเขตด้านเวลา	4
	4.6 ขอบเขตด้านวิธีการวิจัย	4
	4.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	4
	4.8 ขอบเขตด้านตัวแปร	4
	5. กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
	6. นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
	1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศรัทธา	8
	1.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	9
	1.2 การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และมูเตลู	9
	1.3 ความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและเมียนมา	10
	1.4 การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและความเชื่อของชาวพม่าและแรงงานเมียนมา	10
	2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	12
	2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	12
	2.2 แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ และองค์ประกอบการท่องเที่ยว	12
	2.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	13
	3. บทบาทของแรงงานข้ามชาติกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น	13
	3.1 สถานการณ์แรงงานเมียนมาในบริบทเศรษฐกิจไทย	14
	3.2 บทบาทของแรงงานข้ามชาติในฐานะผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว	15

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	รายการ	หน้า
	3.3 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่อชุมชนท้องถิ่น	15
4.	บริบทพื้นที่และศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์	16
4.1	ข้อมูลทั่วไปและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	16
4.2	แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและสถานที่สำคัญ	17
4.3	ศักยภาพในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสายศรัทธา	17
2.	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
3.	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
4.	การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
5.	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	24
6.	จริยธรรมการวิจัย	25
7.	ข้อจำกัดของการวิจัย	25
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
1.	สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	26
2.	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
3.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2	พฤติกรรม แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และผลกระทบจากการท่องเที่ยว	28
3.3	การเปรียบเทียบความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	32
3.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์	36
5	สรุปและอภิปรายผล	41
1.	สรุปผลการวิจัย	41
2.	อภิปรายผล	42
3.	องค์ความรู้ใหม่	43
4.	ข้อเสนอแนะ	44
	บรรณานุกรม	46
	ภาคผนวก	49
	ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญ และหนังสือขอความอนุเคราะห์	50
	ภาคผนวก ข การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย	52
	ภาคผนวก ค เครื่องมือวิจัย	56
	ภาคผนวก ง ประวัตินักวิจัย	67

(๑)

สารบัญภาพ

ภาพที่	ชื่อภาพ	หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย	5
2	กรอบแนวคิดการวิจัย	20

สารบัญตาราง

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (n=227)	27
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการรับรู้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (n=227)	28
3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (n=227)	29
4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อบริการ (n=227)	29
5	จำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการพัฒนาบริการ (n=227)	30
6	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (n=227)	31
7	การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ	32
8	การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ	32
8.1	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามช่วงอายุ	33
9	การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพ	33
9.1	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามอาชีพ	34
10	การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
10.1	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
11	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's Rho) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจ	35
12	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทำนายความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	36

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีวัฒนธรรมที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ (UNWTO, 2022) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) เช่น วัดและโบราณสถาน และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) เช่น ประเพณี พิธีกรรม และวิถีชีวิตชุมชน (ICOMOS, 2016; Smith, 2006) จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นตัวอย่างพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมโดดเด่น เช่น วัดสำคัญทางพุทธศาสนา และพิธีกรรมอย่าง "การทำบุญสายมูเตลู" ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อของนักท่องเที่ยวชาวพม่า (กรมการท่องเที่ยว, 2564)

จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างประโยชน์หลายด้าน ตามที่ UNWTO (2017) ระบุว่าไม่เพียงสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แต่ยังช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสร้างความภาคภูมิใจท้องถิ่น โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งกรมการท่องเที่ยวไทย (2564) พบว่านักท่องเที่ยวชาวพม่าเป็นกลุ่มสำคัญที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม ทั้งการเยี่ยมชมวัดและร่วมพิธีกรรม ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้จากการใช้จ่ายแล้ว ยังช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านการจ้างงานและขยายธุรกิจที่พัก อาหาร และบริการท่องเที่ยวต่างๆ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวที่ขาดการจัดการที่ดีอาจเกิดผลกระทบเชิงลบได้ ดังที่ McKercher & du Cros (2002) และ Gössling (2002) เตือนถึงปัญหาการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า (Commodification) หรือการเสื่อมโทรมของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ขณะเดียวกัน ILO (2020) ยังชี้ว่าแรงงานชาวพม่าที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการก็มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นเช่นกัน

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวพม่าเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของจังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากมีแรงจูงใจหลักในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม (Richards, 2018) ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยวไทย (2564) ชี้ว่า นักท่องเที่ยวชาวพม่าไม่เพียงมีส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการใช้จ่ายในที่พัก อาหาร และบริการท่องเที่ยว แต่ยังช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านการจ้างงานแรงงานท้องถิ่นและแรงงานพม่าเอง (ILO, 2020) นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของแรงงานพม่าในภาคการท่องเที่ยวยังสะท้อนบทบาทเชิงระบบของแรงงานต่างชาติในการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (UNWTO, 2017)

แม้จะมีศักยภาพดังกล่าว แต่การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชาวพม่าในฐานะนักท่องเที่ยวและแรงงานต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังมีช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญอยู่หลายประการ งานวิจัยส่วนใหญ่ยังขาดการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวพม่าต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นประเด็นที่ Timothy (2011) ได้เคยชี้ให้เห็น นอกจากนี้ ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากนักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ายังไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในประเด็นการกระจายรายได้ การจ้างงาน และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมตามที่ Sharpley และ Telfer (2014) ได้กล่าวถึง ในขณะเดียวกัน การจัดการเชิงนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและชุมชนท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนก็ยังเป็นอีกประเด็นที่ UNESCO (2019) ให้ความสำคัญแต่ยังไม่มีการศึกษาอย่างเพียงพอ

การศึกษานี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าวผ่านการสำรวจมุมมองและแรงจูงใจของชาวพม่าต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ วิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวของชาวพม่า รวมทั้งเสนอแนะทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น ความสำคัญของงานวิจัยนี้อยู่ที่การให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการเชิงปฏิบัติ และเชิงนโยบาย ในเชิงวิชาการ งานวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับเชิงปฏิบัติ ผลการศึกษาจะช่วยให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานรัฐสามารถออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของชาวพม่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในเชิงนโยบาย งานวิจัยนี้จะป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการกำหนดมาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวทางที่ UNWTO (2017) ได้เสนอไว้

2. คำถามการวิจัย

- (1) ชาวพม่ามีพฤติกรรม ความสนใจ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นอย่างไร?
- (2) ชาวพม่ามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับใด และมีความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างไร?
- (3) ปัจจัยส่วนบุคคลของชาวพม่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันหรือไม่ และมีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจดังกล่าว?

(4) มีปัญหา อุปสรรค และแนวทางใดบ้างที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อรองรับชาวพม่า?

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความสนใจ และแรงจูงใจของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์

(2) เพื่อประเมินความพึงพอใจและศึกษาความคิดเห็นของชาวพม่าที่มีต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยว

(3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวพม่า

(3) เพื่อรวบรวมปัญหา ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาบทบาทของชาวพม่า ทั้งในฐานะนักท่องเที่ยวและแรงงาน ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังนี้

(1) พฤติกรรม ความสนใจ และแรงจูงใจของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(2) ระดับความพึงพอใจ และ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของชาวพม่าในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(3) ความคิดเห็นต่อ ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของชาวพม่าในจังหวัดเพชรบูรณ์

(4) ปัญหา อุปสรรค และ แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของชาวพม่า

4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้จำกัดขอบเขตพื้นที่ศึกษาไว้ที่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น วัดสำคัญทางพุทธศาสนา และพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การทำบุญสายบุญเตลู่

4.3 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้มุ่งเน้นชาวพม่า 2 กลุ่มหลักในจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ (2) แรงงานในภาคการท่องเที่ยว โดยอ้างอิงข้อมูลประชากรจำนวน 12,354 คน จากสำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2567)

ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามกฎของ Roscoe (1975) ที่ระบุว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ควรอยู่ระหว่าง 30-500 คน และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ต้องใช้จำนวนตัวอย่างที่มากเพียงพอต่อตัวแปร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชาวพม่าที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้จำนวนทั้งสิ้น 227 คน ซึ่งถือเป็นจำนวนที่เพียงพอและมีความน่าเชื่อถือทางสถิติในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง 20 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยว 8 คน วัด 5 คน ผู้ประกอบการ 4 คน และหน่วยงานรัฐ 3 คน

ข้อจำกัดสำคัญคือการลดขนาดตัวอย่างจากค่าทางสถิติ และการเน้นเฉพาะชาวพม่า แต่ชดเชยด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างเข้มงวดและเสริมข้อมูลเชิงคุณภาพ

4.5 ขอบเขตด้านเวลา

- (1) การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ ระหว่างมีนาคมถึงสิงหาคม พ.ศ. 2568
- (2) การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษาจะดำเนินการหลังจากนั้น

4.6 ขอบเขตด้านวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ซึ่งรวมการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน ดังนั้นเครื่องมือวิจัยที่ใช้ประกอบด้วย

- (1) แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ
- (2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

คุณภาพ

4.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- (1) ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)
- (2) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
- (3) t-test และ F-test (One-way ANOVA) สำหรับการเปรียบเทียบ
- (4) Multiple Regression Analysis สำหรับการหาปัจจัยทำนาย

4.8 ขอบเขตด้านตัวแปร

4.8.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

- (1) เพศ
- (2) อายุ
- (3) ระดับการศึกษา
- (4) อาชีพ
- (5) รายได้ต่อเดือน

4.8.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

- (1) พฤติกรรมและแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- (2) ระดับความพึงพอใจ ต่อกิจกรรมและบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- (3) ความคิดเห็นต่อผลกระทบ ทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยว
- (4) แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

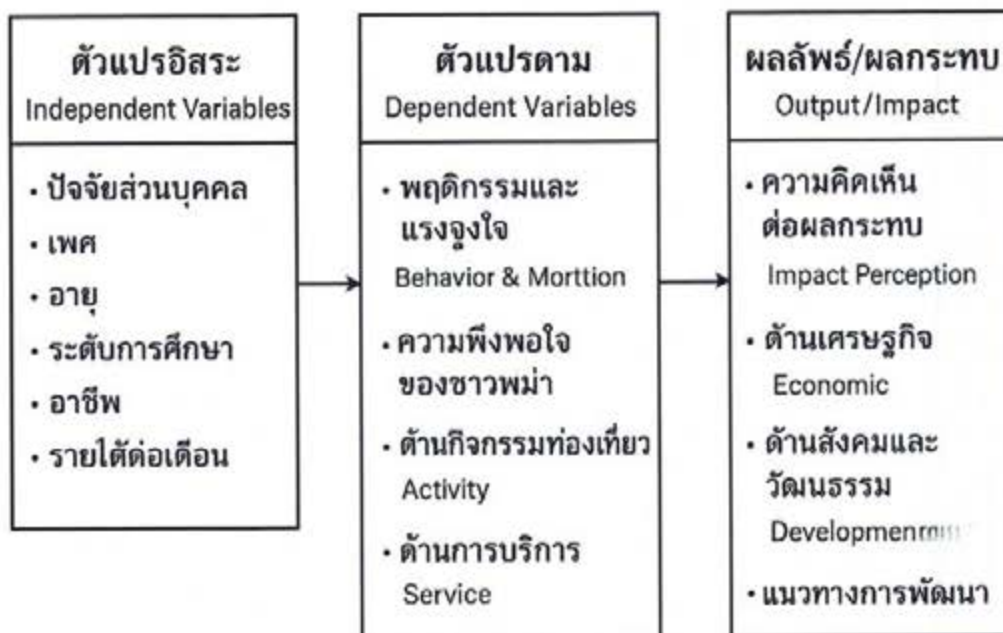
กรอบแนวคิดการวิจัยนี้ถูกออกแบบมาเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของชาวพม่าที่ส่งผลต่อพฤติกรรม แรงจูงใจ และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ รวมถึงการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม โดยสามารถจำแนกองค์ประกอบของตัวแปรตามลำดับความสัมพันธ์ได้ดังนี้

(1) ตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยกำหนดให้ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแปรต้นในการศึกษา เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และความแตกต่างทางสถิติ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

(2) ตัวแปรตาม ประกอบด้วยตัวแปรหลักที่ต้องการศึกษา 2 ส่วน ได้แก่ พฤติกรรมและแรงจูงใจ เพื่อศึกษาลักษณะการท่องเที่ยวและความสนใจของชาวพม่า และระดับความพึงพอใจเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวและการบริการ

(3) ผลลัพธ์และผลกระทบ จากการศึกษาตัวแปรข้างต้น จะนำไปสู่การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม และนำไปสู่การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์

ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมด แสดงเป็นแผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

(1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสัมผัสและเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

(2) เศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายในชุมชนหรือพื้นที่เฉพาะ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ เช่น การค้า การบริการ การท่องเที่ยว และการจ้างงาน ที่ส่งผลต่อรายได้และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น

(3) จังหวัดเพชรบูรณ์ (Phetchabun Province) หมายถึง จังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในภาคกลางตอนบน มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่น เช่น วัดสำคัญทางพุทธศาสนา และพิธีกรรมทางศาสนา ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

(4) การทำบุญสอยมูล หมายถึง พิธีกรรมทางศาสนาที่เกี่ยวข้องกับการทำบุญและขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัด หรือศาสนสถานต่างๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวพม่า เนื่องจากมีความเชื่อทางศาสนาที่คล้ายคลึงกัน

(5) ชาวพม่า (Burmese) หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติพม่าที่เดินทางเข้ามา หรือทำงานอยู่แล้วในประเทศไทย เมื่อมีโอกาสท่องเที่ยว มักมองหาสถานที่สำคัญทางศาสนา วัฒนธรรม และพิธีกรรมทางความเชื่อในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียงที่ตนกำลังทำงานอยู่

(6) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงรายได้จากการท่องเที่ยว การจ้างงาน และการขยายตัวของธุรกิจท้องถิ่น

(7) การกระจายรายได้ (Income Distribution) หมายถึง การไหลเวียนของรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวไปสู่ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งช่วยส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

(8) ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือการประเมินเชิงบวกที่นักท่องเที่ยวมีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(9) แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ปัจจัยหรือเหตุผลที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การแสวงบุญ การพักผ่อน หรือการเรียนรู้วัฒนธรรม

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) ทราบถึงพฤติกรรม ความสนใจ และแรงจูงใจของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อนำไปสู่การออกแบบกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

(2) ทราบถึงระดับความพึงพอใจและ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวพม่า ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการให้บริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

(3) ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับ ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของชาวพม่า เพื่อใช้เป็นย่นบทบาทสำคัญของกลุ่มนี้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น

(4) ได้แนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้พื้นฐานและกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และบริบทของพื้นที่ศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศรัทธา
 - 1.1 ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.2 การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและความเชื่อ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ “มูเตลู”
 - 1.3 ความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและเมียนมา
 - 1.4
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
 - 2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - 2.2 แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการท่องเที่ยว
 - 2.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการกลับมาเที่ยวซ้ำ
3. บทบาทของแรงงานข้ามชาติกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น
 - 3.1 สถานการณ์แรงงานเมียนมาในประเทศไทยและจังหวัดเพชรบูรณ์
 - 3.2 บทบาทของแรงงานข้ามชาติในฐานะผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว
 - 3.3 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่อชุมชนท้องถิ่น
4. บริบทพื้นที่และศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์
 - 4.1 ข้อมูลทั่วไปและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ศาสนาที่สำคัญ
 - 4.2 เส้นทางท่องเที่ยวสายศรัทธาในจังหวัดเพชรบูรณ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศรัทธา

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวพม่าในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างการเรียนรู้วัฒนธรรมและความเชื่อทางศาสนา ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมไทย-เมียนมา ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหมายกว้างขวางและมีนักวิชาการให้คำจำกัดความไว้มากหลาย ดังนี้

UNESCO (2002) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการเดินทางเพื่อสัมผัสและเรียนรู้เกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งครอบคลุมทั้งมรดกทางธรรมชาติ มรดกทางประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Heritage) เช่น วัด โบราณสถาน และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) เช่น พิธีกรรม ประเพณี และภูมิปัญญา

World Tourism Organization (UNWTO, 2018) อธิบายเพิ่มเติมว่า เป็นการเดินทางโดยมีแรงจูงใจหลักเพื่อเรียนรู้ ค้นหา และสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของสถานที่ที่มีความแตกต่างไปจากวิถีชีวิตปกติของตนเอง ซึ่งรวมถึงศิลปะ สถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

Richards (2018) เสนอแนวคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในยุคใหม่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเข้าชมสถานที่ (Passive Consumption) แต่เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Active Engagement) ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ซึ่งนำไปสู่การสร้างการเข้าใจข้ามวัฒนธรรมและความเคารพซึ่งกันและกัน

Timothy (2011) ได้จำแนกองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า ประกอบด้วย 1) มรดกทางวัฒนธรรม 2) วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และ 3) ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความแท้จริง (Authenticity) ของพื้นที่นั้นๆ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในรูปแบบของสถานที่วัตถุและวิถีชีวิตประเพณี โดยเน้นการปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นฐานสำคัญในการสร้างความเข้าใจอันดีและการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และมูเตลู

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความสนใจในกิจกรรมทางศาสนาและพิธีกรรมอย่างเด่นชัด แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาจึงเป็นกรอบสำคัญในการอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว

