



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

**Program for Touring Chonburi's Contemporary Art and Culture of  
European-Thai-Chinese**

โดย

นายจิระศักดิ์ ไชยรบ รหัส 5904400156

นายณัฏกัชสรณ์ วงศ์ธรรมชัย รหัส 6004400150

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาสหกิจศึกษา  
ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ  
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม  
ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562

หัวข้อโครงการ      โปรแกรมท่องเที่ยวชองบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน  
 Program for touring Chonburi with Contemporary Art and Culture of  
 European-Thai-Chinese

รายชื่อผู้จัดทำ      นายจิระศักดิ์      ไชยรบ  
                                  นายมันนภัตธรรม      วงศ์ธรรมชัย

ภาควิชา      อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

อาจารย์ที่ปรึกษา      อาจารย์ปิยธิดา      กังวานสิทธิ์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาอุตสาหกรรม การ  
 ท่องเที่ยวและการบริการ ประจำปีการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562

คณะกรรมการสอบโครงการ

ปิยธิดา กังวานสิทธิ์.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ปิยธิดา กังวานสิทธิ์)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาวนภาพร แซ่มเจย)

.....กรรมการกลาง

(อาจารย์ชาญชัย ประคินกิจ)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

หัวข้อ โครงการงาน	:	โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน
หน่วยกิต	:	5
รายชื่อผู้จัดทำ	:	นายจิระศักดิ์ ไชยรบ นายณัฏฐกร วัฒนศิริ วงศ์ธรรมชัย
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	อาจารย์ปัทมา กังวานสิทธิ์
ระดับการศึกษา	:	ปริญญาตรี
สาขาวิชา	:	การท่องเที่ยว
คณะ	:	ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา	:	2/2562

#### บทคัดย่อ

จากการที่คณะผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ทำให้เล็งเห็นปัญหาต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวในจังหวัด จึงได้มีการจัดทำโครงการ โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรีกระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน จัดทำขึ้น 1. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี 2. เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 3) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้โปรแกรมท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ทางคณะผู้จัดทำได้มีการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับเส้นทางกรท่องเที่ยววัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน ในจังหวัดชลบุรี และได้จัดทำคลิปวิดีโอเผยแพร่ลงในเพจ Facebook ที่มีชื่อว่า สยาม โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ อะลาคอมปานย์พัทธา ตลาดน้ำ 4ภาคพัทธา และชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว

จากการเผยแพร่วิดีโอลงในเพจ ทำให้มีผู้เข้าชมทั้งหมด 8,400 ครั้ง กดถูกใจ 50 คน กดแชร์ 12 ครั้ง แสดงความคิดเห็นจำนวน 5 คน มีผู้กดถูกใจเพจเพิ่ม 36 คนและยอดผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้น 37 คน นอกจากนี้คณะผู้จัดทำยังได้ใช้แบบสอบถามในการประเมินความสนใจกับโปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้เผยแพร่ใน Facebook แบบสอบถามมี ทั้งหมด 115 ชุด เป็นคนไทยจำนวน 109 ชุด และชาวต่างชาติจำนวน 6 ชุด โดยความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวนี้มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.17 การแปรผลระดับความสนใจ มากที่สุด 2 ด้าน คือการ ผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ฝรั่งเศส-ไทย-จีน มีความน่าสนใจ และการประชาสัมพันธ์ผ่าน เพจ facebook เป็นทางเลือกที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยว และด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ท่องเที่ยวชลบุรี/ วัฒนธรรมร่วมสมัย/ ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

Project Title : Program for Touring Chonburi's Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese

Credits : 5

By : Mr. Jeerasak Chairob  
Mr. Nannaphachsorn Wongthamchai

Advisor : Miss. Piyatida Kungwansith

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 2/2019

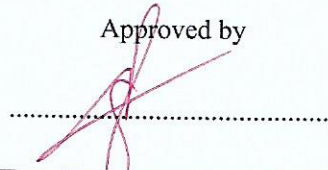
#### ABSTRACT

The project, "Program for Touring Chonburi's Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese" was created to stimulate tourism in Chonburi, who had been affected by Corona Virus (COVID-19). Which also was the reason why the number of tourists decreased. The purpose of this study was: 1. To build confidence in the safety of tourists in the near future. 2. To stimulate tourism in Chonburi; 3. To increase interest in travel programs. The organizing team researched and collected information on tourist attractions that were consistent with Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese in Chonburi. Then, created a video clip and posted it on Siam's Facebook page. It has 3 tourist attractions, which were A' La Campagne, Pattaya floating market and Ban Sak Ngaeo Old Chinese Market.

