

## ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทาง ท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

### The Main Factors of Tourism of Thai Tourists Choice to Cultural Travel, to the Mon Community in Lat Krabang District, Bangkok

กัญญาพัชร วุฒิยา<sup>1</sup>, การสิลักษณ์ วัฒนอุดมศิลป์<sup>2</sup>, จรุงวิทย์ โตัสัจจะวงษ์<sup>3</sup>

<sup>1</sup>บริหารธุรกิจ/การท่องเที่ยวการจัดการจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนต์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ,  
gramkanyaphach@gmail.com

<sup>2</sup>บริหารธุรกิจ/การท่องเที่ยวการจัดการจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนต์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ,  
rmuaystamp@gmail.com

<sup>3</sup>บริหารธุรกิจ/การท่องเที่ยวการจัดการจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนต์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jaronwit@bsu.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.809 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ความหลากหลายของรูปแบบสถานที่ท่องเที่ยว และความพร้อมของร้านอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ระดับการศึกษาส่งผลต่อความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการพัฒนาระบบการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้ ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

**คำหลัก:** การท่องเที่ยวชุมชน, องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As, การตัดสินใจเดินทาง, ชุมชนมอญ, เขตลาดกระบัง

## Abstract

This research, entitled the main factors of tourism of Thai tourists' choice to cultural travel to the Mon community in Lat Krabang District Bangkok aimed to examine the principal tourism factors affecting Thai tourists' decisions to visit the Mon community in Lat Krabang District, Bangkok. The sample consisted of 400 Thai tourists who visited the Mon community in the specified area. The research instrument was a structured questionnaire, which was validated for content validity by experts and demonstrated a reliability coefficient of 0.809. Data were analyzed using both descriptive and inferential statistics. Descriptive statistics included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics involved the use of One-way Analysis of Variance (One-way ANOVA).

The findings revealed that the overall tourism factors were rated at a high level ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.77). Among the three dimensions, Attractions received the highest mean score, followed by Amenities and Accessibility, respectively. Key influential factors included the diversity of tourism activities and attractions, as well as the availability of food and beverage services. Furthermore, the hypothesis testing indicated that differences in monthly income significantly affected opinions regarding Accessibility and Amenities at the 0.05 level of significance, while educational level significantly influenced opinions toward Amenities. The results highlight the importance of cultural identity as a primary driver of tourists' decision-making, alongside the development of accessible infrastructure and adequate facilities. These findings may serve as empirical evidence to support strategic planning for sustainable community-based tourism development.

**Keywords:** Community-based tourism, 3As tourism components, Tourist decision-making, Mon community, Lat Krabang District

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนได้รับความสนใจมากขึ้น ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวจึงเล็งเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมให้นักเดินทางได้สัมผัสวิถีชีวิตและบรรยากาศท้องถิ่นอย่าง

แท้จริง ทั้งยังเป็นกลยุทธ์ในการสร้างเอกลักษณ์ให้ธุรกิจและยังเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ดังนั้นการสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างภาคธุรกิจและชุมชน เป็นการเปิดประตูสู่วัฒนธรรมและประเพณีอย่างแท้จริง ทั้งยังเป็นยกระดับประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว และยังเป็นการมอบคุณค่าให้กับชุมชน ด้วยวิธีการอันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมที่มีการยึดโยงกับวิถีชีวิตของชุมชนอย่าง การสอนทำอาหารท้องถิ่น การสวมชุดประจำถิ่นขณะเยี่ยมชมสถาปัตยกรรม การจัดแสดงศิลปะวัฒนธรรมของเมือง รวมไปถึงการนวดสปาจากสมุนไพรพื้นเมือง นอกจากนี้ยังสามารถสนับสนุนความยั่งยืนของชุมชนได้จากการจ้างงานคนในท้องถิ่น ใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้คนในชุมชน และร่วมส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณีให้คงอยู่สืบไป (กรมการท่องเที่ยว, 2568)