UNWTO (2017) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เติบโตเร็วที่สุด โดยมีแรงจูงใจหลักมาจากความศรัทธาทางจิตวิญญาณ (Spiritual Motivation) ไม่ว่าจะเป็นการจาริกแสวงบุญ หรือการเดินทางไปประกอบศาสนกิจเพื่อความสบายใจ

Timothy และ Olsen (2006) อธิบายว่า ในบริบทของสังคมเอเชีย การท่องเที่ยวและศาสนาเป็นสิ่งที่แยกจากกันได้ยาก (Inseparable) เนื่องจากวัดและศาสนสถานมักเป็นศูนย์กลางของชุมชนและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลัก การเดินทางไปไหว้พระจึงตอบสนองทั้งความต้องการทางจิตใจ (Merit Making) และการพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure) ไปพร้อมกัน

Kitiarsa (2005) (อ้างถึงในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย) ได้กล่าวถึงปรากฏการณ์ "การพานิชย์ทางศาสนา" หรือที่นิยมเรียกในปัจจุบันว่า "มูเตลู" (Mutelu) ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างพุทธศาสนาแบบทางการกับความเชื่อเรื่องโชคลาภและการแก้กรรม ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พึ่งทางใจและการเสริมสิริมงคล โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจหรือสังคมมีความไม่แน่นอน

Cohen (1992) จำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่าเป็น "Pilgrim-Tourist" หรือ นักท่องเที่ยวผู้แสวงบุญ ซึ่งแม้จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว แต่กิจกรรมหลักยังคงวนเวียนอยู่กับการทำบุญ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และการซื้อวัตถุมงคล

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและมูเตลู เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจทางจิตวิญญาณและความเชื่อเรื่องโชคลาภ โดยมีวัดและศาสนสถานเป็นจุดหมายปลายทางหลัก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงความสวยงามของสถานที่ แต่ให้ความสำคัญกับการได้ประกอบพิธีกรรม การแก้ขง และการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความมั่นคงทางจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของนักท่องเที่ยวชาวพม่าในปัจจุบัน

1.3 ความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและเมียนมา

บริบทความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างชาวพม่าและพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์

Keyes (2016) กล่าวถึงความสัมพันธ์ของพุทธศาสนาเถรวาทในภูมิภาคอุษาคเนย์ว่า มีลักษณะเป็น "วัฒนธรรมร่วม" (Shared Culture) โดยเฉพาะระหว่างไทยและเมียนมาที่มีรากฐานความเชื่อทางศาสนาที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ชาวพม่าที่เข้ามาในประเทศไทยสามารถปรับตัวและใช้ชีวิตไทยเป็นพื้นที่ทางจิตวิญญาณได้โดยไม่รู้สึกละแวก

Smith (2006) ชี้ให้เห็นว่า สำหรับแรงงานข้ามชาติและนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน "วัด" ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงศาสนสถาน แต่ยังเป็น พื้นที่ทางสังคม (Social Space) ที่ใช้ในการพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และสร้างเครือข่ายทางสังคมในต่างแดน

กรมการท่องเที่ยว (2564) ระบุว่า เส้นทางท่องเที่ยวทางภาคเหนือตอนล่างของไทย เช่น เพชรบูรณ์ สุโขทัย มีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวพม่า เนื่องจากมีวัดและโบราณสถานที่มีสถาปัตยกรรมและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับความเชื่อของชาวพม่าได้เป็นอย่างดี

สรุปได้ว่า ความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะความเชื่อทางพุทธศาสนา เป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญที่ทำให้ชาวพม่าเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย วัดไทยทำหน้าที่เป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและพื้นที่ทางสังคมที่ให้ความรู้สึกปลอดภัยและคุ้นเคยแก่ชาวพม่า เอื้อให้เกิดการเดินทางซ้ำและการใช้จ่ายเพื่อบำรุงพระพุทธศาสนาตามแรงศรัทธา

1.4 การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและความเชื่อของชาวพม่าและแรงงานเมียนมา

บริบทของการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในกลุ่มชาวเมียนมาและแรงงานเมียนมาในประเทศไทย มีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิต ความเชื่อ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1.4.1 แรงจูงใจและพฤติกรรมแสวงบุญของแรงงานเมียนมา Thai Rath Online (2566) ได้อธิบายลักษณะของกลุ่มแรงงานชาวเมียนมาในประเทศไทยว่าเป็นกลุ่ม "สายบุญ" ที่มีความศรัทธาแรงกล้า และมีกำลังซื้อสูง (High Purchasing Power) โดยการไปวัดและประกอบพิธีกรรมทางศาสนาถือเป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาอย่างยาวนาน สำหรับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว กลุ่มแรงงานมักมีการรวมกลุ่มนัดหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือเครือข่ายที่มีอยู่ เพื่อเหมารถเดินทางไปทำบุญตามวัดต่างๆ ในช่วงวันหยุดยาว

นอกจากมิติด้านศาสนา การท่องเที่ยวเชิงศรัทธายังทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมและจิตวิทยาที่สำคัญ กล่าวคือ

(1) เป็นที่พึ่งทางใจ ช่วยสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ที่ต้องทำงานหนักและจากบ้านมาไกล

(2) เป็นพื้นที่ทางสังคม การไปวัดเปิดโอกาสให้แรงงานได้พบปะสังสรรค์กับกลุ่มชาวเมียนมาด้วยกัน ซึ่งช่วยบรรเทาความรู้สึกโดดเดี่ยวจากการทำงานในต่างแดน (Thai Rath Online, 2566)

1.4.2 การท่องเที่ยวเชิง "บุญเตลู" และการปรับตัวของศาสนสถาน ความเชื่อเรื่อง "บุญเตลู" หรือการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นส่วนหนึ่งที่แยกไม่ออกจากการท่องเที่ยวของชาวเมียนมา ข้อมูลจากคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ (ม.ป.ป.) ระบุถึงศูนย์กลางทางจิตวิญญาณอย่างเจดีย์ชเวดากองอย่างกังวามี่

จุดสักการะที่สะท้อนความเชื่อลึกซึ้ง เช่น การบูชาพระประจำวันเกิด การขอพรจากเทพทันใจ (Aung Theip La) การไหว้แม่ยักษ์เพื่อตัดกรรม และการบูชาพระพุทธรูปสุริยันจันทราเพื่อความรุ่งเรืองในการค้าขาย

จากพฤติกรรมดังกล่าว ส่งผลให้วัดไทยมีการปรับตัวเพื่อรองรับความต้องการนี้ โดย Thai Rath Online (2566) และ Tourism Thailand (2566) พบว่า

(1) วัดที่แรงงานนิยมไปมักเป็นวัดที่เปิดกว้างต้อนรับแรงงานต่างด้าว

มีการสร้างสิ่งปลูกสร้างที่จำลองมาจากพม่า เช่น เจดีย์ชเวดากองจำลอง พระพุทธมหามณีจุฬาลง หรือเทพทันใจ เพื่อดึงดูดแรงงานให้เข้ามาทำบุญและรู้สึกเชื่อมโยงกับบ้านเกิด

1.4.3 มิติทางวัฒนธรรมและข้อเสนอเชิงนโยบาย ในด้านวัฒนธรรม ชาวเมียนมายังคงรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผ่านการแต่งกายด้วยชุดประจำชาติเมื่อไปทำบุญที่วัดไทย (Thai Rath Online, 2566) ซึ่งสะท้อนความเคารพต่อสถานที่และประเพณี

ในระดับนโยบาย ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) และ Monetary Policy Report (2567) เสนอว่า รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การรับรองกลุ่ม "Pilgrimage Labor Tourism" (การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงาน) อย่างเป็นทางการ เนื่องจากเป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง สอดคล้องกับ กริช อังวิฑูรย์สถิตย์ (2568) ที่เสนอแนวทางคู่มือสำหรับฝั่งพม่า โดยแนะนำให้ใช้กลยุทธ์จำกัดพื้นที่ (Safe Zone Strategy) มุ่งเป้าดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยด้วยการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและดึงเม็ดเงินเข้าสู่พื้นที่อย่างทั่วถึงและยั่งยืน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดตัวแปรและอธิบายผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยอธิบายว่า "ทำไม" นักท่องเที่ยวชาวพม่าจึงเลือกเดินทางมายังจังหวัดเพชรบูรณ์

Crompton (1979) ได้เสนอทฤษฎีปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull Factors) โดยอธิบายว่า ปัจจัยผลัก (Push Factors) คือแรงกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจหรือต้องการการพักผ่อน (Rest and Relaxation) ในขณะที่ ปัจจัยดึง (Pull Factors) คือสิ่งดึงดูดใจ

ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของสถานที่ หรือความศรัทธาในศาสนสถาน ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของชาวพม่าที่เดินทางเพื่อการพักผ่อนและไหว้พระ

McKercher และ du Cros (2002) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ต้องการเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง และกลุ่มที่ต้องการเพียงสัมผัสบรรยากาศ โดยนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจด้านศาสนา (Religious Motivation) มักจะมีความอดทนต่อความยากลำบากในการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป หากปลายทางนั้นมีความสำคัญทางจิตวิญญาณ

Maslow (1943) อธิบายในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการว่า มนุษย์จะแสวงหาความต้องการทางสังคม (Social Needs) และความภาคภูมิใจ (Esteem Needs) ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือการได้ทำบุญใหญ่ ถือเป็นการตอบสนองความต้องการทางสังคมและการได้รับการยอมรับในกลุ่มชาวพม่าด้วยกัน

สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากแรงผลักดันภายในที่ต้องการการพักผ่อนและการยอมรับทางสังคม ผสมผสานกับแรงดึงดูดภายนอกคือศาสนสถานและกิจกรรมทางวัฒนธรรม การเข้าใจแรงจูงใจเหล่านี้ช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวพม่าที่เน้นทั้งการพักผ่อนและการแสวงบุญได้อย่างตรงจุด

2.2 แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ และองค์ประกอบการท่องเที่ยว

การประเมินความพึงพอใจจำเป็นต้องอาศัยเกณฑ์วัดคุณภาพการบริการที่ชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดมาตรฐานมาประยุกต์ใช้กับแบบสอบถาม

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) ได้เสนอเกณฑ์ SERVQUAL เพื่อวัดคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) เช่น ความสะอาดสถานที่ 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และ 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ซึ่งในบริบทนี้หมายถึงการมีเจ้าหน้าที่ที่เข้าใจภาษาหรือวัฒนธรรมพม่า

Dickman (1996) เสนอองค์ประกอบ 5 A's ของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่แหล่งท่องเที่ยวต้องมี ได้แก่

1. Attractions (สิ่งดึงดูดใจ) วัดและสถานที่ท่องเที่ยว
2. Accessibility (การเข้าถึง) ระบบขนส่งและการเดินทางที่สะดวก
3. Amenities (สิ่งอำนวยความสะดวก) ห้องน้ำ ร้านอาหาร และที่พัก
4. Accommodation (ที่พักแรม) ความเพียงพอและคุณภาพของที่พัก

5. Activities (กิจกรรม) กิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น พิธีกรรม แนวคิดนี้สอดคล้องกับแบบสอบถามในงานวิจัยที่วัดระดับความพึงพอใจต่อ "สิ่งอำนวยความสะดวก" และ "การเดินทาง"

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการและองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (5 A's) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การเดินทางที่สะดวก และบริการที่เป็นมิตร ล้วนเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวพม่า

2.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจเป็นเป้าหมายสูงสุดของการให้บริการและเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยว

Kotler (2003) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจคือความรู้สึกชอบหรือผิดหวังของบุคคล ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่าง "ผลลัพธ์ที่ได้รับจริง" กับ "ความคาดหวัง" หากบริการที่ได้รับดีกว่าที่คาดหวัง จะเกิดความพึงพอใจสูงสุด แต่หากต่ำกว่าจะเกิดความไม่พึงพอใจ

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยทำนายพฤติกรรมในอนาคต โดยเฉพาะ "ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ" และ "การบอกต่อ" ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น เพราะการรักษาฐานนักท่องเที่ยวเดิมมีต้นทุนต่ำกว่าการหาลูกค้าใหม่

Mill และ Morrison (2002) ระบุว่า ความพึงพอใจไม่ได้เกิดจากปัจจัยเดียว แต่เกิดจากภาพรวมของประสบการณ์ (Total Experience) ตั้งแต่การเดินทาง การต้อนรับ ไปจนถึงความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป (Value for Money)

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์จริง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่นำไปสู่ความภักดีและการบอกต่อ การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวพม่าจึงเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ผ่านการกลับมาใช้บริการซ้ำและการแนะนำเพื่อนฝูง

3. บทบาทของแรงงานข้ามชาติกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาบทบาทของชาวพม่าในมิติทางเศรษฐกิจที่กว้างขึ้นกว่าการเป็นปัจจัยการผลิต โดยพิจารณาถึงศักยภาพในการเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการบริโภคและการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ สถานการณ์แรงงานเมียนมา บทบาทในฐานะผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว และผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชน ดังนี้

3.1 สถานการณ์แรงงานเมียนมาในบริบทเศรษฐกิจไทย

แรงงานชาวเมียนมาจัดเป็นกลุ่มแรงงานต่างด้าวที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย (ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล, 2560; กกจ., 2020) การเคลื่อนย้ายของแรงงานกลุ่มนี้เป็นผลจากความต้องการในภาคอุตสาหกรรม การเกษตร และภาคบริการของไทย เพื่อทดแทนแรงงานในงานลักษณะ "3D" (Dirty, Dangerous, and Difficult) หรือ งานสกปรก ยาก และอันตราย ซึ่งเป็นงานที่คนไทยที่มีการศึกษาสูงขึ้นมักปฏิเสธ (ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล, 2560) โดยสถานการณ์ของแรงงานกลุ่มนี้สามารถวิเคราะห์ได้ใน 3 มิติหลัก ดังนี้

3.1.1 การกระจุกตัวของแรงงานและบทบาทในห่วงโซ่การผลิต แรงงานชาวเมียนมามีการกระจุกตัวอย่างหนาแน่นในเขตพื้นที่ที่มีความหนาแน่นทางเศรษฐกิจสูง (ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล, 2560) ข้อมูลจากกรมการจัดหางาน (2020) และ Pantip (n.d.) ระบุว่าจังหวัดที่มีจำนวนแรงงานต่างด้าวสูงสุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ประมาณ 722,000 - 775,000 คน) สมุทรสาคร (245,000 - 289,000 คน) และชลบุรี (139,000 - 198,000 คน)

ในเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจ แรงงานกลุ่มนี้เป็นกลไกสำคัญในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล โดยเฉพาะในจังหวัดสมุทรสาคร รวมถึงเป็นแรงงานหลักในภาคบริการและการท่องเที่ยวในจังหวัดสำคัญ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี (ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล, 2560) การกระจุกตัวขนาดใหญ่ในเขตเศรษฐกิจเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า อิทธิพลทางวัฒนธรรมของพม่าได้กลายเป็นส่วนสำคัญของระบบนิเวศเมืองและอุตสาหกรรมของไทยอย่างถาวร

3.1.2 บทบาทในฐานะผู้บริโภค การขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านความเชื่อ นอกเหนือจากบทบาทในฐานะปัจจัยการผลิต (แรงงาน) แล้ว กลุ่มชาวเมียนมายังทำหน้าที่เป็นผู้บริโภคที่มีนัยสำคัญผ่าน "การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา" Thai Rath Online (2566) ระบุว่า แรงงานกลุ่มนี้จัดเป็น "สายบุญ" ที่มีความศรัทธาแรงกล้าและมีกำลังซื้อสูง (High Purchasing Power) โดยนิยมเหมารถตระเวนเที่ยววัดไทยในช่วงวันหยุดยาว เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนาซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างที่พึ่งทางใจให้กับผู้ที่ต้องมาทำงานไกลบ้าน

พฤติกรรมดังกล่าวสร้างรายได้หมุนเวียนที่มั่นคงให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น จนนำไปสู่การปรับตัวของวัดไทยหลายแห่งเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนี้ เช่น การสร้าง "เจดีย์ขเวตาทองจำลอง" หรือสิ่งปลูกสร้างที่สอดคล้องกับคติความเชื่อของชาวพม่า (Thai Rath Online, 2566)

3.1.3 ความท้าทายและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ แม้แรงงานชาวเมียนมาจะมีบทบาททางเศรษฐกิจสูง แต่ยังคงเผชิญความท้าทายที่ซับซ้อน ทั้งปัญหาการถูกเอารัดเอาเปรียบจากนายหน้าและการจ้างงานที่ไม่เป็นธรรม โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานนอกระบบ (ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล, 2560; สุรศักดิ์ แซ่

ยาง, 2559) รวมถึงปัญหาช่องว่างทางวัฒนธรรมและการสื่อสารในองค์กร ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน (เรณู หมั่นจันทร์ชัย, 2564)

จากบริบทดังกล่าว มีข้อเสนอแนะให้ภาครัฐปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการมองชาวพม่าเป็นเพียงแรงงานราคาถูก ไปสู่การบริหารจัดการในฐานะ "ทุนทางวัฒนธรรม" (ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล, 2560) และควรพิจารณารับรองกลุ่ม "Pilgrimage Labor Tourism" (การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงาน) ให้เป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) อย่างเป็นทางการ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง (Thai Rath Online, 2566)