The video was posted on Facebook and resulted in 8,400 views, 50 likes, 12 shares and 5 comments. The page had 36 likes and 37 followers. In addition, the organizing team used questionnaires to assess their interest in programs for touring Chonburi on Facebook. There was 115 sets of questionnaires, 109 Thai respondents and 6 foreigners. The interest in this program had a mean of 4.17, and the result is very interesting.

**Keywords :** Tourism in Chonburi/Contemporary culture/ European-Thai-Chinese

Approved by



## กิตติกรรมประกาศ

### (Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ตั้งแต่ วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีค่ามากมาย และยังได้แนวทางในการปฏิบัติงานในอนาคต สำหรับ รายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและการสนับสนุนจากผู้ที่ให้การสนับสนุนหลายท่าน ดังนี้

1. อาจารย์ปิยธิดา กังวานสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา

2. คุณณภาพร แซ่มเฉย พนักงานที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางรวมถึงให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำรายงานจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

30 เมษายน 2563

## สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
<b>บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	3
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมร่วมสมัย.....	8
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	9
2.4 ข้อมูลของตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี.....	11
2.5 ข้อมูลของ อะ ลา คอมปaign์ (A La Campagne).....	13
2.6 ข้อมูลของตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว.....	14
2.7 สรุปลง 4 ไฮไลท์พฤติกรรมการใช้ “Social Media” ทั่วโลก.....	15
2.8 Likert rating scale.....	17
2.9 Generation.....	18
2.10 VLLO – แอปที่ทำให้การตัดต่อวิดีโอเป็นเรื่องง่าย.....	18
2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
2.12 มาตรการด้านความปลอดภัยของจังหวัด.....	20

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

### บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	23
3.2 ลักษณะการประกอบการและการให้บริการหลักขององค์กร.....	24
3.3 รูปแบบการจัดการและการบริหารงานขององค์กร.....	27
3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	28
3.5 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา.....	30
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	30
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	33

### บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 โปรแกรมและแอปพลิเคชันที่ใช้ในการดำเนินงาน.....	33
4.2 ขั้นตอนในการจัดเตรียมเส้นทางรถท่องเที่ยว.....	34
4.3 การศึกษาค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
4.4 การตัดต่อคลิปวิดีโอแหล่งท่องเที่ยว.....	38
4.5 เผยแพร่วิดีโอ.....	39
4.6 นำเสนอต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี.....	40
4.7 ผลการดำเนินงาน.....	41
4.8 การต่อยอดโครงการ.....	48

### บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ.....	49
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	50
5.3 ปัญหาที่พบจากการปฏิบัติสหกิจศึกษา.....	51

บรรณานุกรม.....	52
-----------------	----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ภาพขณะปฏิบัติงานและการนิเทศของอาจารย์

ภาคผนวก ข แบบสอบถามและแผ่นพับประชาสัมพันธ์

## สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์ของพนักงานที่ปรึกษา

ภาคผนวก ง บทความวิชาการ

ภาคผนวก จ ไปสเตอร์

ภาคผนวก ฉ แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ภาคผนวก ช ประวัติผู้จัดทำ





## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน.....	32
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	42
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ.....	42
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....	43
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	43
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	44
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว.....	44
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	45
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจุดหมายปลายทางที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวใน ประเทศไทย.....	45
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย.....	46
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมที่ชอบทำ ระหว่าง ท่องเที่ยว.....	46
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับความสนใจต่อ โปรแกรม ท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่ง-ไทย-จีน.....	47

