

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

Cultural Tourism Promotion in
Muang Pathum Thani District, Pathum Thani Province

พิชชาอร เสวตคชกุล¹

Pitchaon Sawetkhotchakul

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและการนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงวัฒนธรรมของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test ผลการศึกษาพบว่า ระดับของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี อยู่ในระดับมาก และ ผลการทดสอบ

¹ นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิสำเนา แตกต่างกันมีความเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

The purpose of this study was to study the personal factors and the implementation of cultural tourism promotion policies in Muang Pathumthani District, Pathum Thani Province. This research utilized a quantitative research method and employed questionnaires as a tool to collect data from a sample group of 400 cultural tourists in Muang Pathum Thani District, Pathum Thani Province. Statistical techniques were frequency, percentage, mean , standard deviation , t-test, and F-test. The study found that the level of cultural tourism promotion policy implementation in Muang Pathum Thani District, Pathum Thani Province was at high level. The hypothesis testing found that personal factors such as age, status, occupation, average monthly income and domicile were different affecting differences in opinions on the implementation

of the cultural tourism promotion policy of Muang Pathum Thani District,
Pathum Thani Province at the .05 level of statistical significance

Keywords: tourism, cultural tourism promotion, Pathum Thani province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่มีความสำคัญของประเทศ และในสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็ว การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นานาประเทศต่างให้ความสำคัญโดยที่สถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวรวมทั้งของประเทศไทยในหลายประเด็น อาทิ จำนวนนักท่องเที่ยว สภาวะอากาศ วิกฤติเศรษฐกิจ สถานการณ์ทางการเมือง การแพร่ระบาดของโรค เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) สำหรับประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2558-2560) ขึ้น เพื่อให้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล รวมทั้งเป็นการวางรากฐานการพัฒนาในระยะ 3 ปี ซึ่งจะเป็นช่วงรอยต่อเพื่อปูพื้นฐานไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) โดยปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยหนึ่งคือ การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) โดย

นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

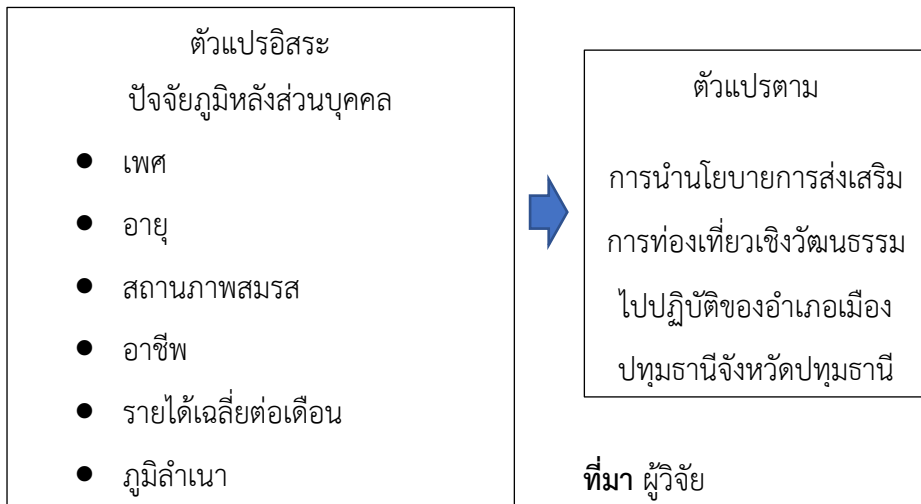
จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ทำให้มีจุดเด่นในด้านที่ตั้งมีข้อได้เปรียบจากการเชื่อมโยงระบบรถไฟฟ้ามอเตอร์เวย์ที่เดินทางเชื่อมโยงไปยังภูมิภาคต่างๆได้สะดวก อีกทั้งมีเส้นทางสัญจรทางน้ำที่เชื่อมโยงจากกรุงเทพฯ-นนทบุรี-ปทุมธานี-พระนครศรีอยุธยา และมีศาสนสถานและวัดวาอารามแสดงร่องรอยของมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ จังหวัดปทุมธานีจึงเป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ภายใต้แนวนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและการนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ และแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค มาเป็นแนวทางในการศึกษาพัฒนกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 1,815,389 คน (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี, 2561-2564) โดยใช้หลักการหาค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.99 ชุด เพื่อลดความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยเก็บข้อมูลในช่วง พฤษภาคม– มิถุนายน