3.2 บทบาทของแรงงานข้ามชาติในฐานะผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

แนวคิดที่มองแรงงานข้ามชาติในฐานะ "นักท่องเที่ยว" เป็นมุมมองใหม่ที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมการเดินทางและการใช้จ่ายในช่วงวันหยุดของชาวพม่า

Cohen (2001) เสนอแนวคิดเรื่อง "Migrant as Tourist" โดยอธิบายว่า แรงงานข้ามชาติมักใช้เวลาว่างหรือวันหยุดในการเปลี่ยนสถานะตนเองจาก "ผู้ใช้แรงงาน" มาเป็น "นักท่องเที่ยว" เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดและแสวงหาความสุขเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวทั่วไป พฤติกรรมนี้รวมถึงการเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว การรับประทานอาหารนอกบ้าน และการซื้อของฝาก

Jirattikorn (2017) (จากการศึกษาพฤติกรรมชาวไทใหญ่และพม่า) พบว่า การบริโภคสื่อและวัฒนธรรมสมัยใหม่ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของแรงงานรุ่นใหม่ (Young Migrants) ที่ต้องการแสดงตัวตนที่ทันสมัยผ่านการท่องเที่ยว การถ่ายรูปเช็คอินตามสถานที่ท่องเที่ยว และการแต่งกายสวยงามเมื่อไปวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีส่งกลับไปยังครอบครัวที่บ้านเกิด

Hui (2016) กล่าวถึง "การบริโภคเพื่อชดเชย" ว่า แรงงานข้ามชาติมักมีการใช้จ่ายในวันหยุดเพื่อชดเชยความเหนื่อยยากจากการทำงานหนัก การใช้จ่ายเหล่านี้มักเกิดขึ้นในตลาดท้องถิ่น ร้านอาหาร และศาสนสถาน ซึ่งเป็นการกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อยโดยตรง

สรุปได้ว่า ในช่วงวันหยุด บทบาทของแรงงานข้ามชาติจะเปลี่ยนไปเป็น "นักท่องเที่ยว" ที่มีความต้องการบริโภคสินค้าและบริการเพื่อการพักผ่อนและสันทนาการ พฤติกรรม "Migrant as Tourist" นี้ก่อให้เกิดอุปสงค์ใหม่ในตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการในการรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อและมีการเดินทางอย่างสม่ำเสมอ

3.3 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่อชุมชนท้องถิ่น

การใช้จ่ายและการท่องเที่ยวของชาวพม่าส่งผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจและโครงสร้างสังคมของชุมชนเจ้าบ้าน

UNWTO (2017) อธิบายถึง "ผลทวีคูณทางเศรษฐกิจ" ในระดับท้องถิ่นว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (ในที่นี้รวมถึงแรงงานพม่า) ในร้านค้ารายย่อย ร้านอาหารริมทาง และการทำบุญที่วัด จะส่งผลให้เม็ดเงินหมุนเวียนอยู่ในชุมชนหลายรอบ ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นพ่อค้าแม่ค้า รถรับจ้าง หรือผู้ผลิตสินค้าชุมชน

Gössling (2002) ระบุว่า การท่องเที่ยวระดับฐานรากช่วยลดการรั่วไหลของรายได้ (Leakage) ออกนอกพื้นที่ เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวระดับหรูหรา เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักนิยมใช้บริการและสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น มากกว่าสินค้าแบรนด์เนมหรือบริการจากเซกเตอร์ขนาดใหญ่

Rigg (2019) ตั้งข้อสังเกตในมิติทางสังคมว่า การปฏิสัมพันธ์ผ่านการค้าขายและการท่องเที่ยว ช่วยลดอคติทางชาติพันธุ์และสร้าง "พื้นที่ทางสังคมร่วม" ระหว่างคนไทยเจ้าของพื้นที่และชาวพม่า ทำให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของชาวพม่าส่งผลบวกต่อเศรษฐกิจชุมชนผ่านกลไกผลทวีคูณ ช่วยกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อยและลดการรั่วไหลของเม็ดเงิน นอกจากนี้ ในมิติทางสังคม กิจกรรมเหล่านี้ยังทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ลดช่องว่างทางวัฒนธรรม และส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อต่อการค้าและการลงทุนในท้องถิ่น

4. บริบทพื้นที่และศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

การเข้าใจบริบทของพื้นที่ศึกษาเป็นสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์โอกาสและแนวทางการพัฒนา ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเฉพาะในมิติที่สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวพม่า ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

จังหวัดเพชรบูรณ์ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางตอนบน ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมที่หลากหลาย

สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์ (2566) ระบุว่า เพชรบูรณ์เป็นเมืองที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์และมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 1,400 ปี โดยมีคำขวัญว่า "เมืองมะขามหวาน อุทยานน้ำหนาว ศรีเทพเมืองเก่า เขาค้ออนุสรณ์ นครพ่อขุนผาเมือง" ซึ่งสะท้อนถึงความโดดเด่นทั้งด้านธรรมชาติและประวัติศาสตร์

กรมศิลปากร (2562) ได้ขึ้นทะเบียนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเป็นมรดกโลก ซึ่งเป็นการยกระดับสถานะทางวัฒนธรรมของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ในบริบทของ

วัฒนธรรมท้องถิ่น เพชรบูรณ์ยังมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่เรียกว่า "ไทหล่ม" ซึ่งมีประเพณี วัฒนธรรมการกิน และภาษาถิ่นที่น่าสนใจ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท., 2565) ได้จัดให้เพชรบูรณ์เป็นหนึ่งในเมืองต้องห้ามพลาด (Hidden Gems) โดยเน้นจุดขายเรื่อง "Green Tourism" (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ) และ "Faith Tourism" (การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสอากาศบริสุทธิ์และสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์

สรุปได้ว่า จังหวัดเพชรบูรณ์มีศักยภาพสูงในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ด้วยต้นทุนทางประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกโลกและวิถีชีวิตท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ การผสมผสานระหว่างธรรมชาติที่สวยงาม (เขาค้อ/ภูทับเบิก) กับรากฐานทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม

4.2 แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและสถานที่สำคัญ

จากผลการสำรวจเบื้องต้น พบว่าวัดและศาสนสถานเป็นจุดหมายหลักของชาวพม่า จังหวัดเพชรบูรณ์มีศาสนสถานที่มีชื่อเสียงและมีความศักดิ์สิทธิ์หลายแห่ง

วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (2564) ยกย่องให้วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว อำเภอเขาค้อ เป็นแลนด์มาร์คทางพุทธศาสนาที่สำคัญ ด้วยสถาปัตยกรรมที่วิจิตรบรรจง การประดับตกแต่งด้วยกระเบื้องสีและเครื่องเบญจรงค์ รวมถึงทำเลที่ตั้งที่รายล้อมด้วยทิวเขา ทำให้เป็นสถานที่ที่ดึงดูดทั้งผู้ปฏิบัติธรรมและนักท่องเที่ยว สำหรับชาวพม่า ความยิ่งใหญ่และความสวยงามของเจดีย์และพระพุทธรูป 5 พระองค์ ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจอย่างมากในการเดินทางมาแสวงบุญและถ่ายภาพเพื่อบอกต่อ

วัดมหาธาตุ พระอารามหลวง กรมการท่องเที่ยว (2564) ระบุว่า วัดมหาธาตุเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองเพชรบูรณ์ ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุและพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของคนในพื้นที่และแรงงานข้ามชาติที่อาศัยอยู่ในตัวเมือง เป็นศูนย์รวมจิตใจในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในวันสำคัญ

ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ในมิติของความเชื่อเรื่องโชคลาภและการคุ้มครองภัย ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเป็นอีกหนึ่งจุดหมายที่ชาวพม่าและคนท้องถิ่นนิยมมากราบไหว้ขอพร เพื่อความมั่นคงในชีวิตและการทำงาน

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาในเพชรบูรณ์มีความโดดเด่นทั้งในเชิงสถาปัตยกรรมและความศักดิ์สิทธิ์ โดยเฉพาะ วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว ที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวหลัก ในขณะที่วัดใน

ชุมชนเมืองก็ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางจิตวิญญาณในชีวิตประจำวัน ความหลากหลายของศาสนสถาน เหล่านี้ตอบสนองความต้องการของชาวพม่าได้ครบถ้วน ทั้งการท่องเที่ยวเพื่อความตื่นตาตื่นใจ (Sightseeing) และการกราบไหว้เพื่อสืริมงคล (Worship)

4.3 ศักยภาพในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสายศรัทธา

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกันเป็นเส้นทางท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์สำคัญในการยืดระยะเวลาพำนัก และเพิ่มการใช้จ่าย

Richards (2018) เสนอว่า การสร้าง "เส้นทางท่องเที่ยว" ที่มีธีมชัดเจน จะช่วยเพิ่มมูลค่า ประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว สำหรับเพชรบูรณ์ การพัฒนาเส้นทาง "มูเตลูและศรัทธา" ที่เชื่อมโยง ระหว่างวัดสำคัญ (เช่น เริ่มต้นที่วัดมหาธาตุ ไปสักการะศาลหลักเมือง และจบที่วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว) จะช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวพม่าที่นิยมเดินทางเป็นหมู่คณะ

Swarbrooke (2002) ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างทาง เช่น ร้านอาหารที่รองรับรสนิยมของนักท่องเที่ยว หรือจุดแวะพักที่มีป้าย ภาษาต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันเพชรบูรณ์เริ่มมีการปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น เช่น การมีร้านอาหารที่เข้าใจวัฒนธรรมการกินของชาวเมียนมา

สรุปได้ว่า จังหวัดเพชรบูรณ์มีความพร้อมในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attractions) ที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะวัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หากมีการบริหารจัดการเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว สายศรัทธาอย่างเป็นระบบ จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวพม่าให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำ และ กระจ่ายรายได้สู่ผู้ประกอบการตลอดเส้นทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และบทบาทของแรงงานข้ามชาติ ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่สำคัญทั้งในและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและเปรียบเทียบผลการศึกษา ดังนี้

นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย (2554) ได้ศึกษาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นศึกษาบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฐานะแหล่งรายได้และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ 5 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่น 2) การวางแผนแบบมีส่วนร่วมโดยให้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง 3) การกำหนดเครื่องมือควบคุม เช่น ชัดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) 4) การพัฒนาศักยภาพคนในท้องถิ่น และ 5) การทำการตลาดแบบบูรณาการที่สอดคล้องกับ

วัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงแนวคิดที่ชี้ให้เห็นว่า หากขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่ไม่เหมาะสม

สิริมา เจริญศรี และคณะ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ร่วมกับชุมชนและผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัยได้นำเสนอ 6 ยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนา ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร การจัดการความรู้ การตลาด การจัดการท่องเที่ยว และความมั่นคงชายแดน ข้อค้นพบที่น่าสนใจคือ การใช้ "เรื่องเล่า" เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ไทย-เมียนมา เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้พัฒนาคู่มือท่องเที่ยวเส้นทาง "มูตอง-สิงขร-ตะนาวศรี" ซึ่งได้รับการประเมินว่าสามารถนำไปใช้ได้จริงในการส่งเสริมเศรษฐกิจชายแดน

พระมหาสุทิตย์ อาภากร และคณะ (2564) วิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน ผลการวิจัยเสนอแนะว่า วัดไทยควรมีการปรับตัวโดยจัดทำป้ายสื่อสารภาษาเพื่อนบ้าน (เช่น ภาษาพม่า) และจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในพิธีกรรมทางศาสนา มากกว่าการเดินชมเพียงอย่างเดียว รวมถึงการเชื่อมโยงวัดเป็น "เส้นทางศรัทธา" เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนรอบวัด

สุเทพ สุธะเอี่ยม และคณะ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) การสร้างสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) โดยการค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่น 2) การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว (Activity) ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ 3) การบริหารจัดการ (Management) ที่มีคณะกรรมการชุมชนดูแล และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Participation) นอกจากนี้ยังพบว่า "สิ่งอำนวยความสะดวก" และ "ความประทับใจในบริการ" เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) ระบุว่า แรงงานชาวพม่าเป็นกลุ่มแรงงานต่างด้าวที่มีจำนวนมากที่สุดในไทย และเป็นปัจจัยสำคัญในห่วงโซ่การผลิต โดยเฉพาะงานประเภท "สกปรก ยาก และอันตราย" (3D) ที่แรงงานไทยปฏิเสธเนื่องจากระดับการศึกษาและค่าครองชีพที่สูงขึ้น โดยมีการกระจุกตัวหนาแน่นในพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ เช่น กรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร และชลบุรี การกระจุกตัวนี้ทำให้วัฒนธรรมพม่ากลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศเมืองอย่างถาวร

ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) ระบุว่า ในเชิงวัฒนธรรม แรงงานกลุ่มนี้ถูกมองว่าเป็น "ทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต" (Living Cultural Assets) ที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Pilgrimage Tourism) เนื่องจากเป็นกลุ่ม "สายบุญ" ที่มีความ

ศรัทธาแรงกล้า และการทำบุญเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจสำคัญในยามไกลบ้าน ส่งผลให้วัดไทยหลายแห่งปรับตัวทางสถาปัตยกรรม เช่น การสร้างเจดีย์ชเวดากองจำลอง เพื่อรองรับกำลังซื้อของกลุ่มนี้

ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) พบว่า แรงงานชาวมอญในสมุทรสาครมีแนวโน้ม "แยกตัว" (Separation) เพื่อรักษาเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ โดยมีศาสนาพุทธเป็นศูนย์กลาง ในขณะที่ Panyaboon et al. (2568) พบมิติของการ "บูรณาการ" ที่บ้านเกาะลิเห่ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งแรงงานเมียนมาเข้ามามีส่วนร่วมในประเพณีชักพระอย่างเข้มข้นจนถึงระดับเป็นกรรมการจัดงาน สะท้อนถึงความร่วมมือระหว่างเชื้อชาติที่ประสบความสำเร็จผ่านกิจกรรมทางศาสนา

เรณู หมั่นจันทร์เชย (2564) และ ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) ชี้ตรงกันว่า การรวมตัวทางหน้าที่ (Functional Integration) ในองค์กรยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากขาดความเข้าใจข้ามวัฒนธรรมระหว่างคนไทยและคนเมียนมา ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและผลประกอบการของบริษัท

ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) งานวิจัยเสนอให้รัฐรับรองกลุ่ม "Pilgrimage Labor Tourism" เป็นตลาดเฉพาะที่มีมูลค่าสูง และลงทุนในการจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรม รวมถึงดูแลเรื่องสิทธิแรงงานเพื่อลดการถูกเอารัดเอาเปรียบในกลุ่มแรงงานนอกระบบ

Janta, H., Cohen, E., & Williams, A. M. (2012) ได้ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของแรงงานข้ามชาติ พบว่า แรงงานข้ามชาติใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการ "สร้างตัวตนใหม่" (Identity Construction) เพื่อหลุดพ้นจากภาพลักษณ์ของผู้ใช้แรงงาน โดยการแต่งกายสวยงามและไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ช่วยให้พวกเขารู้สึกถึงความสำเร็จและการได้รับการยอมรับ ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดันทางจิตวิทยาที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด

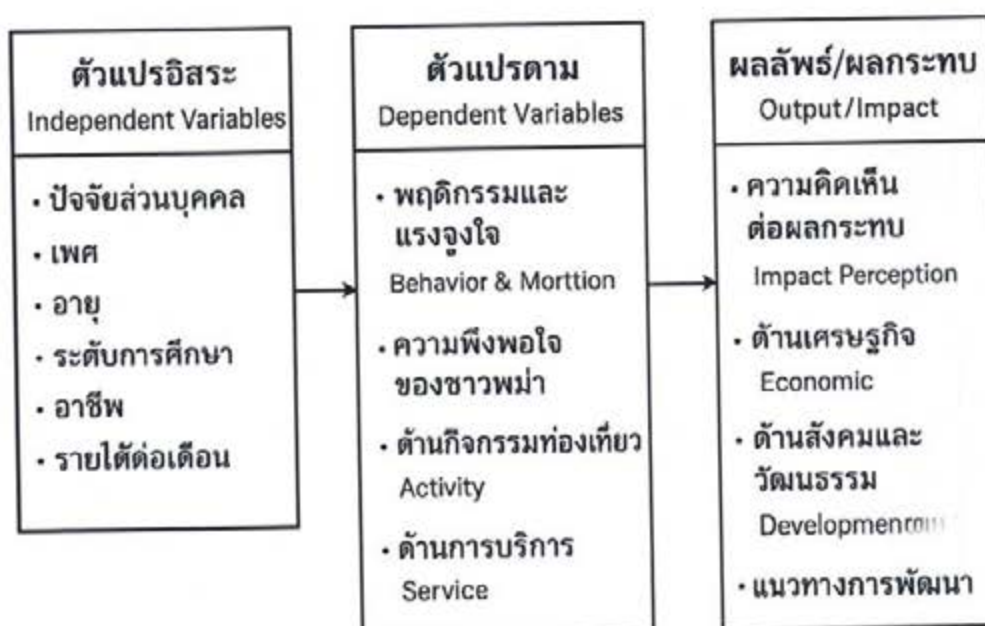
สรุปได้ว่า หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน คือการเปลี่ยนวิถีจากการบริโภคแบบฉาบฉวยที่เน้นเพียงภาพถ่ายและของฝาก มาเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เคารพและสร้างประโยชน์คืนสู่ท้องถิ่น โดยงานวิจัยชี้ชัดว่า ทุนแห่งความสำเร็จไม่ได้อยู่ที่สิ่งปลูกสร้าง แต่อยู่ที่ "การมีส่วนร่วมของชุมชน" อย่างแท้จริง ตั้งแต่กระบวนการวางแผนไปจนถึงการจัดการ ซึ่งต้องอาศัยกลยุทธ์การเปลี่ยน "สถานที่" ให้มีชีวิตด้วย "เรื่องราว" (Storytelling) และกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง ดังเช่นความสำเร็จในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนไทย-เมียนมา หรือการปรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธให้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวอาเซียน ซึ่งช่วยกระจายรายได้และสืบสานอัตลักษณ์ท้องถิ่นไปพร้อมกัน