## สารบัญรูปลูกภาพ

	หน้า
รูปที่ 2.1 ตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี.....	12
รูปที่ 2.2 อะ ลา คอมปายน์ (A La Campagne).....	14
รูปที่ 2.3 ตลาดจีน โบราณบ้านชากแง้ว.....	15
รูปที่ 2.4 เจเนอเรชั่น.....	18
รูปที่ 3.1 สัญลักษณ์ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี.....	23
รูปที่ 3.2 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี.....	23
รูปที่ 3.3 ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน.....	25
รูปที่ 3.4 กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว.....	25
รูปที่ 3.5 กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านกีฬาและนันทนาการ.....	26
รูปที่ 3.6 โครงสร้างองค์กร.....	27
รูปที่ 3.7 นักศึกษาปฏิบัติสหกิจศึกษา นาย จีระศักดิ์ ไชยรบ.....	28
รูปที่ 3.8 นักศึกษาปฏิบัติสหกิจศึกษา นายณัฏกสสรณ์ วงศ์ธรรมชัย.....	29
รูปที่ 3.9 พนักงานที่ปรึกษา.....	30
รูปที่ 4.1 โปรแกรม VLLO.....	33
รูปที่ 4.2 เพจสยาม.....	34
รูปที่ 4.3 เส้นทางจากอะลาคอมปายน์ไปยังตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา.....	35
รูปที่ 4.4 เส้นทางจากตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยาไปยังตลาดจีน โบราณบ้านชากแง้ว.....	35
รูปที่ 4.5 อะลาคอมปายน์.....	36
รูปที่ 4.6 ตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา.....	37
รูปที่ 4.7 มุมชนจีนบ้านชากแง้ว.....	38
รูปที่ 4.7 ตัดต่อวิดีโอโดยใช้โปรแกรม VLLO.....	39
รูปที่ 4.8 เผยแพร่วิดีโอผ่าน facebook.....	39
รูปที่ 4.9 แผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว.....	40
รูปที่ 4.10 ภาพรวมของการเผยแพร่วิดีโอ.....	41

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี นั้นมีหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี รวมถึงสถานที่พักต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังสนับสนุนการกีฬาและนันทนาการภายในจังหวัด และช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา จนถึงต้นปี พ.ศ. 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวได้ลดจำนวนลงมาก สืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

จากการที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ได้เข้าร่วมประชุมหารือกับหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัดชลบุรี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา สถานประกอบการหลายแห่งปิดตัวลง บางแห่งมีการลดจำนวนพนักงาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ทางจังหวัดจึงได้มีข้อเสนอแนะในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในภาคการท่องเที่ยวในจังหวัด ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ภายใต้การท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย คนชลบุรีเที่ยวชลบุรี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับต่างชาติหรือคนภายนอกว่าเราเที่ยวได้อย่างปลอดภัย คนต่างชาติก็สามารถเที่ยวได้เช่นกัน ผู้ดำเนินโครงการจึงได้เล็งเห็นว่าหากได้ทำโปรแกรมท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน ในจังหวัดชลบุรีและนำข้อมูลจากการเดินทางท่องเที่ยวรวบรวมให้กับสำนักงานเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัด และมีนักท่องเที่ยวหันกลับมาเที่ยวชลบุรีเพิ่มมากขึ้น

### 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี
- 1.2.2 เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 1.2.3 เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้โปรแกรมท่องเที่ยวมีความหลากหลาย

### 1.3 ขอบเขตของโครงการงาน

#### 1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใน โปรแกรมท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดน้ำ 4 ภาค, A La Campagne และตลาดจีน โบราณบ้านชากแง้ว

#### 1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษามหาวิทยาลัยสยาม ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ จำนวน 109 คน และชาวต่างชาติจำนวน 6 คน

#### 1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

เริ่มตั้งแต่ 13 มกราคม 2563 ถึง 30 เมษายน 2563

#### 1.3.4 ขอบเขตด้านเอกสาร,ข้อมูล

สืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องการสอบถามจากพนักงานที่บริการรวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในโปรแกรมท่องเที่ยว

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ช่วยสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยว

1.4.2 ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

1.4.3 ช่วยยกระดับ โปรแกรมการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

## บทที่ 2

### การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำโครงการโปรแกรมท่องเที่ยวเรื่อง Program for touring Chonburi's Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ดังนั้นผู้จัดทำโครงการจึงมีการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กับโครงการ ดังนี้

- แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมร่วมสมัย
- แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- ข้อมูลของตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี
- ข้อมูลของ อะ ลา คอมปานี (A La Campagne)
- ข้อมูลของตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว
- สรุปลง 4 ไฮไลท์พฤติกรรมการใช้ “Social Media” ทั่วโลก
- Likert rating scale
- Generation
- VLLO - แอปที่ทำให้การตัดต่อวิดีโอเป็นเรื่องง่าย
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- มาตรการด้านความปลอดภัยของจังหวัดในกรณีที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เหมือนแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและเอกชนใน การตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม จึงก่อให้เกิดกระแสเรียกร้องหลัก 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสความต้องการของประชาชนทั่วโลกให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในแง่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่นจนถึงขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อคงความ

หลากหลายทางชีวภาพไว้

2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสดูความต้องการที่มีมากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากกว่าความสนุกเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่

3. กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกระแสดูความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นหลักประกันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และชุมชนท้องถิ่นยอมรับในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

### **หลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่า ของประสบการณ์ในการเข้าชมในขณะเดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหนกรักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลินพร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่นรวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเองด้วย

### **ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญมีอยู่ 9 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์

โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุดเพื่อสามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง 2.