ชุมชนมอญเลียบคลองมอญนั้นถือได้ว่าเจริญรุ่งเรืองขึ้นมาได้ด้วยเจ้าจอมมารตากลิ่นโดยแท้จริง เนื่องจากท่านเป็นผู้ที่สร้างวัดขึ้นมาให้เป็นวัดศูนย์กลางสำหรับชุมชนมอญ โดยเจ้าจอมมารตากลิ่นนั้นท่านเป็นบุตรพระยาดำรงคราชพลชั้น (จ้อย) ตระกูลคชเสนีต่อมาได้เป็นพระสนมเอก โดยเป็นเจ้าจอมมารดาในรัชกาลที่ 4 และบุตรของเจ้าจอมกลั่น คือ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศวรฤทธิ์พระเจ้าลูกเธอ ลำดับที่ 17 ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เจ้าจอมมารตากลิ่นนั้นท่านเป็นผู้ที่มีศรัทธาและเลื่อมใสในพุทธศาสนาอย่างมาก บำเพ็ญวัตรปฏิบัติหาความสุขตามสมควรแก่ฐานะผู้มีบรรดาศักดิ์ คือ ทำบุญ ให้ทาน มักชอบเดินทางไปพักผ่อนตามหัวเมืองต่างๆ โดยเฉพาะตามชานเมืองรอบนอกกรุงเทพมหานคร ที่เป็นชุมชนมอญอย่างปากลัด พระประแดง ลาดกระบัง เป็นต้น และด้วยอำนาจความเชื่อความเลื่อมใสอย่างแรงกล้าในศาสนาดังกล่าวข้างต้น เจ้าจอมมารตากลิ่นจึงได้สร้างวัดสุทธาโกชนัน แหวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ถวายเป็นวัดในพระพุทธศาสนา โดยเหตุผลประการหนึ่งที่เจ้าจอมมารตากลิ่นตัดสินใจสร้างวัดสุทธาโกชนันขึ้นเพื่อเป็นสถานที่บำเพ็ญกุศลในคราวที่ท่านไปพักผ่อนตากอากาศยังชุมชนย่านลาดกระบัง อีกทั้งเพื่อสงเคราะห์ชาวบรรดาพี่น้องชาวมอญที่ท่านถือว่าเป็นเหมือนญาติได้สะดวกในการทำบุญตามประเพณีด้วย (กองนโยบายและแผนงาน (กลุ่มงานวิจัยผังเมือง 1) สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร, 2564) ชุมชนชาวมอญในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มวัฒนธรรมเก่าแก่ที่มีประวัติยาวนานกว่า 100 ปี อพยพมาจากพระประแดงและสมุทรสาครเมื่อช่วงรัชกาลที่ 5 เพื่อทำนาโดยตั้งถิ่นฐานริมคลองมอญและคลองลำปลาทิว มีวัดสุทธาโกชนันเป็นศูนย์กลางชุมชน โดดเด่นด้วยประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ วัฒนธรรมมอญ การละเล่นสะบ้า และอาหารท้องถิ่น เช่น ข้าวแช่ (อำภา บุญเกตุ, 2568)

สำหรับอัตลักษณ์และประเพณีที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือซึ่งถือว่าเป็นงานใหญ่ประจำปีของวัดสุทธาโกชนัน จัดช่วงหลังวันออกพรรษา พระสงฆ์จะพายเรือบิณฑบาตรริมคลองลำปลาทิว ประเพณีสงกรานต์มอญมีการแห่หงส์ธงตะขาบ แห่หนกแห่ปลา การเล่นสะบ้ามอญ และสรงน้ำพระอาหารของชุมชนมอญที่ได้รับความนิยมและทำสืบทอดกันมา คือ ข้าวแช่, แกงมะตาด, แกงกระเจียบ,

ปลาร้ามอย, กาละแม การเดินทางมาเยี่ยมชมสามารถมาได้โดยรถไฟไฟฟ้า Airport Rail Link ลงสถานีลาดกระบัง หรือเส้นทางถนนฉลองกรุง แขวงทับยาว