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนยังต้องเปิดมุมมองใหม่ต่อ "ผู้เล่น" ในระบบ โดยเฉพาะการมองแรงงานข้ามชาติ เช่น แรงงานเมียนมา ในฐานะ "ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต" (Living Cultural Assets) ไม่ใช่เพียงแรงงานราคาถูก เพราะกลุ่มคนเหล่านี้ใช้การท่องเที่ยวแสวงบุญเป็นเครื่องมือทางจิตวิทยาใน

การสร้างตัวตน ความภาคภูมิใจ และการยอมรับทางสังคมในยามว่างเว้นจากงานหนัก ไม่ว่าจะผ่านการรวมกลุ่มรักษาอัตลักษณ์หรือการเข้าร่วมประเพณีกับคนไทย ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งอนาคตจึงต้องให้ความสำคัญกับ "คน" และ "เรื่องเล่า" เหนือวัตถุ และมองเห็นทุกคนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างความยั่งยืนที่แท้จริง

6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจ ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ดังแสดงในภาพประกอบที่ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

โดยมีรายละเอียดความสัมพันธ์ของตัวแปรดังนี้

(1) ตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยกำหนดให้ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแปรต้นในการศึกษา เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และความแตกต่างทางสถิติ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

(2) ตัวแปรตาม ประกอบด้วยตัวแปรหลักที่ต้องการศึกษา 2 ส่วน ได้แก่ พฤติกรรมและแรงจูงใจเพื่อศึกษาลักษณะการท่องเที่ยวและความสนใจของชาวพม่า และระดับความพึงพอใจเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวและการบริการ

(3) ผลลัพธ์และผลกระทบ จากการศึกษาตัวแปรข้างต้น จะนำไปสู่การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม และนำไปสู่การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม" เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวของชาวพม่า รวมถึง ค้นหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเน้นการออกแบบแบบลำดับขั้น แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นการสำรวจพฤติกรรม แรงจูงใจ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในวงกว้าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการอธิบายผลลัพธ์เชิงลึกและรวบรวมข้อเสนอแนะผ่านการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อนำมาสนับสนุนผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ชาวพม่าที่พำนักหรือเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยอ้างอิงข้อมูลจำนวนแรงงานต่างด้าวสัญชาติพม่าและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวนประมาณ 12,354 คน (ข้อมูลจากสำนักบริหารแรงงานต่างด้าว, 2567)

2.2 กลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีจำนวนมากและต้องใช้สถิติวิเคราะห์ขั้นสูง ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามกฎของ Roscoe (1975) ที่ระบุว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ควรอยู่ระหว่าง 30-500 คน และต้องมีจำนวนมากพอสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวนทั้งสิ้น 227 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพียงพอต่อความน่าเชื่อถือทางสถิติและการทดสอบสมมติฐาน

2.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

(1) เป็นชาวพม่า (นักท่องเที่ยวหรือแรงงาน) ที่อาศัยหรือเดินทางเข้ามาในจังหวัดเพชรบูรณ์

(2) มีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือเดินทางไปยังศาสนสถานในจังหวัดเพชรบูรณ์

เหตุผลประกอบการเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ดังนี้

1. ลักษณะเฉพาะของประชากรที่ไม่สามารถทำบัญชีรายชื่อได้

ประชากรในการศึกษานี้คือ "ชาวพม่า" (นักท่องเที่ยวและแรงงาน) ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่มีฐานข้อมูลรายชื่อที่สมบูรณ์หรือแน่นอน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเคลื่อนย้ายตลอดเวลา ทำให้ไม่สามารถใช้วิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น เช่น การสุ่มอย่างง่าย ได้ เพราะเราไม่ทราบจำนวนและรายชื่อที่แน่นอนของคนที่กำลังจะเดินเข้ามาเที่ยวในวัด

2. ความจำเป็นต้องคัดกรองคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูล

งานวิจัยนี้ต้องการข้อมูลเรื่อง "ความพึงพอใจ" และ "แรงจูงใจ" ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม "จำเป็นต้องมีประสบการณ์ตรง"

2.1 หากใช้วิธีสุ่มทั่วไป อาจได้ชาวพม่าที่ไม่เคยไปวัด หรือเพิ่งย้ายมาทำงานและยังไม่เคยท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ข้อมูลคลาดเคลื่อน

2.2 การใช้ Purposive Sampling ช่วยให้ผู้วิจัยกำหนด เกณฑ์การคัดเข้า ได้ชัดเจน คือ ต้องเป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว หรือทำงานในธุรกิจบริการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 6 เดือน เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้สะท้อนความเป็นจริงที่สุด

3. ข้อจำกัดด้านการเข้าถึงและระยะเวลา

กลุ่มแรงงานและนักท่องเที่ยวชาวพม่าเป็นกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ และอาจมีข้อจำกัดด้านการสื่อสารหรือความไว้วางใจ การเจาะจงลงไปยัง "แหล่งเฉพาะ" ที่กลุ่มเป้าหมายรวมตัวกัน เช่น วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว หรือสถานประกอบการที่มีแรงงานพม่าจำนวนมาก จึงเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวน 227 ชุด ภายในระยะเวลาที่กำหนด

4. สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยต้องการศึกษา "พฤติกรรม" และ "ความพึงพอใจ" ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงลึกเฉพาะบุคคล การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็น "ตัวแทนของปรากฏการณ์" ที่ศึกษาอย่างแท้จริง ไม่ใช่แค่ตัวแทนของประชากรเชิงจำนวน

2.4 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 คน โดยคัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ประกอบด้วย

- (1) ตัวแทนนักท่องเที่ยว/แรงงานชาวพม่า จำนวน 8 คน
- (2) พระสงฆ์ มัคทายก หรือผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน
- (3) ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน 4 คน
- (4) เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและแรงจูงใจ สอบถามเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข้อมูล วัตถุประสงค์การเดินทาง และกิจกรรมที่สนใจ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ ประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมและการบริการท่องเที่ยว โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ผลกระทบและข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และปัญหาที่พบ

3.2 แบบสัมภาษณ์

เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ครอบคลุมประเด็นเรื่องแรงจูงใจเชิงลึก ปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ความตรง (Validity) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.96

ความเที่ยง (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.82 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มีนาคม ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568 ตามขั้นตอนดังนี้

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ลงพื้นที่แจกแบบสอบถาม ณ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (เช่น วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว) และสถานประกอบการที่มีแรงงานชาวพม่า จนครบจำนวน 227 ชุด

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ นัดหมายและดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 คน พร้อมจดบันทึกและบันทึกเสียง (เมื่อได้รับอนุญาต)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ตามรายละเอียดดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา

ใช้เพื่อบรรยายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษา

ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ ฯลฯ) และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้สำหรับแปลผลระดับความพึงพอใจและความคิดเห็น

5.2 สถิติเชิงอนุมาน

ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานและหาความสัมพันธ์ของตัวแปร:

การทดสอบที (Independent Samples t-test) เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจจำแนกตามเพศ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA / F-test) เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจจำแนกตาม อายุ อาชีพ และรายได้

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Spearman Rank Correlation): หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ การศึกษา รายได้) กับระดับความพึงพอใจ

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทำนายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ใช้ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลการสัมภาษณ์ โดยการจัดหมวดหมู่ประเด็น (Thematic Analysis) เชื่อมโยงกับบริบทเพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการพัฒนา

6. จริยธรรมการวิจัย

ผู้วิจัยยึดมั่นในหลักจริยธรรมโดยการชี้แจงวัตถุประสงค์แก่ผู้ให้ข้อมูล ขอความยินยอมก่อนเก็บข้อมูล (Informed Consent) และเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับ ใช้รหัสแทนชื่อจริงในการวิเคราะห์ผล เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้ โครงการวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ 2568

7. ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มชาวพม่าในจังหวัดเพชรบูรณ์ และมีข้อจำกัดด้านภาษาในบางกรณีที่ต้องใช้ล่ามแปล ซึ่งผู้วิจัยได้ระมัดระวังโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเรื่อง “นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” นำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ประการ ได้แก่

- (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความสนใจ และแรงจูงใจของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์
- (2) เพื่อประเมินความพึงพอใจและศึกษาความคิดเห็นของชาวพม่าที่มีต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยว
- (3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวพม่า
- (3) เพื่อรวบรวมปัญหา ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์

1. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

f แทน ความถี่ (Frequency)

% แทน ร้อยละ (Percentage)

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

t แทน ค่าสถิติทดสอบที (t-test)

F แทน ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test)

r แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

B แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)

R^2 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination)

p หรือ Sig. แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Statistical Significance)

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรม แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และผลกระทบจากการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 5 ปัญหา ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคูณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวและแรงงานชาวพม่าในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 227 คน โดยจำแนกตามตัวแปรสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เพื่อให้เห็นภาพรวมโครงสร้างของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (n=227)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	90	39.6
หญิง	137	60.4
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	20	8.8
20-30 ปี	84	37.0
31-40 ปี	82	36.1
41-50 ปี	25	11.0
มากกว่า 50 ปี	16	7.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	93	41.0
มัธยมศึกษา	101	44.5
อุดมศึกษา	29	12.8
อื่น ๆ	4	1.8
อาชีพ		

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	34	15.0
เกษตรกร/กรรม/ชาวนา	22	9.7
คนงาน	147	64.8
ยังหางานอยู่	8	3.5
อื่นๆ	16	7.0
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	68	30.0
10,001-15,000 บาท	107	47.1
15,001-20,000 บาท	32	14.1
20,001-25,000 บาท	10	4.4
25,001-30,000 บาท	5	2.2
มากกว่า 30,001 บาท	5	2.2
รวม	227	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 227 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 และเพศชาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6

ด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 84 คน (ร้อยละ 37.0) รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 82 คน (ร้อยละ 36.1) และน้อยที่สุดคือช่วงอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 16 คน (ร้อยละ 7.0)

ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 101 คน (ร้อยละ 44.5) รองลงมาคือระดับประถมศึกษา จำนวน 93 คน (ร้อยละ 41.0) ส่วนระดับอื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 คน (ร้อยละ 1.8)

ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพคนงาน จำนวน 147 คน (ร้อยละ 64.8) รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 34 คน (ร้อยละ 15.0) และน้อยที่สุดคือผู้ที่ยังหางานอยู่ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 3.5)

สำหรับรายได้ต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 107 คน (ร้อยละ 47.1) รองลงมาคือต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 68 คน (ร้อยละ 30.0) ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,001 บาท มีจำนวนเท่ากันคือกลุ่มละ 5 คน (ร้อยละ 2.2)

3.2 พฤติกรรม แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และผลกระทบจากการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจในการเดินทาง กิจกรรมที่สนใจ ระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมและการบริการ รวมถึงความคิดเห็นที่มีต่อ

ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 2 ถึงตารางที่ 6

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการรับรู้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (n=227)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ช่องทางที่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว		
1.1 โซเชียลมีเดีย	77	33.9
1.2 หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	2	0.9
1.3 วิทยุ/โทรทัศน์	137	60.4
1.4 คำแนะนำจากเพื่อน/ครอบครัว	153	67.4
1.5 อื่น ๆ	0	0.0
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		
2.1 การแสวงบุญ	63	27.8
2.2 การพักผ่อน	151	66.5
2.3 การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	14	6.2
2.4 การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา	141	62.1
2.5 อื่น ๆ	0	0.0
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด		
3.1 การเยี่ยมชมวัด	199	87.7
3.2 การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (บุญเตลู/แก้ชง)	153	67.4
3.3 การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	8	3.5
3.4 การชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	36	15.9
3.5 อื่น ๆ	2	0.9

จากตารางที่ 2 พบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการรับรู้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดเพชรบูรณ์มากที่สุด คือ คำแนะนำจากเพื่อนหรือครอบครัว (ร้อยละ 67.4) รองลงมาคือสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ (ร้อยละ 60.4) และโซเชียลมีเดีย (ร้อยละ 33.9) ตามลำดับ ในด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ต้องการมาเพื่อ การพักผ่อน (ร้อยละ 66.5) และเพื่อ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (ร้อยละ 62.1) ในขณะที่การแสวงบุญมีสัดส่วนรองลงมา (ร้อยละ 27.8) สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด พบว่าคือ การเยี่ยมชมวัด ซึ่งมีจำนวนสูงถึงร้อยละ 87.7 รองลงมาคือ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (เช่น การทำบุญสายบุญเตลู วัตถุมงคล) ร้อยละ 67.4 ส่วนการชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มี ร้อยละ 15.9

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (n=227)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้าร่วม	4.27	0.73	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมี ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.735)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อบริการ (n=227)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	2.82	1.26	ปานกลาง
2. ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยว	2.88	1.26	ปานกลาง
3. คุณภาพของไกด์นำเที่ยว/ผู้ให้ข้อมูลสถานที่	3.07	1.34	ปานกลาง
4. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.11	1.30	ปานกลาง
5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.19	1.31	ปานกลาง
6. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (ป้ายสื่อสาร, แผ่นพับ, แอปพลิเคชัน)	3.15	1.30	ปานกลาง
7. คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (ห้องน้ำ, ที่นั่งพัก, ร้านอาหาร)	3.20	1.33	ปานกลาง
8. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร (ภาษาพม่า/ภาษาอังกฤษ)	3.15	1.35	ปานกลาง
9. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.14	1.41	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.08	1.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 3.20$) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย ($\bar{x} = 3.195$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ($\bar{x} = 2.82$) และ ความสะอาดและความเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 2.88$) ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสังเกตสำหรับการปรับปรุง

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการพัฒนาบริการ (n=227)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10. ปัญหาในการใช้บริการ		
1. การเดินทางไม่สะดวก	114	50.2
2. บริการไม่เป็นมิตร	105	46.3
3. ข้อมูลไม่เพียงพอ	90	39.7
4. การสื่อสารภาษา	66	29.1
5. ค่าใช้จ่ายสูง	32	14.1
6. อื่นๆ	0	0.0
11. สิ่งที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด		
1. สิ่งอำนวยความสะดวก	131	57.7
2. ระบบขนส่งสาธารณะ	87	38.3
3. ราคาค่าบริการ	87	38.3
4. ระบบข้อมูลข่าวสาร	48	21.2
5. บริการนำเที่ยว	42	18.5
6. อื่นๆ	2	0.9

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัญหาหลักที่นักท่องเที่ยวประสบคือ การเดินทางไม่สะดวก (ร้อยละ 50.2) และ บริการไม่เป็นมิตร (ร้อยละ 46.3) สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนามากที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 57.7) รองลงมาคือ ระบบขนส่งสาธารณะ และ ราคาค่าบริการ ในสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 38.3)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (n=227)

รายการประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น		
1.1 สร้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการ	153	67.4
1.2 ขยายธุรกิจท้องถิ่น (เช่น ร้านค้า ที่พัก ร้านอาหาร)	153	67.4
1.3 สร้างรายได้ให้กับชุมชน	58	25.6
1.4 อื่น ๆ	2	0.9
2. ผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและวัฒนธรรม		
2.1 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน	155	68.3
2.2 การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาวพม่าและคนท้องถิ่น	58	25.6
2.3 การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น	12	5.3
2.4 อื่น ๆ	0	0.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ในด้านผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมากที่สุดใน 2 ประเด็นหลัก คือ การสร้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการ และ การขยายธุรกิจท้องถิ่น ซึ่งมีจำนวนเท่ากันที่ร้อยละ 67.4 รองลงมาคือการช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน (ร้อยละ 25.6) สำหรับผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและวัฒนธรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยในเรื่อง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือเกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาวพม่าและคนท้องถิ่น (ร้อยละ 25.6) และน้อยที่สุดคือเรื่องการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น (ร้อยละ 5.3)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. คุณมีข้อเสนอแนะอะไรในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์?

- 1) ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้มากขึ้นในกิจกรรมทางศาสนาและงานสวัสดิการสังคม
- 2) ควรกระตุ้นความสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มชาวต่างชาติและแรงงานในโรงงาน
- 3) ควรนำเสนอและเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น
- 4) ควรเพิ่มจำนวนโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวก และร้านค้า จำนวน 2 คน
- 5) ควรมีร้านอาหารเพิ่มขึ้น
- 6) ควรเพิ่มพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะและที่นั่งพักผ่อน
- 7) ควรพัฒนาการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การต้อนรับที่เป็นมิตร และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมและศาสนาให้สูงขึ้น

2. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ควรปรับปรุงในการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์?