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าควายน่าให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด 3.

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของการบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้านและต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

## องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจในสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ฉะนั้นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรมี 6 ด้านดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการคือ

- 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- 1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ
- 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
- 1.4 ศิลปะหัตถกรรมประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- 1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- 1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ
- 1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ขนบธรรมเนียมการรับประทานอาหาร
- 1.9 ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ
- 1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อม และระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไร ผู้ธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม



5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการตลาดท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

### ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการการท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้นในขณะเดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้วย โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นประเภทได้ 5 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์และศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวใน หมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษโดดเด่น เพื่อให้ได้รับ

ความ เพลิดเพลิน ได้ความรู้ คุณผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมีความเข้าใจใน วัฒนธรรม ท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของ สภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกาย หรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตาม เส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการ ออกกำลังกาย เล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬา ในขณะที่เดียวกันก็ได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทาง การ จัดรายการกีฬา ให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความ รับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว ไป เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือ ฟื้นฟูสุขภาพทาง วัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร การ ฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานของความ รับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของ สภาพแวดล้อม โดยชุมชน ท้องถิ่นมีส่วนร่วม ในการจัดการการท่องเที่ยว

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมร่วมสมัย

กัมพล แสงเอี่ยม(2559)กล่าวว่า ภายใต้บริบทโลกของความทันสมัยที่เป็นปริณิชนชาติที่เต็มไปด้วย วัฒนธรรมที่มีชีวิต เป็นเสมือนกระแสหรือพลังที่เราองไม่เห็นแต่รู้สึกได้ บริโภคได้ และใช้ชีวิต ส่วนใหญ่ในขณะที่เรานอน ทำงาน พักผ่อนหย่อนใจรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน รวมถึง มิติของเวลาในท่ามกลางโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันเป็นวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ แบบข้ามแดนข้ามประเทศ ข้ามชุมชน อยู่คนละที่คนละทางยังสามารถสัมพันธ์กับวัฒนธรรม ต่างแดนได้ วัฒนธรรมข้ามยุคข้าม สมัยเช่นเรื่องราวในอดีตนับ 1000 ปีก็ยังสามารถจะมีความสำคัญได้ในยุคสมัยปัจจุบัน จากที่กล่าว ในเบื้องต้นเราจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมร่วมสมัย คือการ ผสมผสาน ทางความคิดและวัฒนธรรมภายนอก ของวัฒนธรรมตนเองและเกิดการคัดสรรของ วัฒนธรรม ต่าง ๆ หล่อหลอมเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่ สอดคล้องกับบริบททางสังคมนั้น ๆ จากวัฒนธรรมเดิมรวมเข้ากับ วัฒนธรรมใหม่สู่วัฒนธรรมร่วมสมัย จะเห็นได้ชัดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม การแต่งตัวของผู้คนในสังคมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไปตาม กระแสภายนอกและความเป็นสากลมากขึ้น

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ(2545)กล่าวว่าเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ควรทราบปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งขึ้นกับสภาพสังคมที่ นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ การคมนาคม รสนิยม ค่านิยม รวมถึงปัจจัยที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ( Economic Factor) เศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักถูกจัดอันดับต้น ๆ เป็นที่ต้องการ ของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆด้าน เช่น ค่านที่พัก จะใช้บริการที่พักในโรงแรมระดับสี่ดาวถึงห้าดาว ค่านอาหารจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือภัตตาคาร ด้านนันทนาการจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมระดับสูง ด้านการท่องเที่ยวจะใช้บริการกับทางบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึกจะเลือกซื้อที่อยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศพื้นฐานไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งด้วย จึงมักมีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยว โดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ถือว่าหนึ่งพันล้านคน ผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดีพอในการเดินทางท่องเที่ยวได้ ย่อมอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่าง ๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดดเป็นเวลานาน ๆ เพราะท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมาก ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยว นิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือ แหล่งบันเทิงในร่ม