แม้ว่าชุมชนมอญเขตลาดกระบังมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่ยังคงขาดข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As ของ Collier & Harraway (1997 อ้างใน ชิตพร ประดิษฐ์รอด, 2557) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบขนส่งและเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดนี้จึงเป็นกรอบที่เหมาะสมในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเฉพาะเจาะจงในบริบทของชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนมอญเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้กรอบแนวคิด 3As เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

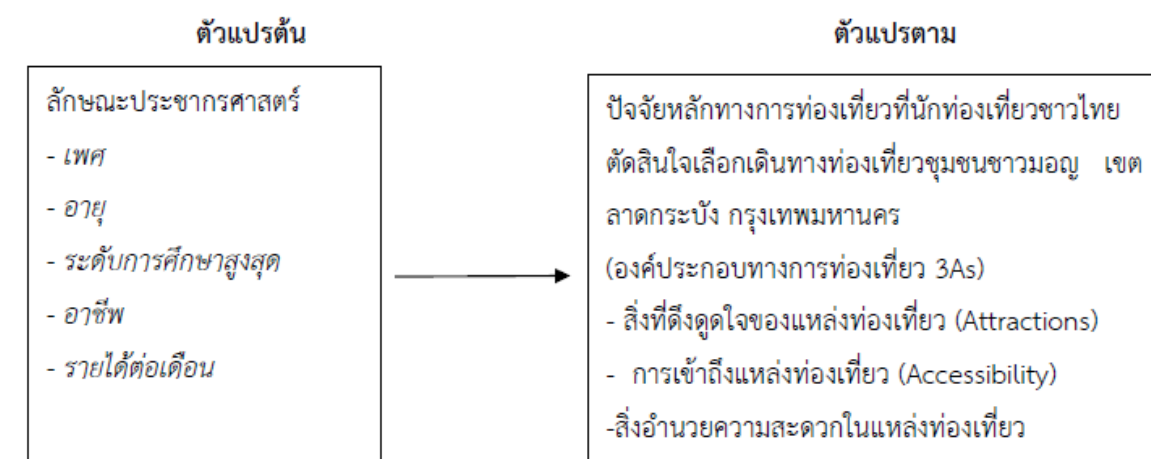
## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดองค์ประกอบ 3As ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
3. เป็นข้อมูลสนับสนุนสำหรับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4. ส่งเสริมการอนุรักษ์และต่อยอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมอญ โดยใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

5. สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ให้มีความเข้มแข็งสามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อย่างยั่งยืน

### กรอบแนวคิด



นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

##### 2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม

### การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และผลการตรวจสอบค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป สามารถนำไปใช้ได้ และนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาแต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา Cronbach's Alpha ได้ค่าที่มากกว่า 0.75 ขึ้นไป ซึ่งสามารถนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้ (ละเอียดยศิลาน้อย, 2558: 91) และการทดสอบแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่น 0.809 อยู่ในระดับดี โดยใช้แบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) โดยเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลตัวเองมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) มี 5 ระดับด้วยกัน คือ

- 5 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมาก
- 3 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยปานกลาง
- 2 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อย
- 1 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อยที่สุด

และใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ดังนี้

- |           |         |  |
|-----------|---------|--|
| 4.21-5.00 | หมายถึง | มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด |
| 3.41-4.20 | หมายถึง | มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมาก       |
| 2.61-3.40 | หมายถึง | มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวปานกลาง   |
| 1.81-2.60 | หมายถึง | มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อย      |

1.00-1.80 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถาม ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุดเสาร์อาทิตย์ จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2568

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วย Scheffé Method เพื่อทดสอบสมมติฐาน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุดาพิมพ์ สรสุชาติ(2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ้านบางเขน จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนธันวาคม 2563 ถึง มกราคม 2564 เป็นเครื่องมือในการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ t-test, f-test การทดสอบสมมติฐานใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ ด้านสถานที่ดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการตระหนักรู้ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนองค์ประกอบด้านการเดินทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลที่ประสิทธิภาพร้อยละ 62.30

## ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นผลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.08	0.72	มาก
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.89	0.75	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.90	0.84	มาก
รวม	3.96	0.77	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.84) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นผลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.35	0.73	มากที่สุด
2. มีศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่โดดเด่นและน่าสนใจ	4.02	0.65	มาก
3. มีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกมีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก	4.01	0.75	มาก
4. ชมวิถีชีวิตชุมชนมอญ	3.94	0.75	มาก
รวม	4.08	0.72	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาคำถามรายข้อได้แก่ รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.35$ , S.D. = 0.73) รองลงมาคือ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่โดดเด่นและน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ , S.D. = 0.65) มีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกมีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = 0.75) และ ชมวิถีชีวิตชุมชนมอญ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.75 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นผลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. มีการอัปเดตระบบ GPS ให้นำทางจนถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.28	0.76	มากที่สุด
2. มีรถโดยสารสาธารณะที่ผ่านและสามารถเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้	3.60	0.75	มาก
3. มีการอัปเดตข้อมูลของชุมชนบนแพลตฟอร์มออนไลน์	3.56	0.74	มาก
4. มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนจนถึงชุมชนมอญ	4.15	0.78	มาก
รวม	3.89	0.75	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาคำถามรายข้อดังนี้ มีการอัปเดตระบบ GPS ให้นำทางจนถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.76) รองลงมาคือ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนจนถึงชุมชนมอญอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.78) มีรถโดยสารสาธารณะที่ผ่านและสามารถเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.75) และ มีการอัปเดตข้อมูลของชุมชนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ , S.D. = 0.74 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขต ตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. มีเจ้าหน้าที่เพื่อให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	3.44	1.01	มาก
2. มีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายไว้บริการนักท่องเที่ยว	4.36	0.71	มากที่สุด
3. มีห้องสุขาที่สะอาดไว้บริการนักท่องเที่ยว	3.75	0.83	มาก
4. มีการจัดที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว	4.04	0.81	มาก
รวม	3.90	0.84	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาคำถามรายข้อ ได้แก่ มีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายไว้บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.71) รองลงมาคือ มีการจัดที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.81) มีห้องสุขาที่สะอาด ไว้บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 0.83) และมีเจ้าหน้าที่เพื่อให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.44$ , S.D.= 1.01) ตามลำดับ

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร					
	SS	df	MS	F	Sig
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.46	4	0.11	0.52	0.71
ภายในกลุ่ม	83.04	380	0.21		
<b>รวม</b>	<b>83.50</b>	<b>384</b>			
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.22	4	0.80	3.44	0.00*
ภายในกลุ่ม	88.81	380	0.23		
<b>รวม</b>	<b>92.03</b>	<b>384</b>			
<b>ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	5.29	4	1.32	4.29	0.00*
ภายในกลุ่ม	117.19	380	0.30		
<b>รวม</b>	<b>122.48</b>	<b>384</b>			

\* ค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way-ANOVA) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig 0.00 และ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่า Sig 0.71 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเปรียบเทียบปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 6 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร					
	SS	df	MS	F	Sig
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.01	4	0.25	1.16	0.32
ภายในกลุ่ม	82.49	380	0.21		
<b>รวม</b>	<b>83.50</b>	<b>384</b>			
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.67	4	0.16	0.70	0.59
ภายในกลุ่ม	91.36	380	0.24		
<b>รวม</b>	<b>92.03</b>	<b>384</b>			
<b>ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.98	4	0.74	2.37	0.05*
ภายในกลุ่ม	119.50	380	0.31		
<b>รวม</b>	<b>122.48</b>	<b>384</b>			