ควรปรับปรุงบริการด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น ระบบขนส่ง ศูนย์ข้อมูล และพื้นที่สาธารณะสำหรับผู้มาเยือนวัดและศาสนสถาน

3.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ และรายได้) โดยใช้สถิติ t-test และ F-test (One-way ANOVA) นอกจากนี้ ยังได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงผลในตารางที่ 7 ถึงตารางที่ 12

(1) การเปรียบเทียบจำแนกตามเพศ

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจที่

ได้รับหรือไม่ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (Independent Samples t-test) ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	$\bar{x}$	S.D.	t	p-value
ชาย	90	2.61	1.30	-4.68*	0.000
หญิง	137	3.39	1.08		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t=-4.68$, $p=.000$) โดย เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย ($\bar{x}$ 3.39) สูงกว่าเพศชาย ($\bar{x}$ =2.61)

(2) การเปรียบเทียบจำแนกตามอายุ

สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจจำแนกตามช่วงอายุ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มอายุ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หรือ F-test เพื่อตรวจสอบว่านักท่องเที่ยวและแรงงานพม่าที่มีช่วงวัยต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	49.33	4	12.33	9.54*	0.000
ภายในกลุ่ม	286.91	222	1.29		
รวม	336.24	226			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 8 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามช่วงอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=9.54$, $p=.000$)

ผลการเปรียบเทียบรายคู่จำแนกตามอายุ

จากการวิเคราะห์ Scheffe/Tukey พบว่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญอยู่ที่กลุ่ม "อายุ 31-40 ปี" ซึ่งมีความพึงพอใจ ต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ

ตารางที่ 8.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามช่วงอายุ (เฉพาะคู่ที่มีนัยสำคัญ)

คู่ที่เปรียบเทียบ (ช่วงอายุ)	ผลต่างค่าเฉลี่ย (I-J)	p-value	แปลผล
31-40 ปี vs ต่ำกว่า 20 ปี	-1.05	.003**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจน้อยกว่า
31-40 ปี vs 20-30 ปี	-0.66	.002**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจน้อยกว่า
31-40 ปี vs 41-50 ปี	-0.90	.006**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจน้อยกว่า
31-40 ปี vs มากกว่า 50 ปี	-1.56	.000**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจน้อยกว่า

จากตารางที่ 8.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(3) การเปรียบเทียบจำแนกตามอาชีพ

ในด้านการประกอบอาชีพ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาททางสังคมและลักษณะการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำแนกตามกลุ่มอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) เพื่อหาข้อสรุปทางสถิติ ดังแสดงผลในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	69.36	4	17.34	14.42*	0.000
ภายในกลุ่ม	266.88	222	1.20		
รวม	336.24	226			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 9 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=14.42$, $p=.000$)

ผลการเปรียบเทียบรายคู่จำแนกตามอาชีพ

ความแตกต่างหลักอยู่ที่กลุ่ม "คนงาน" ซึ่งมีความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มเจ้าของธุรกิจและเกษตรกรอย่างชัดเจน

ตารางที่ 9.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามอาชีพ (เฉพาะคู่ที่มีนัยสำคัญ)

คู่ที่เปรียบเทียบ (อาชีพ)	ผลต่างค่าเฉลี่ย (I-J)	p-value	แปลผล
คนงาน vs ธุรกิจส่วนตัว	-1.27	.000**	กลุ่มคนงาน พึงพอใจ น้อยกว่า
คนงาน vs เกษตรกรรม/ชาวนา	-1.33	.000**	กลุ่มคนงาน พึงพอใจ น้อยกว่า

จากตารางที่ 9.1 พบว่า กลุ่มอาชีพ "คนงาน" มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวและเกษตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(4) การเปรียบเทียบจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การวิเคราะห์เปรียบเทียบในประเด็นด้านเศรษฐกิจ ผู้วิจัยได้จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับรายได้ต่อเดือนและทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้วยสถิติ F-test เพื่อศึกษาว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันหรือไม่ ผลการศึกษาปรากฏดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	107.67	5	21.53	20.91*	0.000
ภายในกลุ่ม	228.57	221	1.03		
รวม	336.24	226			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 10 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=20.91$, $p=.000$)

ผลการเปรียบเทียบรายคู่จำแนกตามรายได้

พบสิ่งที่น่าสนใจมากคือ กลุ่ม "รายได้ 10,001-15,000 บาท" (ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด) มีความพึงพอใจ ต่ำที่สุด อย่างโดดเด่น ในขณะที่กลุ่มรายได้น้อยกว่าและมากกว่ากลับมีความพึงพอใจสูงกว่า

ตารางที่ 10.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (เฉพาะคู่ที่มีนัยสำคัญ)

คู่ที่เปรียบเทียบ (รายได้)	ผลต่างค่าเฉลี่ย (I-J)	p- value	แปลผล
10,001-15,000 vs ต่ำกว่า 10,000	-1.29	.000**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs 15,001-20,000	-1.54	.000**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs 20,001-25,000	-1.00	.041*	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs 25,001-30,000	-1.75	.003**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs มากกว่า 30,001	-1.64	.007**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า

จากตารางที่ 10.1 พบว่า กลุ่มผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท (ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่) มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มรายได้อื่นๆ เกือบทุกกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(5) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์

นอกเหนือจากการเปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่ม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล (ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้) กับระดับความพึงพอใจทั้งในด้านกิจกรรมและด้านบริการ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน เพื่อพิจารณาทิศทางและขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้ ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's Rho) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจ

ตัวแปร	1. อายุ	2. ระดับการศึกษา	3. รายได้	4. ความพึงพอใจ (กิจกรรม)	5. ความพึงพอใจ (บริการ)
1. อายุ	1.00				
2. ระดับการศึกษา	-0.108	1.00			
3. รายได้ต่อเดือน	.210**	.199**	1.00		
4. ความพึงพอใจ (กิจกรรม)	.152*	.141*	.182**	1.00	
5. ความพึงพอใจ (บริการ)	-.014	-.384**	-.005	-.341**	1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษากับความพึงพอใจ พบความสัมพันธ์ใน ทิศทางลบ อย่างมีนัยสำคัญ ($r=-.384$) หมายความว่า ยิ่งระดับการศึกษาสูง ความพึงพอใจต่อบริการยิ่งลดลง ขณะที่รายได้กับความพึงพอใจ ไม่พบความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ($r=-.005$) ในภาพรวม (แต่เมื่อแยกกลุ่ม ANOVA พบความต่าง ซึ่งแสดงว่าความสัมพันธ์อาจไม่เป็นเส้นตรง)

(6) การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจ

เพื่อให้ทราบถึงน้ำหนักของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมอย่างชัดเจน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยนำตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ เข้าสู่สมการเพื่อค้นหาปัจจัยที่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังรายละเอียดในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทำนายความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตัวแปรพยากรณ์	B (Coeff)	S.E.	t	p-value
(ค่าคงที่)	2.137	.451	4.739	.000
เพศ (1=ชาย, 2=หญิง)	0.831	.157	5.291	.000*
อายุ	0.005	.080	0.057	.955
ระดับการศึกษา	-0.546	.104	-5.270	.000*
รายได้ต่อเดือน	0.266	.075	3.568	.000*

- $R^2 = 0.227$ (ตัวแปรเหล่านี้ร่วมกันทำนายความพึงพอใจได้ร้อยละ 22.7)

- $F = 16.311$, $p < .001$ (โมเดลนี้มีความเหมาะสมเชื่อถือได้)

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ Regression ยืนยันว่ามี 3 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

1. เพศ เพศหญิงมีความพึงพอใจสูงกว่าเพศชาย ($B=0.831$)
2. ระดับการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีแนวโน้มพึงพอใจ ลดลง ($B=-0.546$) (อาจเนื่องมาจากมีความคาดหวังสูงกว่า)
3. รายได้: ผู้ที่มีรายได้สูงกว่าจะมีแนวโน้มพึงพอใจ เพิ่มขึ้น ($B=0.266$) (เมื่อควบคุมปัจจัยอื่นๆ แล้ว)

ส่วน "อายุ" เมื่อวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยอื่นแล้ว ไม่พบผลอย่างมีนัยสำคัญ ($p=.955$)

3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์

เพื่อให้การศึกษาครอบคลุมมิติเชิงลึก นอกเหนือจากข้อมูลเชิงปริมาณแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 20 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวพม่า พระสงฆ์หรือมัคทายก

ผู้ประกอบการในพื้นที่ และเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้ดังนี้

1. ด้านแรงจูงใจ

ตัวแทน นักท่องเที่ยวชาว พม่า	1. การท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวถูกมองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศเงียบสงบ ไม่แออัด และเอื้อต่อการพักผ่อน 2. ทำให้การเข้าร่วมเป็นไปอย่างราบรื่นและสบายใจ อีกทั้งยังถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่มีความหมายและช่วยเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ประเพณีที่หลากหลาย
พระสงฆ์หรือ มัคทายก	เน้นบทบาทของวัดและพระสงฆ์ในฐานะ "ผู้รักษาและถ่ายทอดวัฒนธรรม" โดยมองว่าศาสนาพุทธเป็น "ตัวเชื่อม" สำคัญที่ทำให้คนไทยและชาวพม่าอยู่ร่วมกันได้อย่างไว้วางใจ รวมถึงมองเห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้รับจากทั้งแรงงานและการท่องเที่ยวของชาวพม่า
ผู้ประกอบการใน พื้นที่	1. ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมองว่าเป็นโอกาสในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่หลากหลาย ซึ่งช่วยเสริมสร้างบรรยากาศที่คึกคักและเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง 2. ผู้ประกอบการมองว่าการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ (เมียนมา) ช่วยสร้างควมมีชีวิตชีวาให้กับชุมชนและกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคและอาหาร 3. แม้จะมีข้อจำกัดทางศาสนาที่ทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมพิธีกรรมโดยตรงได้ (กรณีผู้ให้สัมภาษณ์นับถือศาสนาอิสลาม) แต่ยังคงมีความสนใจในการเข้าร่วมสังเกตการณ์บรรยากาศของประเพณีท้องถิ่น เช่น งานอุ้มพระดำน้ำ เพื่อเรียนรู้วิถีปฏิบัติของชุมชน
หน่วยงานภาครัฐ	1. แรงจูงใจด้านเศรษฐกิจและรายได้ • การสร้างรายได้ ต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยมองว่าการมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (โดยเฉพาะชาวพม่า) จะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับร้านค้า ที่พัก และชุมชนโดยรอบ • การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น เป็นโอกาสสำคัญในการส่งเสริมและจำหน่ายสินค้า OTOP รวมถึงสินค้าพื้นเมือง เพื่อให้เศรษฐกิจฐานรากมีการเติบโต • ประโยชน์จากนักท่องเที่ยวเพื่อนบ้าน มองเห็นประโยชน์จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวพม่าที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยและสร้างรายได้ให้กับพื้นที่อย่างชัดเจน 2. แรงจูงใจด้านการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรม • การสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม มีความตั้งใจที่จะรักษาและสืบทอดวิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น วัฒนธรรมไทหล่ม การแต่งกาย (ผ้าหมี่ขิด) ภาษา และอาหารพื้นบ้าน ให้คงอยู่และส่งต่อไปยังคนรุ่นหลัง

	• การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ ต้องการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นและการแสดงศิลปวัฒนธรรม (เช่น การฟ้อนรำ) มาเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยว • การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ต้องการใช้กิจกรรมประเพณีเป็นเครื่องมือในการสอนประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (เช่น เรื่องพ่อบุญผาเมือง) ให้กับเยาวชนและคนรุ่นหลัง 3. แรงจูงใจด้านสังคมและความศรัทธา • การสร้างความสมานฉันท์ ใช้ความศรัทธาในศาสนาพุทธที่มีร่วมกันเป็น "สะพาน" ในการสร้างความเข้าใจ ความคุ้นเคย และความไว้วางใจระหว่างคนท้องถิ่นกับชาวพม่า • การเป็นที่พึ่งทางใจ ต้องการจัดหาหรือส่งเสริมสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ (เช่น เจดีย์ชเวดากองจำลอง) ให้กับชาวพม่าที่มาอาศัยหรือทำงาน เพื่อให้พวกเขามีที่ยึดเหนี่ยวและได้รับการขัดเกลาจิตใจให้เป็นคนดี
--	---

2. ด้านปัญหาและอุปสรรค

ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวพม่า	1. เสนอให้จัดทำป้ายและข้อมูลเป็นภาษาพม่า สะท้อนว่าปัจจุบันยังมีข้อจำกัดด้านภาษา ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเมียนมาอาจเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมได้ไม่ครบถ้วน 2. การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพิธีกรรมหรือกิจกรรมท้องถิ่นยังไม่เป็นระบบ ส่งผลต่อความเข้าใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 3. การสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำกัด และยังขาดการเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสม 4. การทำอาหารพื้นบ้านและการถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรม ชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมเหล่านี้ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ
พระสงฆ์หรือมัคทายก	"ความพร้อมของสถานที่" โดยเฉพาะสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ และที่จอดรถที่ต้องรองรับศรัทธามหาชน
ผู้ประกอบการในพื้นที่	1. ผู้ประกอบการสะท้อนว่านักท่องเที่ยวชาวเมียนมาส่วนใหญ่มุ่งเน้นการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก ในขณะที่สินค้าประเภทของฝากหรือของที่ระลึกกลับมียอดจำหน่ายน้อยหรือแทบไม่มีการจับจ่าย ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางกลุ่มมองว่าได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจไม่เต็มที่ หรือมองเป็นผลกระทบเชิงลบในแง่ของกำลังซื้อ 2. อุปสรรคด้านการสื่อสาร พบปัญหาเรื่องกำแพงภาษาในการสื่อสารเจรจาซื้อขาย ซึ่งต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยการใช้ภาษากายหรืออุปกรณ์ช่วยคำนวณ 3. ปัญหาความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากถนนหนทางและ

	ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน (น้ำ, ไฟ) ในบางพื้นที่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการรองรับนักท่องเที่ยว
หน่วยงานภาครัฐ	ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและสาธารณูปโภค • การจัดการขยะ ปริมาณขยะเพิ่มสูงขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบว่านักท่องเที่ยว 1 คน สร้างขยะ 1 ชิ้น ซึ่งเป็นผลกระทบด้านลบที่ตามมาจากการท่องเที่ยว • การจราจรติดขัด: ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะบริเวณทางขึ้นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอย่างวัดพระธาตุผาซ้อนแก้ว การจราจรจะติดขัดมาก • ภูมิทัศน์และความสะอาด สภาพภูมิทัศน์และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังต้องได้รับการปรับปรุงและดูแลให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก 2. ปัญหาด้านการบริหารจัดการและบริการข้อมูล • ขาดแคลนมัคคุเทศก์/ผู้นำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่มีเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์คอยให้ข้อมูลและแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว • รูปแบบการสื่อสารข้อมูล ปัจจุบันบางสถานที่ใช้วิธีเขียนป้ายประวัติแปะไว้ให้อ่าน ซึ่งแม้จะช่วยให้ได้ส่วนหนึ่ง แต่ยังไม่เพียงพอต่อการสร้างความเข้าใจลึกซึ้งเท่ากับการมีคนคอยอธิบายและตอบคำถาม • การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดยังต้องได้รับการเน้นย้ำและส่งเสริมเพิ่มเติม 3. อุปสรรคด้านข้อจำกัดของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ชาวพม่า) • ข้อจำกัดในการเดินทางกลับภูมิลำเนา แรงงานชาวพม่าที่มาทำงานในพื้นที่อาจไม่สามารถกลับไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่บ้านเกิดได้ ทำให้เกิดความต้องการสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจในพื้นที่ทำงานทดแทน (เช่น เจดีย์จำลอง)

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ตัวแทน นักท่องเที่ยวชาว พม่า	1. ควรสนับสนุนการจัดทำป้ายและสื่อข้อมูลหลายภาษา โดยเฉพาะภาษาพม่า เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พิธีกรรม และกิจกรรมทางวัฒนธรรมได้ อย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย 2. ควรกำหนดแนวทางการอธิบายกิจกรรมและพิธีกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อ เสริมสร้างความเข้าใจ คุณค่า และความหมายของกิจกรรมทางวัฒนธรรมแก่ผู้เข้าร่วม 3. ควรสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมวัฒนธรรมในชุมชน เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน การถ่ายทอดเรื่องราวและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและ เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว 4. ควรส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และช่องทางดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อขยายการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายอย่าง มีประสิทธิภาพ 5. ควรวางแผนทางสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้รายได้กระจายสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน
พระสงฆ์หรือ มัคทายก	อนุรักษ์ ต้องคงความขลังและวิถีเดิม การศึกษา ต้องเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เปิดกว้าง พัฒนา ต้องปรับปรุงความสะอาด สะอาด และปลอดภัย
ผู้ประกอบการใน พื้นที่	1. ภาครัฐควรเน้นการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็น ได้แก่ ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า และถนนหนทางให้สะดวกต่อการสัญจร โดยไม่จำเป็นต้องเน้นความหรูหราเกิน ความจำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมา เยือนซ้ำ 2. ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน (Authentic Culture) โดยไม่ต้องปรุงแต่งหรือเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์เพื่อเอาใจ นักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการมาสัมผัสธรรมชาติและวิถี ชีวิตจริง 3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรตระหนักว่านักท่องเที่ยวชาวเมียนมามีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการศาสนา (เช่น การทำบุญ, ทอดกฐิน) มากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง หรือช้อปปิ้ง เพื่อให้สามารถวางแผนการรองรับได้ตรงจุด
หน่วยงานภาครัฐ	1. ด้านการพัฒนาบุคลากรและการให้ข้อมูล • จัดหาผู้นำเที่ยว (มัคคุเทศก์) ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ หรือมัคคุเทศก์ประจำแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อคอยให้ข้อมูล แนะนำประวัติความเป็นมา และรายละเอียดทาง วัฒนธรรมแก่ท่องเที่ยวแบบตัวต่อตัว • ลดการพึ่งพาป้ายข้อมูลเพียงอย่างเดียว การมีบุคคลคอยอธิบายจะช่วยให้