(In House Entertainment) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้าการเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

4. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยวด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมาก เดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผล หลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิด ปัญหาทางการเมือง เช่น รัฐบาลอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนาสถานที่สำคัญของศาสนาคริสต์ที่นักแสวงบุญต้องการเดินทางด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยว ไม่ทราบว่าจะเกิด อะไรขึ้นเมื่อใดและมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

5. ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ด้วยวิทยาการอันกว้างไกลในยุคโลกาภิวัตน์ ปัจจัยด้าน สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อการศึกษาใจในการเดินทางท่องเที่ยว ของท่องเที่ยว อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกันทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อทางดาวเทียม และอื่นๆ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนสามารถส่งเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและอ้อม เช่น เหตุการณ์เมื่อกลางเดือนมีนาคม พ.ศ. 2541 เมื่อทางกระทรวงสาธารณสุขฮ่องกง ที่เดินทางกลับบ้าน จากประเทศไทยได้ติดเชื้อหวัดโคโรนา ทำให้เสียภาพพจน์ด้านการท่องเที่ยวของไทยตกต่ำไปในทันที ทั้งที่ในความเป็นจริงประเทศไทยได้ปลอดภัยจากเชื้อหวัดโคโรนาแล้วกว่า 20 ปี

6. ปัจจัยทางเวลา สภาวะและสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy) ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการ เดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาก ด้วยนักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยวหรือเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อม ก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางทันที อาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยว

7. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร อันได้แก่ระบบ การจองสำรองที่นั่งเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของ

สายการบินต่าง ๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวก รวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจ และแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภค สินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว ว่ามีพฤติกรรมที่ซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาด สามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้อย่างเหมาะสม

กล่าวโดยสรุปคือ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางสื่อมวลชน ปัจจัยทางเวลา และปัจจัยทางเทคโนโลยี

## 2.4 ข้อมูลของตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) กล่าวว่า ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา ถือกำเนิดขึ้นด้วยเจตนารมณ์ของผู้บริหารที่จะให้สถานที่แห่งนี้เป็นศูนย์ กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ที่จำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทยที่เรียบง่าย เรียนรู้วิถีพอเพียงดั้งเดิมที่ผูกพันกับสายน้ำตั้งแต่อดีต สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีเสน่ห์ที่น่าหลงใหลใน 4 ภาค ของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และ ภาคใต้ เดิมทีที่ตั้งของตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา เป็นพื้นที่หนองน้ำเต็มไปด้วยปากกรกร้าง ทางผู้บริหาร ตลาดน้ำได้สังเกตเห็นว่าพื้นที่บริเวณนี้น่าจะสร้างความแปลกใหม่ให้กับเมืองพัทยาได้ จึงได้ระดมสมองและกำลังเพื่อปรับปรุงพื้นที่ใหม่ให้ใกล้เคียง กับสภาพเดิม อีกทั้งยังได้ดึงวิถีชีวิตที่เคยสัมผัสมาเมื่อครั้งเยาว์วัยมาสร้างสรรค์ให้อยู่ ณ ที่แห่งนี้ จึงได้เกิดเป็นตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา ซึ่งได้เปิดตลาดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ตลาดน้ำสี่ภาคเป็นตลาดย้อนยุค (สร้างใหม่โดยเลียนแบบรูปแบบวิถีไทยโบราณสี่ภาค)รวบรวมสินค้าหลากหลายทั้งของกิน-ของใช้ ซึ่งถูกให้คุณค่าว่าเป็น ของดีประจำถิ่นย่านนั้นๆมาให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรได้ ภายในตลาดแห่งนี้เพียงแห่งเดียว โดยไม่ต้องเดินทางไปหลายที่นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ให้เลือกสนุก หรือพักผ่อนหย่อนใจได้ตามความต้องการอีกด้วย อาทิเช่น ชมการแสดง ศิลปวัฒนธรรม ล่องเรือเลาะ คลอง นวดแผนไทย ฯลฯ

ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยแห่งใหม่ใจกลาง เมืองพัทยา ถือกำเนิดขึ้นด้วยเจตนารมณ์ของผู้บริหารเพื่อให้สถานที่แห่งนี้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์