2561 ในพื้นที่ ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี(2561-2564) โดยสุ่มพื้นที่จำนวน 10วัด ได้แก่ 1) วัดศาลเจ้า (ต.บ้านกลาง) 2) วัดเทียนถวาย (ต.บ้านใหม่) 3) วัดน้ำวน (ต.บางเตือ) 4) วัดบางหลวง (ต.บางหลวง) 5) วัดฉาง (ต.บางปรอก) 6) วัดหงษ์ปทุมवास (ต.บางปรอก) 7) วัดเจตนังค์ (ต.บางชะแยง) 8) วัดชินวราราม (ต.บางชะแยง) 9) วัดตลาดเหนือ (ต.บางชะแยง) และ 10) วัดปากกลางทุ่ง (ต.บางชะแยง) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test

สรุปผลการวิเคราะห์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ อายุระหว่าง 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมามีสถานภาพ สมรส จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และ สถานภาพหม้าย จำนวน 3คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 นักเรียน/นักศึกษา

จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รับจ้างทั่วไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ เกษตรกร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ และ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา อยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 13.5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ภาคเหนือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยมีภูมิลำเนาอยู่ที่ ภาคใต้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนั้น จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 การเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 2-3 คน จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยแต่ละคน ไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนํานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี พบว่า ระดับการนํานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.7202$)

ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลาเนา กับการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ผลการทดสอบพบว่า

เพศแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($Sig > .05$)

อายุที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน ($F = 4.017$, $Sig. = .001$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($Sig < .05$) เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบพบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กับ กลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 31 – 40 ปี และกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 51 – 60 ปี

สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน ($F = 6.704$, $Sig. = .001$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($Sig < .05$) เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบพบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพโสด กับกลุ่มที่มีสถานภาพหม้าย และกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส กับกลุ่มที่มีสถานภาพหม้าย

อาชีพที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน ($F=4.319$, $Sig=.001$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบพบว่า มีความแตกต่างในกลุ่มที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แตกต่างกัน ($F=3.759$, $Sig=.002$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบพบว่า มีความแตกต่างระหว่าง กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กับ กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท

อภิปรายผล

การผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนา แตกต่างกันมีความเห็นต่อการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปปฏิบัติของอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีของ วรเดช จันทศร (2551) อธิบายว่า ปัจจัยกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ และแนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์ ของ Shiffman and Kanuk (2010) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะเฉพาะตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ศาสนาและเชื้อชาติซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิริกานต์ ศิริรักษ์ (2554) ที่พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และ งานวิจัยของ แคทรียา ปันทะนะ (2557) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติอินทนนท์แตกต่างกัน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยเสนอว่าในเชิงนโยบายหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึง นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างๆ ภูมิสำเนา ระดับรายได้ อาชีพ เป็นต้น เพื่อจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ขณะที่ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ การศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ หรือ ใช้แบบผสานวิธี และศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

บรรณานุกรม

- แคทรียา ปันทะนะ. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- พิริกานต์ ศิริรักษ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรเดช จันทรศร. (2554). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่4).

กรุงเทพฯ: พริก หวานกราฟฟิค.

สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thailocalmeet.com>

สำนักงานจังหวัดปทุมธานี. (2558). *แผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานีได้จัดทำแผนระยะ 4 ปี (พ.ศ.2557-2560)*. เข้าถึงได้จาก <http://www2.pathumthani.go.th/index.php>.

Schiffman, Leon G., and Kanuk, Leslie L. (2010). *Consumer behavior*. (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Yamane, Taro . (1973). *Statistics: An introductory analysis*. (3rd ed.). Singapore : Harper International Editor.