	นักท่องเที่ยวเข้าใจลึกซึ้งและสอบถามข้อสงสัยได้ดีกว่าการอ่านป้ายประวัติเพียงอย่างเดียว 2. ด้านการบริหารจัดการพื้นที่และสิ่งแวดล้อม • ปรับปรุงภูมิทัศน์และความสะอาด ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงภูมิทัศน์และการรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก • การบริหารจัดการขยะ เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ขยะเพิ่มขึ้น จึงต้องมีมาตรการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ รองรับช่วงเทศกาลที่มีคนหนาแน่น • การจัดการจราจร ควรมีการบริหารจัดการจราจรบริเวณทางขึ้นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพ) เพื่อลดปัญหาการจราจรติดขัด 3. ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรมและสังคม • สร้างพื้นที่ทางจิตวิญญาณสำหรับแรงงานต่างชาติ เสนอให้มีการสร้างหรือจำลองสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ (เช่น เจดีย์ชเวดากอง) เพิ่มเติม เพื่อเป็นศูนย์รวมจิตใจให้กับพี่น้องชาวพม่าที่มาทำงานและไม่สามารถกลับภูมิลำเนาได้ ซึ่งจะช่วยขัดเกลาจิตใจให้เป็นคนดี • ใช้ศาสนาเป็นจุดเชื่อมโยง ส่งเสริมให้วัดและศาสนสถานเป็นพื้นที่กลางในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนท้องถิ่นและชาวพม่า 4. ด้านการประชาสัมพันธ์และการอนุรักษ์ • ประชาสัมพันธ์เชิงรุก เน้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น • รักษาอัตลักษณ์ชุมชน นโยบายการท่องเที่ยวต้องควบคู่ไปกับการส่งเสริมและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ไม่ให้สูญหายไป
--	---

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง "นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความสนใจ และแรงจูงใจของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเมินความพึงพอใจและความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ รวมถึงรวบรวมปัญหาและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชาวพม่าในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 227 คน ด้วยแบบสอบถาม และผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 คน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.4) มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 37.0) การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 44.5) ประกอบอาชีพคนงาน (ร้อยละ 64.8) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-15,000 บาท

1.2 พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ช่องทางการรับรู้ข้อมูล ส่วนใหญ่รับรู้ผ่านคำแนะนำจากเพื่อนหรือครอบครัว (ร้อยละ 67.4) รองลงมาคือวิทยุ/โทรทัศน์ และสื่อโซเชียลมีเดีย

แรงจูงใจและกิจกรรม แรงจูงใจหลักคือการพักผ่อนและการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา โดยกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ การเยี่ยมชมวัด (ร้อยละ 87.7) และ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา/สายมูเตลู (ร้อยละ 67.4)

1.3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$)

ด้านการบริการ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$) โดยมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจน้อยในด้านความสะดวกสบายในการเดินทางและความสะอาดของสถานที่

1.4 ความคิดเห็นต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการท่องเที่ยวของชาวพม่าช่วย สร้างงานในภาคบริการและขยายธุรกิจท้องถิ่น (ร้อยละ 67.4) และช่วย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน (ร้อยละ 68.3)

1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน (ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ)

ผลการวิเคราะห์หัตถดอยพบว่าคุณพบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศหญิงและผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มพึงพอใจมากกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มพึงพอใจน้อยกว่า

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง "นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม" ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยศรัทธา (Faith-based Tourism)

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวของชาวพม่าคือการพักผ่อน (ร้อยละ 66.5) และการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (ร้อยละ 62.1) โดยกิจกรรมที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือการเยี่ยมชมวัด (ร้อยละ 87.7) และการเข้าร่วมพิธีกรรม "มูเตลู" หรือการแก้ขง (ร้อยละ 67.4) 1111ประเด็นนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Religious Tourism) ของ UNWTO (2017) ที่ระบุว่าความศรัทธาทางจิตวิญญาณเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทาง 2 และสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen (1992) ที่จำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่าเป็น "Pilgrim-Tourist" หรือนักท่องเที่ยวผู้แสวงบุญ ซึ่งแม้จะมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน แต่กิจกรรมหลักยังคงวนเวียนอยู่กับการทำบุญและการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 3 นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2560) ที่พบว่าแรงงานชาวเมียนมาในไทยมีลักษณะเป็นกลุ่ม "สายบุญ" ที่ใช้การไปวัดเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานไกลบ้าน สะท้อนให้เห็นว่า วัดและศาสนสถานในจังหวัดเพชรบูรณ์ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพ แต่เป็นพื้นที่ทางสังคม (Social Space) ที่ตอบสนองความต้องการทางจิตใจของชาวพม่าอย่างลึกซึ้ง

2.2 ช่องว่างคุณภาพการบริการด้านการเข้าถึงและการสื่อสาร

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการบริการพบว่าอยู่ในระดับ "ปานกลาง" ($\bar{x}=3.08$) โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ($\bar{x}=2.825$) และ ความสะอาด/ความเป็นระเบียบ ($\bar{x}=2.88$) 5555ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาความไม่พร้อมขององค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5 A's) ของ Dickman (1996) ในด้าน การเข้าถึง (Accessibility) ที่ระบุว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวต้องมี 6 การขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงไปยังวัดสำคัญส่งผลกระทบโดยตรงต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ปัญหาด้านการสื่อสารภาษาและบริการที่ไม่เป็นมิตร ยังสอดคล้องกับเกณฑ์คุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) ในด้าน การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ซึ่งการขาด

บุคลากรที่เข้าใจภาษาหรือวัฒนธรรมทำให้เกิดช่องว่างในการให้บริการ และสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ พระมหาสุหิตย์ อาภากร และคณะ (2564) ที่ระบุว่าวัดไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวโดยจัดทำป้ายสื่อสาร ภาษาเพื่อนบ้านเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบประเด็นที่น่าสนใจคือ "ระดับการศึกษา" มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจ ($r = -.384$) หมายความว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจลดลง ปรากฏการณ์นี้สามารถอธิบายได้ด้วย แนวคิดความพึงพอใจของ Kotler (2003) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่าง "ความคาดหวัง" กับ "ประสบการณ์ที่ได้รับจริง" กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวพม่าที่มีการศึกษาสูงมักมีความคาดหวังต่อมาตรฐานการจัดการ ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สูงกว่ากลุ่มแรงงานทั่วไป เมื่อมาพบข้อจำกัดของพื้นที่จึงเกิดความผิดหวังมากกว่า ในทางตรงกันข้าม ผลวิจัยพบว่า "รายได้" มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ ซึ่งอาจเนื่องมาจากกลุ่มที่มีรายได้สูงมีกำลังซื้อ (High Purchasing Power) ที่จะสามารถเข้าถึงบริการที่สะดวกสบายกว่าได้ เช่น การเหมารถเดินทางส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ Thai Rath Online (2566) ที่ระบุว่ากลุ่มแรงงานพม่าเริ่มมีสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นและยินดีจ่ายใช้สอยเพื่อความสะดวกสบายและการทำบุญ

บทบาทของการศึกษาและรายได้ (Suppression Effect) ประเด็นที่น่าสนใจที่สุดจากการวิจัยครั้งนี้คือ "ความย้อนแย้งของปัจจัยส่วนบุคคล" กล่าวคือ ระดับการศึกษา (ยิ่งสูง ยิ่งไม่พอใจ) ผลวิจัยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมีความพึงพอใจต่ำกว่า ซึ่งอธิบายได้ด้วยแนวคิด Expectation-Confirmation Theory ของ Oliver (1980) ที่ว่าผู้ที่มีความรู้มากมักมีความคาดหวังต่อมาตรฐานบริการสูงกว่าปกติ เมื่อมาพบสภาพจริงที่ไม่สมบูรณ์จึงเกิดความผิดหวังง่ายกว่ากลุ่มแรงงานทั่วไป รายได้ (ตัวแปรที่ถูกซ่อนเร้น) แม้การวิเคราะห์เบื้องต้นจะไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจ แต่เมื่อควบคุมตัวแปรการศึกษาออกไป (ผ่านสมการถดถอย) กลับพบว่า "รายได้ส่งผลเชิงบวกอย่างชัดเจน" ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า Suppression Effect โดยมีระดับการศึกษาเป็นตัวแปรขัดขวาง กล่าวคือ คนรายได้สูงมักมีการศึกษาสูง (ซึ่งทำให้พึงพอใจยาก) แต่หากมองที่อำนาจการซื้อเพียงอย่างเดียว ผู้ที่มีรายได้สูงย่อมมีความสามารถในการซื้อความสะดวกสบายและเข้าถึงบริการที่ดีกว่า จึงมีโอกาสปึงพอใจมากกว่านั่นเอง ขณะที่วัยทำงานและรายได้ปานกลาง ผลการวิเคราะห์เจาะลึกพบว่า กลุ่มอายุ 31-40 ปี และกลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุด ซึ่งอาจอธิบายได้ตาม ทฤษฎีช่วงวัย (Life Stage Theory) ว่าคนกลุ่มนี้อยู่ในวัย "The Sandwich Generation" ที่แบกรับภาระค่าใช้จ่ายและความเครียดจากการทำงานสูง ทำให้มีความอ่อนไหวต่อความคุ้มค่า (Value for Money) มากที่สุด เมื่อต้องจ่ายเงินท่องเที่ยวแต่ได้รับบริการที่ไม่สะดวกสบาย จึงเกิดความไม่พึงพอใจมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นหรือผู้สูงอายุ

2.4 บทบาททางเศรษฐกิจและสังคมในฐานะ "นักท่องเที่ยว" (Migrant as Tourist)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวของชาวพม่าช่วยสร้างงานในภาคบริการและขยายธุรกิจท้องถิ่น (ร้อยละ 67.4) รวมถึงช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน (ร้อยละ 68.3)

ผลการศึกษาสนับสนุน แนวคิด "Migrant as Tourist" ของ Cohen (2001) ที่อธิบายว่าแรงงานข้ามชาติจะเปลี่ยนสถานะจากผู้ใช้แรงงานมาเป็นนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อการพักผ่อนและสันทนาการ การใช้จ่ายของชาวพม่าในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ก่อให้เกิด ผลทวีคูณทางเศรษฐกิจ (Multiplier Effect) ตามแนวคิดของ UNWTO (2017) ที่เม็ดเงินหมุนเวียนสู่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ ในมิติทางสังคม ผลวิจัยยัง สอดคล้องกับ Riegg (2019) ที่พบว่าการปฏิสัมพันธ์ผ่านการค้าและการท่องเที่ยวช่วยลดอคติทางชาติพันธุ์และสร้าง "พื้นที่ทางสังคมร่วม" ระหว่างคนไทยเจ้าของบ้านและชาวพม่าผู้มาเยือน ซึ่งเป็นรากฐานของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

3. องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาเรื่อง "นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม" ผู้วิจัยได้ค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถสังเคราะห์เป็นโมเดลหรือข้อสรุปเชิงทฤษฎีในบริบทพื้นที่ได้ ดังนี้

3.1 การเปลี่ยนผ่านสถานะจาก "ผู้ใช้แรงงาน" สู่ "ผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก"

งานวิจัยนี้ได้พิสูจน์เชิงประจักษ์ว่า ชาวพม่าในจังหวัดเพชรบูรณ์ไม่ได้มีสถานะเป็นเพียง "ปัจจัยการผลิต" (แรงงาน) เท่านั้น แต่มีบทบาทคู่ขนานในฐานะ "ผู้บริโภคที่มีศักยภาพ" ผ่านกลไกการท่องเที่ยว โดยองค์ความรู้ใหม่ที่พบคือ "ศักยภาพการใช้จ่ายในท้องถิ่นไม่ได้แปรผันตามอายุ แต่แปรผันตามรายได้และรสนิยมทางวัฒนธรรม" ซึ่งเป็นการหักล้างภาพจำเดิมที่มองว่าแรงงานต่างด้าวจะส่งเงินกลับประเทศเพียงอย่างเดียว แต่พวกเขามีการหมุนเวียนรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นผ่านธุรกิจบริการ การเดินทาง และธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 โมเดลการท่องเที่ยว "ศรัทธานำทาง" ของชาวพม่า

องค์ความรู้ใหม่ที่เด่นชัดคือรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Niche Behavior) ซึ่งผู้วิจัยค้นพบว่า "ความศรัทธาและการแก้แค้น (Mutelu)" เป็นปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลเหนือกว่าการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้หรือประวัติศาสตร์³ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วนที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมนี้

- (1) แรงจูงใจ การแสวงหาที่พึ่งทางใจและการพักผ่อน (Spiritual & Leisure)
- (2) กิจกรรม เน้นวัดและพิธีกรรม "สายนู" มากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- (3) ช่องทาง ใช้ระบบ "ปากต่อปาก" ในเครือข่ายสังคมของตนเองสูงกว่าสื่อสาธารณะ

องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนี้ต้องไม่ใช่การ "ขายสถานที่" แต่เป็นการ "ขายความศรัทธาและประสบการณ์ทางจิตวิญญาณ"

3.3 ปรัชญาการณ "ความคาดหวังที่สวนทางกับการศึกษา"

องค์ความรู้ใหม่เชิงพฤติกรรมศาสตร์ที่น่าสนใจจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า "ระดับการศึกษา" มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ "ความพึงพอใจ" ($B=-0.546$) กล่าวคือ แรงงาน/นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มพึงพอใจน้อยลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง "ช่องว่างคุณภาพบริการ" ในปัจจุบัน

สิ่งนี้เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เตือนให้เห็นว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันของเพชรบูรณ์ยังตอบสนองได้ดีเฉพาะกลุ่มแรงงานระดับพื้นฐาน (Unskilled Labor) แต่ยังไม่มีความมาตรฐานเพียงพอที่จะรองรับกลุ่มแรงงานฝีมือหรือผู้ที่มีการศึกษาสูง (Skilled Labor) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและมีความคาดหวังต่อมาตรฐานบริการระบบขนส่ง และการสื่อสารที่มากกว่า

4. ข้อเสนอแนะ

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ดังนี้

4.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ (สำหรับหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ)

(1) กลยุทธ์ "สะดวก-สะอาด-สื่อสาร" ควรให้ความสำคัญเร่งด่วนกับการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะเชื่อมโยงวัดสำคัญ (Feeder System) การจัดทำป้าย/สื่อประชาสัมพันธ์ภาษาพม่า และการรักษาความสะอาดห้องน้ำ/สถานที่ เพื่อปิดจุดอ่อนด้านบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจมากที่สุด

(2) การตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม

(2.1) กลุ่มเป้าหมายหลัก (Mass Market) เน้นกิจกรรมทำบุญ แก้ว และสินค้าราคาประหยัด สำหรับกลุ่มวัยรุ่นและแรงงานทั่วไป

(2.2) กลุ่มศักยภาพ (Niche Market) ออกแบบแพ็คเกจท่องเที่ยว "พรีเมียมราคาจับต้องได้" (Affordable Premium) เพื่อตอบโจทยกลุ่มวัยทำงาน (31-40 ปี) และกลุ่มรายได้ 10k-15k ที่ต้องการความสะดวกสบายและความคุ้มค่าเป็นพิเศษ เพื่อดึงดูดกำลังซื้อจากกลุ่มที่ไม่ค่อยพึงพอใจกลุ่มนี้

(3) การยกระดับวัดเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรม ส่งเสริมให้วัดไม่เพียงแต่เป็นศาสนสถาน แต่เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural Exchange Center) จัดกิจกรรมเทศกาลร่วมไทย-พม่า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและดึงดูดนักท่องเที่ยวซ้ำ

4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาเชิงลึกเรื่อง "มูลค่าทางเศรษฐกิจ" เพื่อประเมินเม็ดเงินหมุนเวียนที่แท้จริงจากการท่องเที่ยวของแรงงานข้ามชาติ

(2) ควรขยายขอบเขตการศึกษาเปรียบเทียบกับแรงงานสัญชาติอื่น (เช่น ลาว กัมพูชา) เพื่อให้เห็นภาพรวมตลาดท่องเที่ยวกลุ่ม CLMV ในบริบทภูมิภาค

บรรณานุกรม

- กรมการจัดหางาน. (2020). กกจ.เผยจังหวัดที่มีแรงงานต่างด้าวทำงานมากที่สุด.
- กรมการท่องเที่ยว. (2564). รายงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ ปี 2564. สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2568 จาก <https://www.tourism.go.th>
- ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล. (2560). พลวัตของประชากรชาวพม่าในประเทศไทยกับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: การวิเคราะห์เชิงบูรณาการและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์.
- ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล. (2560). เอกลักษณะของแรงงานต่างด้าวในประเทศไทย: ศึกษาเปรียบเทียบแรงงานชาวพม่า กัมพูชา และลาว (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ. (ม.ป.ป.). รายงานผู้เชี่ยวชาญ: มรดกทางวัฒนธรรมเมียนมาร์และภูมิทัศน์เชิงกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.
- กริช อังวิฑูรย์สถิตย์. (2568). ทางรอดทางเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยว: ความพยายามที่ถูกบีบด้วยบริบทของความปลอดภัย. หนังสือพิมพ์ทันหุ้น.
- นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย. (2554). กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. ใน รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ มนุษยศาสตร์ในทศวรรษใหม่ พลวัตแห่งองค์ความรู้กับพหุลักษณะทางวัฒนธรรม (18-19 สิงหาคม 2554). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 32-50.
- นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย. (2554). กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 18(1), 31-50.
- พระมหาสุทนต์ อาภากร และคณะ. (2556). การพัฒนารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- เรณู หมั่นจันทร์เชย. (2564). วัฒนธรรมการทำงานของชาวเมียนมาและชาวไทยในบริษัทไทยในประเทศไทยเมียนมา. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 15(3), 151-180.
- รัชส ปัญญาบุญ, พระมหาภาณุวิชญ์ ภาณุวิชญ์, พรพิมล เทียมวัง, ธนกฤต ขวัญทอง, และเสาวภาคย์ สุจริตติพงศ์. (2568). การมีส่วนร่วมของคนไทยและแรงงานเมียนมาในประเพณีชักพระ ชุมชนบ้านเกาะลิเห่ จังหวัดภูเก็ต. *Journal of Peace Periscope*, 6(1), 180-238.

- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. (2567). สถิติจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร ประจำปี 2567. กรุงเทพฯ: กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน.
- สุเทพ สุดเอี่ยม, สุภาภรณ์ โสภา, สุขอุษา นุ่นทอง, และอำพล ปุณญา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (รายงานการวิจัย). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หอเรียนสุราษฎร์ธานี.
- สิริมา เจริญศรี, วิภาณี เผือกบัวขาว, เสกสิทธิ์ ปักซี่, และธนวันต์ สิทธิไทย. (2562). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชายแดนไทย-เมียนมา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 8(2), 254-265.
- สิริมา เจริญศรี, วิภาณี เผือกบัวขาว, เสกสิทธิ์ ปักซี่, และธนวันต์ สิทธิไทย. (2562). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาว: รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สุรศักดิ์ แซ่หยาง. (2559). บทสัมภาษณ์.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566, 13 สิงหาคม). แรงงานเมียนมาสายบุญ ครีธาแรง กระเป๋านัก นิยมตระเวน เหมารถเที่ยววัดไทย.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *Monetary Policy Report: Box 1 แนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*.
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283-302. [https://doi.org/10.1016/S0959-3780\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0959-3780(02)00044-4)
- ICOMOS. (2016). *Charter for cultural heritage tourism*. Retrieved January 31, 2025, from <https://www.icomos.org>
- International Labour Organization. (2019). *Migrant workers in Thailand's tourism sector*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.ilo.org>
- International Labour Organization. (2020). *The role of migrant workers in Thailand's tourism sector*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.ilo.org>
- Janta, H., Cohen, E., & Williams, A. M. (2012). Migrant workers' tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1099-1121.

- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism*. Routledge.
- Ministry of Labour, Thailand. (2023). *Migrant labor policies*. Retrieved January 31, 2025, from <https://www.mol.go.th>
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Routledge.
- Pantip. (ม.ป.ป.). 10 จังหวัดที่มีแรงงานต่างด้าวมากที่สุด.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. CABI Publishing.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.
- Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural tourism: An introduction*. International Thomson Business Press.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2014). *Tourism and development: Concepts and issues* (2nd ed.). Channel View Publications.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Channel View Publications.
- Tourism Authority of Thailand. (2566, 22 มีนาคม). *Amazing Journey Go Local: ตาก เมืองรองของไทยต้องไปให้รู้*.
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *Annual tourism report 2021*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.tourismthailand.org>
- UNDP. (2020). *Thailand's migrant workforce and economic contributions*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.undp.org>
- UNESCO. (2019). *Cultural tourism and sustainable development*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.unesco.org>
- UNWTO. (2022). *Global tourism report 2022: Cultural tourism trends*. Retrieved April 4, 2025, from <https://www.unwto.org>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญ และหนังสือขอความอนุเคราะห์

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

- | | |
|--|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ โพนแก้ว | สาขาวิชาคณิตศาสตร์และสถิติประยุกต์
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญชนา ศรีเรืองฤทธิ์ | สาขาวิชาภาษาอังกฤษ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| 3. อาจารย์ ดร.ธีรภัทร ดีเฒ | สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |

คำสั่งแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ที่ ๘๙๘ / ๒๕๖๘
เรื่อง แต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ตามประกาศทุนอุดหนุนวิจัยสถาบัน งบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย ประจำปี งบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๘ (เพิ่มเติม) รหัสโครงการ ๒๑๐๒๑๒ เรื่องนักท่องเที่ยวนและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จึงขอแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ โพนแก้ว
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญญา ศรีเรืองฤทธิ์
๓. อาจารย์ ดร.ธีรภัทร ดีเอม

ทั้งนี้ ขอให้ผู้ที่มิรายชื่อตามคำสั่งนี้ ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ และสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดแก่นักศึกษาและมหาวิทยาลัยฯ โดยเคร่งครัด

สั่ง ณ วันที่ ๘ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๘

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ศรีเรืองฤทธิ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ภาคผนวก ข

การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)

ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC					
คำถาม		คะแนนความเที่ยงตรงของ			ค่า IOC
		จำนวนที่ 1	จำนวนที่ 2	จำนวนที่ 3	เฉลี่ย
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ศึกษาและสถาน					
1. เพศ		1	1	1	1
	1.1) ชาย				
	1.2) หญิง				
2. อายุ		1	1	1	1
	2.1) คำนวณ 20 ปี				
	2.2) 21-30 ปี				
	2.3) 31-40 ปี				
	2.4) 41-50 ปี				
	2.5) มากกว่า 50 ปี				
3. ระดับการศึกษา		1	1	1	1
	3.1) ปริญญาตรี				
	3.2) ปริญญาโท				
	3.3) ปริญญาเอก				
	3.4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....				
4. อาชีพ		1	1	1	1
	4.1) ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ				
	4.2) เกษตร				
	4.3) รับจ้าง				
	4.4) พนักงาน/ฟรีแลนซ์				
	4.5) ทำงานอยู่สหกรณ์/บริษัท				
	4.6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....				
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		1	0	1	0.67
	5.1) คำนวณ 10,000 บาท				
	5.2) 10,001 - 20,000 บาท				
	5.3) 20,001 - 30,000 บาท				
	5.4) มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป				
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการตอบคำถามเชิงจิตวิทยา					
1. คุณตอบคำถามด้วยความตั้งใจเพียงใด		3	1	1	1
	1.1) ไม่ตั้งใจเลย				
	1.2) พยายามตั้งใจตอบ				

	1.3) วัสดุ/สารเคมี								
	1.4) ส่วนประกอบวัสดุ/สารเคมี								
	1.5) สี/ค่า pH								
2. คุณสมบัติของวัสดุ/สารเคมีที่ใช้ในการผลิต									
	2.1) การผสมสี								
	2.2) การผสมสี								
	2.3) การผสมสี/ส่วนผสมสี								
	2.4) การผสมสี/ส่วนผสมสี								
	2.5) สี/ค่า pH								
3. คุณสมบัติของวัสดุ/สารเคมีที่ใช้ในการผลิต									
	3.1) การผสมสี								
	3.2) การผสมสี/ส่วนผสมสี								
	3.3) การผสมสี/ส่วนผสมสี								
	3.4) การผสมสี/ส่วนผสมสี								
	3.5) สี/ค่า pH								
4. คุณสมบัติของวัสดุ/สารเคมีที่ใช้ในการผลิต									
	4.1) การผสมสี								
	4.2) การผสมสี								
	4.3) การผสมสี								
	4.4) สี/ค่า pH								
	4.5) สี/ค่า pH								
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการบริการ									
	1. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	2. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	3. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	4. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	5. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	6. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	7. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	8. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	9. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	10. ความพึงพอใจต่อการบริการ								
	10.1) การบริการ								
	10.2) การบริการ								
	10.3) การบริการ								
	10.4) การบริการ								
	10.5) การบริการ								

ภาคผนวก ค

เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามโครงการวิจัย
เรื่อง “นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์
ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

คำชี้แจงในการทำแบบสอบถาม

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคารพ,

ทางคณะผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์กำลังดำเนินการศึกษาในหัวข้อ “นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความสนใจ แรงจูงใจ และประสบการณ์ของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ รวมถึงผลกระทบที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีต่อเศรษฐกิจและสังคมท้องถิ่น

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ความสนใจและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: เพื่อสำรวจความสนใจและแรงจูงใจของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีต่อเศรษฐกิจและสังคมท้องถิ่น
4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์

คำตอบทั้งหมดที่ท่านให้มาจะถูกใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น และจะถูกเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด โดยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณะหรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดนอกเหนือจากการวิจัยนี้ ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงสำหรับเวลาและความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถามนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ ชาย
 ☐ หญิง
2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี
 ☐ 20-30 ปี
 ☐ 31-40 ปี
 ☐ 41-50 ปี
 ☐ มากกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา
 ☐ มัธยมศึกษา
 ☐ อุดมศึกษา
 ☐ อื่น ๆ (ระบุ)
4. อาชีพ

☐ นักท่องเที่ยว
 ☐ แรงงาน
 ☐ อื่น ๆ (ระบุ)
5. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท
 ☐ 10,001-20,000 บาท
 ☐ 20,001-30,000 บาท
 ☐ มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ความสนใจและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำชี้แจง สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ในคำถามที่ระบุไว้

1. คุณทราบเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์จากช่องทางใด? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ โซเชียลมีเดีย
 ☐ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร
 ☐ วิทยุ/โทรทัศน์
 ☐ คำแนะนำจากเพื่อน/ครอบครัว
 ☐ อื่น ๆ (ระบุ)
2. คุณมีแรงจูงใจอะไรในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ การแสวงบุญ
 ☐ การพักผ่อน
 ☐ การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
 ☐ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา
 ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

3. คุณสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใดมากที่สุด? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การเยี่ยมชมวัด
- ☐ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (เช่น การทำบุญสวดมนต์ เวียนเทียน ต่อบั้งไฟบุญ)
- ☐ การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
- ☐ การชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

4. คุณมีความพึงพอใจในระดับใดกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่คุณเข้าร่วม?

- ☐ มากที่สุด
- ☐ มาก
- ☐ ปานกลาง
- ☐ น้อย
- ☐ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ประเมินระดับความพึงพอใจต่อการบริการต่าง ๆ โดยใช้มาตรวัด 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด)

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับความพึง พอใจ				
		5	4	3	2	1
1	ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
2	ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยว					
3	คุณภาพของไกด์นำเที่ยว/ผู้ให้ข้อมูลสถานที่					
4	ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
5	ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว					
6	ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (ป้ายสื่อสาร, แผ่นพับ, แอปพลิเคชัน)					
7	คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (ห้องน้ำ, ที่นั่งพัก, ร้านอาหาร)					
8	ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร (ภาษาพม่า/ภาษาอังกฤษ)					
9	ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					

10. ท่านประสบปัญหาอะไรบ้างในการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม?

- ☐ การสื่อสารภาษา
- ☐ การเดินทางไม่สะดวก
- ☐ ข้อมูลไม่เพียงพอ
- ☐ ค่าใช้จ่ายสูง
- ☐ บริการไม่เป็นมิตร
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ) _____

11. ท่านต้องการให้พัฒนาบริการด้านใดมากที่สุด?

- ☐ ระบบขนส่งสาธารณะ
- ☐ ระบบข้อมูลข่าวสาร
- ☐ สิ่งอำนวยความสะดวก
- ☐ บริการนำเที่ยว
- ☐ ราคาค่าบริการ
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ) _____

ส่วนที่ 4 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

คำชี้แจง สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ในคำถามที่ระบุไว้

1. คุณคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างไร? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ สร้างรายได้ให้กับชุมชน
- ☐ สร้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการ
- ☐ ขยายธุรกิจท้องถิ่น (เช่น ร้านค้า ที่พัก ร้านอาหาร)
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2. คุณคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไร? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาวพม่าและคนท้องถิ่น
- ☐ การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น
- ☐ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำชี้แจง หากมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สามารถเขียนลงในช่องว่างที่เตรียมไว้ได้ตามความเห็นของท่าน

1. คุณมีข้อเสนอแนะอะไรในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์?

.....

.....

.....

.....

.....

2. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ควรปรับปรุงในการบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์?

.....

.....

.....

.....

.....

သုတေသနစစ်တမ်းမေးခွန်းလွှာ

ခေါင်းစဉ် - "ပြည်တွင်းခရီးသွားများနှင့် မြန်မာအလုပ်သမားများသည် ဖက်ခရိုင်၏ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးကို ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းမှတစ်ဆင့် မြှင့်တင်ပေးခြင်း"

စစ်တမ်းဖြည့်စွက်ရန် ညွှန်ကြားချက်

အလေးထားစွာဖြင့် စစ်တမ်းဖြည့်စွက်ပေးသူအား မေတ္တာရပ်ခံအပ်ပါသည်။

ဖက်ခရိုင်တက္ကသိုလ်မှ သုတေသနအဖွဲ့သည် 'ပြည်တွင်းခရီးသွားများနှင့် မြန်မာအလုပ်သမားများသည် ဖက်ခရိုင်၏ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးကို ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းမှတစ်ဆင့် မြှင့်တင်ပေးခြင်း' ခေါင်းစဉ်ဖြင့် သုတေသနလုပ်ငန်းကို ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။ ဤသုတေသန၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ မြန်မာနိုင်ငံသားများ၏ စိတ်ဝင်စားမှု၊ လှုံ့ဆော်မှုနှင့် အတွေ့အကြုံများကို စူးစမ်းလေ့လာရန်ဖြစ်ပြီး၊ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေးအပေါ် သက်ရောက်မှုများကို လေ့လာရန်ဖြစ်ပါသည်။

ဤစစ်တမ်းမေးခွန်းလွှာတွင် အဓိကအပိုင်း (၄) ပိုင်းပါဝင်ပါသည်။

၁။ အထွေထွေအချက်အလက်များ - စစ်တမ်းဖြည့်စွက်သူ၏ အခြေခံအချက်အလက်များကို ကောက်ယူရန်။

၂။ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ စိတ်ဝင်စားမှုနှင့် လှုံ့ဆော်မှုများ - ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ မြန်မာနိုင်ငံသားများ၏ စိတ်ဝင်စားမှုနှင့် လှုံ့ဆော်မှုများကို စူးစမ်းလေ့လာရန်။

၃။ စီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေးအပေါ် သက်ရောက်မှုများ - ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေးအပေါ် သက်ရောက်မှုများကို သုံးသပ်ရန်။

၄။ အဆိုပြုချက်များ - ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းကို ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရန် စစ်တမ်းဖြည့်စွက်သူများ၏ အဆိုပြုချက်များကို ကောက်ယူရန်။

သင့်အားဖြည့်စွက်ပေးသည့် အဖြေများအားလုံးကို သုတေသနအတွက်သာ အသုံးပြုပါမည်။ သင့်၏ ကိုယ်ရေးကိုယ်တာအချက်အလက်များကို အများပြည်သူသို့ ထုတ်ဖော်ခြင်းမပြုဘဲ၊ ဤသုတေသနအတွက်သာ အသုံးပြုပါမည်။

ဤစစ်တမ်းမေးခွန်းလွှာကို ဖြည့်စွက်ပေးသည့်အတွက် ကျေးဇူးတင်ရှိပါသည်။

အပိုင်း ၁ - အထွေထွေအချက်အလက်များ

ညွှန်ကြားချက် ကျေးဇူးပြု၍ အောက်ပါမေးခွန်းများကို သင့်အတွေ့အကြုံအရ ဖြေဆိုပေးပါ။

၁။ ကျား/မ

☐ ကျား

☐ မ

၂။ အသက်

☐ ၂၀ နှစ်အောက်

☐ ၂၀-၃၀ နှစ်

☐ ၃၁-၄၀ နှစ်

☐ ၄၁-၅၀ နှစ်

☐ ၅၀ နှစ်အထက်

၃။ ပညာအရည်အချင်း

☐ မူလတန်း

☐ အလယ်တန်း

☐ အထက်တန်း

☐ အခြား (ဖော်ပြပါ)

၄။ အလုပ်အကိုင်

☐ ခရီးသွား

☐ အလုပ်သမား

☐ အခြား (ဖော်ပြပါ)

၅။ လစဉ်ဝင်ငွေ

☐ ၁၀,၀၀၀ ကျပ်အောက်

☐ ၁၀,၀၀၀-၂၀,၀၀၀ ကျပ်

☐ ၂၀,၀၀၁-၃၀,၀၀၀ ကျပ်

☐ ၃၀,၀၀၀ ကျပ်အထက်

အပိုင်း ၂ - ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ စိတ်ဝင်စားမှုနှင့် လှုံ့ဆော်မှုများ

ညွှန်ကြားချက် - ကျေးဇူးပြု၍ အောက်ပါမေးခွန်းများကို တစ်ခုထက်ပို၍ ရွေးချယ်ဖြေဆိုနိုင်ပါသည်။

၁။ ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းနေရာများကို သင်မည်သည့်လမ်းကြောင်းမှ သိရှိပါသနည်း?