วัฒนธรรมที่จำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทยที่เรียบง่าย เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีพอเพียง ดั้งเดิมที่ผูกพันกับสายน้ำตั้งแต่อดีตสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีเสน่ห์ที่น่าหลงใหลใน 4 ภาค ของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และ ภาคใต้

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจะได้เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพอันงดงาม นั่งเรือพายชมวิถีชีวิตริม 2 ฝั่งน้ำ ตระการตากับร้านค้าเรือนไทยไม้สักทั้งหลังที่สร้างขึ้นตามเอกลักษณ์ของเรือนไทยภาคต่าง ๆ พร้อมลานกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น สำหรับสินค้าทั้ง 4 ภาคจะแตกต่างกันออกไปตามวิถีชีวิตแต่ละภาค โดยภาคเหนือจะเป็นสินค้างานไม้แกะสลัก เครื่องเงิน ผ้าพื้นเมืองลวดลายงดงามวิจิตร ผ้าไหม และร่มกระดาษ สำหรับสินค้าภาคกลาง ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ หวาย เครื่องประดับ กระเป๋าสาน ภาคอีสานโดดเด่นในกลุ่มสินค้าผ้าไหมหมัดหมี่ ผ้าไหมแพรวา เทียนหอม หมอนอิง และภาคใต้สินค้าเครื่องชื้อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ผ้าบาติก เรือไม้จำลอง

### การเดินทาง

- โดยรถยนต์ส่วนตัวจากกรุงเทพฯ ข้ามผ่านทางเลี้ยวเข้าพญาเหนือ - กลาง ใต้ เลยทางเลี้ยวเข้าพญาใต้ ทางเดียวกับไปอสังการถึงก่อนอสังการ ประมาณ 4.5 กม.
- รถโดยสารประจำทางถ้านั่งรถป.1 ที่เอกมัย ซี่อตัวรถกรุงเทพฯ-สัดหีบ ตลาดน้ำจะอยู่ทางด้านซ้ายมือ ติดถนนใหญ่ หรือจะนั่งรถมาลงแยกพญากลาง หรือใต้ แล้วนั่งรถสองแถวลงตลาดน้ำ 4 ภาค



รูปที่ 2.1 ตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี

ที่มา <https://thailandtourismdirectory.go.th/>

## 2.5 ข้อมูลของ อะ ลา คอมปานี (A La Campagne)

The TripPacker(2562) กล่าวว่า A' La Campagne อะลาคอมปานี คือโครงการที่เติมเต็ม ความฝันของ คุณอรรณพ ชาญเชียววิชัย และ คุณชมพูนุท อิมอุดม สองนักธุรกิจรุ่นใหม่ที่ชอบการเดินทางและหลงใหลในศิลปะ ด้วยเหตุผลที่รักในการเดินทางนี้เอง จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นของแรงบันดาลใจทั้งหมด โดยหยิบเอาความทรงจำดี ๆ เกี่ยวกับหมู่บ้านเล็ก ๆ ในยุโรป มาร้อยเรียงกลายเป็นร้าน อาหารอันงดงามและสอดคล้อง ผสานตำนานความอร่อยเข้ากับสถาปัตยกรรมของชนบทในยุโรปได้อย่างลงตัว เริ่มจากอาหารไทย-อีสานรสชาติดั้งเดิม ชื่อว่าส้มตำวิลล่า (Somtum Villa) ซึ่งตอบโจทย์คนไทยอยู่แล้ว ตกแต่งในบรรยากาศแบบโบสถ์เก่ายุโรปคลาสสิก เน้นสะท้อนความสนุกสนาน เรียบง่ายท่ามกลางความเป็นมิตร ของธรรมชาติ จัดวางเฟอร์นิเจอร์โทนสีอบอุ่นและนำงานท้องถิ่น มาปรับใช้อย่างน่าเอ็นดู อาทิ งานสาน แก้วห้วยจับคู่กับโต๊ะไม้สีเข้ม เจาะช่องหน้าต่างให้ดูสะอาดตา ตัวอาคารโชว์ความงดงามของสถาปัตยกรรมสไตล์ยุโรป ห้อมล้อมไปด้วยพื้นที่สีเขียวร่มรื่น ชวนให้น่าไปสัมผัสอย่างยิ่ง หากต้องการสัมผัสกับอีกหนึ่งบรรยากาศ Tea Factory & More โชนนี้ ถูกออกแบบมาเพื่ออนุรักษ์โดยเฉพาะ ตกแต่งในสไตล์คลาสสิก เหมือนโรงงานผลิตชาแบบย้อนยุคในประเทศ ศรีลังกา ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์สไตล์ยุโรปไว้คอยต้อนรับลูกค้า นอกจากนั้นภายในโครงการยังมีร้าน ขายของ Shop & Gallery ที่คัดสรรสินค้าโดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นมิตร ต่อธรรมชาติ และยังมีแผนจัดกิจกรรมต่างๆ อีกมากมาย เช่น คลาสโยคะ เวิร์คช็อปทำผลิตภัณฑ์เช่น น้ำสลัด สบู่ เทียนหอม ฯลฯ มีการเลี้ยงสัตว์เพื่อให้ครอบครัวได้มาทำกิจกรรมร่วมกัน weekend market โดยเน้นขายสินค้า ประเภท art and craft เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมและนำเสนอผลงานของคนรุ่นใหม่