\* ค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 6 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way-ANOVA) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig 0.00 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่าระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Sig 0.32 และ 0.59 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเปรียบเทียบปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.72) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย รองลงมาคือ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นและน่าสนใจ และผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.84) โดยร้านอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การจัดที่นั่งพักผ่อน และความสะอาดของห้องสุขา แสดงให้เห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกมีบทบาทสนับสนุนประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.75) โดยการอัปเดตระบบ GPS และความชัดเจนของป้ายบอกทางมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนถึงความสำคัญของระบบข้อมูลและการนำทางที่เอื้อต่อการเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ไม่พบความแตกต่างในด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่ส่งผลต่อด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As ของ Collier และ Harraway (1997 อ้างใน ชิตพร ประดิษฐ์รอด, 2557) ซึ่งระบุว่า สิ่งดึงดูดใจเป็นองค์ประกอบหลักที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทาง เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สร้างแรงจูงใจและความสนใจของนักท่องเที่ยว ในบริบทของชุมชนมอญ เขตลาดกระบัง ซึ่งมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตที่โดดเด่น เช่น ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือและอาหารพื้นถิ่น จึงนับเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในด้านการเข้าถึง พบว่าระบบ GPS และข้อมูลออนไลน์มีบทบาทสำคัญ แสดงให้เห็นถึงอิทธิพล

ของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว และความถูกต้องของข้อมูล สะท้อนแนวโน้มการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่รูปแบบ Smart Tourism นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงให้เห็นว่า ระดับรายได้อาจมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการและความสะดวกสบาย ขณะที่ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางวัฒนธรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้โดยไม่ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนควรให้ความสำคัญกับการรักษาและส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาระบบการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้มาเยือน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดาพิมพ์ สรสุชาติ(2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ ด้านสถานที่ดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการตระหนักรับรู้ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนองค์ประกอบด้านการเดินทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลที่ประสิทธิภาพร้อยละ 62.30

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และพัฒนาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมอญอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งเสริมประเพณีท้องถิ่น การพัฒนากิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการสร้างเรื่องเล่า (Storytelling) เพื่อเพิ่มคุณค่าและความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว
2. ควรพัฒนาระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการปรับปรุงข้อมูลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การอัปเดตระบบนำทาง และการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล เพื่อรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล และส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชนในรูปแบบ Smart Tourism
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรได้รับการยกระดับมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการจัดการความสะอาด ความเพียงพอของพื้นที่บริการ และการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ด้านการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

4. เนื่องจากรายได้มีผลต่อความคิดเห็นด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนพัฒนาบริการให้มีความหลากหลาย รองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มรายได้ เพื่อสร้างความเท่าเทียมและขยายฐานตลาดการท่องเที่ยว

5. ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนเชิงนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourist Motivation) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ (Revisit Intention) เพื่อขยายองค์ความรู้ให้ครอบคลุมพฤติกรรมหลังการเดินทาง

2. ควรศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) และการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของชุมชนมอญ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทาง

3. ควรเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านพฤติกรรมและความคาดหวัง

4. ควรใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์และมุมมองของนักท่องเที่ยว

#### เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2568). *แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กองนโยบายและแผนงาน (กลุ่มงานวิจัยผังเมือง 1) สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. (2564). *รายงานข้อมูลพื้นฐานชุมชนเขตตลาดกระบี่*. กรุงเทพมหานคร.

ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). *องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.

จิรัฐสิริ เณลิมพงศ์, & สุปราณี วรรณรณ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์โควิด-19 และแนวโน้มการปรับตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. *วารสารการจัดการและการพัฒนาทางสังคม*, 8(2), 45-60.

ธีรวิทย์ เอกกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: วิทยาออฟเซทการพิมพ์.

- สุดาพิมพ์ สรสุชาติ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. ปีที่ 35 ฉบับที่ 2 (2021): เมษายน-มิถุนายน 2564
- ละเอียด ศิลาน้อย. (2558). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์และการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำภา บุญยเกต. (2568). ประวัติความเป็นมาและอัตลักษณ์ของชุมชนมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(1), 112-128.
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association*. (7th ed.). American Psychological Association.
- Collier, A., & Harraway, S. (1997). *Principles of tourism*. Longman.