(တစ်ခုထက်ပို၍ ရွေးချယ်နိုင်ပါသည်)

☐ လူမှုမီဒီယာ

☐ သတင်းစာ/မဂ္ဂဇင်း

☐ ရေဒီယို/တီဗီ

☐ မိတ်ဆွေ/မိသားစုမှ အကြံပြုချက်

☐ အခြား (ဖော်ပြပါ)

၂။ ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းကို သင်မည်သည့်အကြောင်းအရာများကြောင့် စိတ်ဝင်စားပါသနည်း?

(တစ်ခုထက်ပို၍ ရွေးချယ်နိုင်ပါသည်)

☐ ကောင်းမှုပြုခြင်း

☐ အနားယူခြင်း

☐ ဒေသတွင်းယဉ်ကျေးမှုကို လေ့လာခြင်း

☐ ဘာသာရေးအခမ်းအနားများတွင် ပါဝင်ခြင်း

☐ အခြား (ဖော်ပြပါ)

၃။ သင်အများဆုံးစိတ်ဝင်စားသော ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းများမှာ မည်သည့်အရာများဖြစ်ပါသနည်း?

(တစ်ခုထက်ပို၍ ရွေးချယ်နိုင်ပါသည်)

☐ ဘုရားကျောင်းများသို့ သွားရောက်လည်ပတ်ခြင်း

☐ ဘာသာရေးအခမ်းအနားများတွင် ပါဝင်ခြင်း (ဥပမာ - ကောင်းမှုပြုခြင်း၊ ကံဆောင်ခြင်း၊ ကံကောင်းခြင်း)

☐ ဒေသတွင်းယဉ်ကျေးမှုကို လေ့လာခြင်း

☐ သမိုင်းဝင်နေရာများကို လည်ပတ်ခြင်း

☐ အခြား (ဖော်ပြပါ)

၄။ သင်ပါဝင်ခဲ့သော ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းများနှင့် ပတ်သက်၍ သင်မည်မျှစိတ်ကျေနပ်မှုရှိပါသနည်း။

- ☐ အများဆုံး
- ☐ များစွာ
- ☐ ပျမ်းမျှ
- ☐ နည်းပါး
- ☐ အလွန်နည်းပါး

အပိုင်း ၃ - စီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေးအပေါ် သက်ရောက်မှုများ

ညွှန်ကြားချက် - ကျေးဇူးပြု၍ အောက်ပါမေးခွန်းများကို တစ်ခုထက်ပို၍ ရွေးချယ်ဖြေဆိုနိုင်ပါသည်။

၁။ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် ဒေသတွင်းစီးပွားရေးအပေါ် မည်သို့အပြုသဘောသက်ရောက်မှုရှိသည်ဟု သင်ထင်ပါသနည်း? (တစ်ခုထက်ပို၍ ရွေးချယ်နိုင်ပါသည်)

- ☐ ဒေသတွင်းလူထုအတွက် ဝင်ငွေရရှိစေခြင်း
- ☐ ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများတွင် အလုပ်အကိုင်ဖန်တီးပေးခြင်း
- ☐ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ ဥပမာ - ဈေးဆိုင်များ၊ ဟိုတယ်များ၊ စားသောက်ဆိုင်များ

တိုးချဲ့ပေးခြင်း

- ☐ အခြား (ဖော်ပြပါ)

၂။ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် ဒေသတွင်းလူမှုရေးနှင့် ယဉ်ကျေးမှုအပေါ် မည်သို့အပြုသဘောသက်ရောက်မှုရှိသည်ဟု သင်ထင်ပါသနည်း? (တစ်ခုထက်ပို၍ ရွေးချယ်နိုင်ပါသည်)

- ☐ မြန်မာနှင့် ဒေသတွင်းလူထုအကြား ယဉ်ကျေးမှုဖလှယ်ခြင်း
- ☐ ဒေသတွင်းယဉ်ကျေးမှုကို ထိန်းသိမ်းခြင်းနှင့် မြှင့်တင်ပေးခြင်း
- ☐ လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းအကြား ကောင်းမွန်သောဆက်ဆံရေးတည်ဆောက်ပေးခြင်း
- ☐ အခြား (ဖော်ပြပါ)

အပိုင်း ၄ - အဆိုပြုချက်များ

ညွှန်ကြားချက် - ကျေးဇူးပြု၍ အောက်ပါမေးခွန်းများကို သင့်အတွေ့အကြုံအရ ဖြေဆိုပေးပါ။

၁။ ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းကို ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရန် သင့်တွင် အဆိုပြုချက်များရှိပါသလား?

.....

.....

၂။ ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းဝန်ဆောင်မှုများတွင် မည်သည့်အရာများကို ပြုပြင်သင့်သည်ဟု သင်ထင်ပါသနည်း?

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง “นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

คำชี้แจง

เรียน ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เคารพ

ทางคณะผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์กำลังดำเนินการศึกษาในหัวข้อ “นักท่องเที่ยวและแรงงานพม่ากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจประสบการณ์ ความพึงพอใจ และมุมมองของชาวพม่าที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ รวมถึงผลกระทบที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีต่อเศรษฐกิจและสังคมท้องถิ่น

การสัมภาษณ์นี้ประกอบด้วยคำถามหลักและคำถามเสริมที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์และความพึงพอใจของท่านในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์

ข้อมูลทั้งหมดที่ท่านให้มาจะถูกใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น และจะถูกเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด โดยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณะหรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดนอกเหนือจากการวิจัยนี้

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงสำหรับเวลาและความร่วมมือของท่านในการให้สัมภาษณ์

คำถามหลัก

1. คุณมีประสบการณ์อย่างไรในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์?
2. ช่วยเล่าประสบการณ์การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาในเพชรบูรณ์?
3. ท่านคิดว่าชุมชนได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวชาวพม่าอย่างไร?
4. คุณคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างไร?
5. คุณมีข้อเสนอแนะอะไรในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์?

คำถามเสริม

1. คุณคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างชาวพม่าและคนท้องถิ่นได้อย่างไร?
2. คุณมีข้อเสนอแนะอะไรในการปรับปรุงบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์?

အင်တာဗျူးမေးခွန်းလွှာ

ခေါင်းစဉ် - ပြည်တွင်းခရီးသွားများနှင့် မြန်မာအလုပ်သမားများသည် ဖက်ခရိုင်၏ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးကို
ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းမှတစ်ဆင့် မြှင့်တင်ပေးခြင်း

ညွှန်ကြားချက်

အင်တာဗျူးပေးပို့သူအား မေတ္တာရပ်ခံအပ်ပါသည်။

သုတေသနအဖွဲ့သည် ပြည်တွင်းခရီးသွားများနှင့် မြန်မာအလုပ်သမားများသည် ဖက်ခရိုင်၏ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးကို ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းမှတစ်ဆင့် မြှင့်တင်ပေးခြင်း ခေါင်းစဉ်ဖြင့် သုတေသနလုပ်ငန်းကို ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပါသည်။ ဤသုတေသန၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ မြန်မာနိုင်ငံသားများ၏ အတွေ့အကြုံ၊ စိတ်ကျေနပ်မှုနှင့် အမြင်များကို စူးစမ်းလေ့လာရန်ဖြစ်ပြီး၊ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ ဒေသတွင်းစီးပွားရေးနှင့် လူမှုရေးအပေါ်သက်ရောက်မှုများကို လေ့လာရန်ဖြစ်ပါသည်။

ဤအင်တာဗျူးတွင် ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် ပတ်သက်၍ သင့်အတွေ့အကြုံ၊ စိတ်ကျေနပ်မှုနှင့် ဖက်ခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းကို ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေရန် အဆိုပြုချက်များကို မေးမြန်းထားပါသည်။

သင့်အားဖြည့်စွက်ပေးသည့် အချက်အလက်များအားလုံးကို သုတေသနအတွက်သာ အသုံးပြုပါမည်။ သင့်၏ ကိုယ်ရေးကိုယ်တာအချက်အလက်များကို အများပြည်သူသို့ ထုတ်ဖော်ခြင်းမပြုဘဲ၊ ဤသုတေသနအတွက်သာ အသုံးပြုပါမည်။

ဤအင်တာဗျူးကို ဖြည့်စွက်ပေးသည့်အတွက် ကျေးဇူးတင်ရှိပါသည်။

အဓိကမေးခွန်းများ

၁။ ပြည်ထောင်စုသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံသား ခရီးသွားများအနေနှင့် ဖြတ်ဘူရီခရိုင်၏ ယဉ်ကျေးမှုဆိုင်ရာ

ခရီးသွားလုပ်ငန်းတွင် သင့်အတွေ့အကြုံများကို မျှဝေပေးပါ။

၂။ ဖြတ်ဘူရီတွင် ဘာသာရေးအခမ်းအနားများတက်ရောက်ခဲ့သည့် အတွေ့အကြုံကို ပြောပြပေးပါ။

၃။ မြန်မာခရီးသွားများမှ ဒေသခံအသိုင်းအဝိုင်းအား မည်သို့အကျိုးပြုသည်ဟု ထင်ပါသနည်း။

၄။ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် ဒေသတွင်းစီးပွားရေးအတွက် အပြုသဘောသက်ရောက်မှုများ ရှိသည်ဟု သင်မည်သို့ယူဆပါသနည်း။

၅။ ဖြတ်ဘူရီခရိုင်တွင် ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်း ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရန် သင့်ထံမှ အကြံပြုချက်များ ရှိပါသလား။

အချိတ်အဆက်မေးခွန်းများ

၁။ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်းသည် မြန်မာနှင့် ဒေသခံများအကြား ဆက်ဆံရေးကို မည်သို့မြှင့်တင်နိုင်မည်ဟု ထင်ပါသနည်း။

၂။ ဖြတ်ဘူရီခရိုင်ရှိ ယဉ်ကျေးမှုခရီးသွားလုပ်ငန်း၏ ဝန်ဆောင်မှုများ တိုးတက်စေရန် သင့်ထံမှ အကြံပြုချက်များ ရှိပါသလား။

ภาคผนวก ง

ประวัตินักวิจัย

ประวัตินักวิจัยคนที่ 1

1. ชื่อ-ชื่อสกุล นางสาวปาริชาติ ยศปาน
Miss Parichat Yotpan
2. หมายเลขบัตรประชาชน
3 6398 0048 41 2
3. ตำแหน่งปัจจุบัน นักวิเทศสัมพันธ์ชำนาญการ
4. ตำแหน่งทางวิชาการ -
5. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
งานวิเทศสัมพันธ์และสถาบัน กองนโยบายและแผน สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 83 หมู่ 11 ถนนสระบุรี-หล่มสัก อำเภอเมือง จังหวัด
เพชรบูรณ์
โทร 0 5671 7100 โทรสาร 0 5671 7111 มือถือ 09 8408 5949
อีเมล parichat.y@pcru.ac.th
6. ประวัติการศึกษา

2546 บธ.ม. (M.B.A.)	มหาวิทยาลัยพายัพ
2542 ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ)	มหาวิทยาลัยพายัพ
7. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
 - 1) ภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ (Foreign Languages and Cross-Cultural Communication)
 - 2) การต่างประเทศ / การทูต (Diplomacy and Foreign Affairs) ความรู้ด้านการทูต การเจรจา และมารยาททางการทูต (Protocol)
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
ปาริชาติ ยศปาน. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทแคไลน์ แอร์เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ.

ประวัตินักวิจัยคนที่ 2

1. ชื่อ-ชื่อสกุล นายสพลเชษฐ์ ประชุมชัย
Mr. Sapolachet Prachumchai
2. หมายเลขบัตรประชาชน 3 6704 00233 64 8
3. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์
4. ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
5. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก
สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 83 หมู่ 11 ถนนสระบุรี-หล่มสัก อำเภอเมือง จังหวัด
เพชรบูรณ์
โทร 0 5671 7138 โทรสาร 0 5671 7137 มือถือ 09 8539 4175
อีเมล sapolachet@gmail.com และ sapolachet.pra@pcru.ac.th
6. ประวัติการศึกษา

2552 ศศ.ม. (ภาษาอังกฤษ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2550 พธ.บ. (ภาษาอังกฤษ)	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
2549 ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
7. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
 - 3) HSEA112 ทักษะการเขียนระดับย่อและความเรียง
 - 4) HSEA113 ทักษะการเขียนเชิงวิชาการ
 - 5) HSEA116 การศึกษาค้นคว้าอิสระ
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
 - 1) Prachumchai, S., Sriraungrith, P., & Kunyot, T. (2024). The Effectiveness of the Triple Kit Package for Enhancing English Proficiency of Grade 9 Students in Schools with Limited English Teachers, *Journal of Education Academic Chiang Rai Rajabhat University*, 9(2), 153-176.
 - 2) Kunyot, T, Sriraungrith, P., & Prachumchai, S. (2024). The Results of Utilizing A CEFR-Based English Language Training Package to Improve English Proficiency

- Levels for 6Th-Grade Students. *Journal of MCU Phetchaburi Review*, 7(1), 224-236
- 3) Prachumchai, S., Sriraungrith, P., Yokanya, N., Thaongoen, S., & Lemons, R. (2023). A New Model of Diminutive Guide Camp to Develop Students' English-Speaking Skills. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(4).
 - 4) Sriraungrith, P., Yokanya, N., Thaongoen, S., & Sapolachet Prachumchai. (2023). A Comparative Study of a New Diminutive Guide Camp Model for Developing 9th Grade Students' English-Speaking Skills. *Journal of MCU Phetchaburi Review*, 6(1), 233-246.
 - 5) สพลเชษฐ์ ประชุมชัย และณัฐชยา หุมนา. (2565). การวิเคราะห์การใช้ภาษาในภาพยนตร์แนวการแบ่งชนชั้นทางสังคมและการเหยียดเชื้อชาติ กรณีศึกษา The Help และ Hidden Figures. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(7), 177-193.
 - 6) Prachumchai, S., & Sriraungrith, A. (2022). An Analysis of Discourse Practice of Political Speeches: A Case Study of Donald Trump. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(10), 430-440.
 - 7) สพลเชษฐ์ ประชุมชัย. (2564). การวิเคราะห์การสร้างคำใหม่และความหมายแฝงในภาพยนตร์แนวเหยียดเชื้อชาติ กรณีศึกษา Green Book และ The Butler. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 23(1), 45-56.
 - 8) สพลเชษฐ์ ประชุมชัย นิสารัตน์ ทองเสม ณัฐดนัย ภูมิมา หทัยชนก จันทรงสวรรค์ และชุตินัน บุตรอามาตย์. (2564). การพัฒนาชุดฝึกการอ่านภาษาอังกฤษอิงอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 2 โรงเรียนบ้านห้วยขอนแก่น อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “ความท้าทายทางการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสังคมท้องถิ่นวิถีใหม่” มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564. 333-339.
 - 9) กนกวรรณ นวรัตน์ สพลเชษฐ์ ประชุมชัย วาราสินี แก้วสาหลง และวิไลวรรณ เลิศแดง. (2564). ผลการใช้บทเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาสำหรับพระภิกษุสามเณรในจังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “ความท้าทายทางการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสังคมท้องถิ่นวิถีใหม่” มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564. 350-358.
 - 10) สพลเชษฐ์ ประชุมชัย. (2563). The English eBook of Khaokoh: Switzerland of Thailand to Develop Highland Students' ONET Reading Skills in Khaokoh District of Phetchabun Province. *วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์*, 7(1), 14-22.

- 11) สพลเชษฐ์ ประชุมชัย และหทัยชนก อ่างหิรัญ. (2563). ค่าย Jolly Phonics เพื่อพัฒนาการออกเสียงภาษาอังกฤษของนักเรียนช่วงชั้นที่ 2 โรงเรียนพื้นที่สูงในจังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(2), 273-286.
- 12) สพลเชษฐ์ ประชุมชัย. (2563). อัตถภาควิเคราะห์ในบทความของวารสารวิชาการด้านวิทยาศาสตร์. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 22(1), 35-44.

ประวัตินักวิจัยคนที่ 3

1. ชื่อ-ชื่อสกุล นางจีรนันท์ ชวาลสันตติ
Mrs. Cheeranun Chawalsantati
2. หมายเลขบัตรประชาชน
3 1009 04923 92 8
3. ตำแหน่งปัจจุบัน นักวิเทศสัมพันธ์
4. ตำแหน่งทางวิชาการ - ไม่มี -
5. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก
วิเทศสัมพันธ์และสถาบันภาษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 83 หมู่ 11 ถนนสระบุรี-หล่มสัก อำเภอเมือง จังหวัด
เพชรบูรณ์
โทร 0 5671 7138 โทรสาร 0 5671 7137 มือถือ 09 2194 4965
อีเมล cheeranun.cha@pcru.ac.th
6. ประวัติการศึกษา
2560 ประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
2551 M.B.A (International Program) มหาวิทยาลัยมหิดล
2547 B.B.A (English Program) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
7. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
1) ภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ (Foreign Languages and Cross-Cultural Communication)
2) การจัดค่ายภาษาอังกฤษ (English Camp)
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
ไม่มี