### การเดินทาง

จากชลบุรี มุ่งหน้าไปจนถึงตลาดน้ำสี่ภาคพัทธา จะพบอะลาคอมปานี อยู่ก่อนถึงแยกไฟแดง ห้วยใหญ่



รูปที่ 2.2 อะ ลา คอมปaign์ (A La Campagne)

ที่มา Facebook fanpage A La Campagne

## 2.6 ข้อมูลของตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(2563) กล่าวว่า บ้านชากแง้ว ต.ห้วยใหญ่ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี ชื่อของบ้านชากแง้ว อาจจะไม่ค่อยคุ้นหูมากนัก สำหรับคนในยุคนี้ แต่เชื่อว่าใครที่อยู่แถวพัทยาหรือใกล้เคียง บริเวณนั้นก่อนจะมีการสร้างถนนสุขุมวิทนั้น จะต้องรู้จักบ้านชากแง้วเป็นอย่างดี เพราะในอดีตนับเป็น 100 ปี ไล่มาจนถึงก่อนจะสร้างถนนสุขุมวิท ที่บ้านชากแง้วเป็นย่านการค้าที่เคยเจริญรุ่งเรืองมาก่อน ย้อนไปในยุคเก่าแก่สมัยที่บ้านชากแง้วมีกลุ่มคนไทยเชื้อสายไทยอยู่อาศัยกัน ต่อมามีคนจีนโพ้นทะเลเงินแต่จิวอพยพย้ายเข้ามาอยู่บริเวณบ้านชากแง้ว อาชีพหลักๆ ในตอนนั้นคือการทำการเกษตร ปลูกมันสำปะหลัง ปลูกมากถึงขนาดที่มีโรงงานโม่แป้งอยู่หลายโรงงาน ถึงแม้ตอนนี้จะปิดไปเกือบหมดแล้วก็ตาม เมื่อมีโรงงานและมีการทำการเกษตร จึงต้องมีแรงงานมากมาย จึงมีคน หลากหลายเข้ามาอยู่ที่บ้านชากแง้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีน ทำให้ที่บ้านชากแง้วเจริญขึ้นมากกว่า ช่วงแรก ๆ มีโรงหนังที่ชื่อว่า ชากแง้วราม่า ซึ่งปัจจุบันที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ที่ชากแง้วราม่า ในสมัยนั้น เป็นที่นิยมมาก มีไว้สำหรับบันเทิงใจแก่ผู้คนที่ตัวหนังราคาเพียง 5 บาท ก๊วยเตี้ยวชามละ 2.50 บาท ทั้งโรงงาน ทั้งสิ่งบันเทิงใจ ต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าสมัยก่อนนั้นบ้านชากแง้วนี้เคยเจริญรุ่งเรือง มาก ๆ เรื่อยมาจนเมื่อมีการสร้างถนนสุขุมวิท ความเจริญจึงย้ายไปอยู่ทางฝั่งพัทยา ตามคำบอกเล่าของ ชาวบ้านชากแง้วที่อยู่ในช่วงยุคสมัยนั้น เมื่อความเจริญย้ายไปยังพัทยา จึงทำให้บ้านชากแง้วยังคงไว้ ซึ่งบ้านเรือนตึกแถวไม้แบบเก่า มีบ้างที่มีการซ่อมแซมปรับปรุงด้วยปูนซีเมนต์ แต่อย่างไรก็ยังคงหลง



เหลือเสน่ห์ของความคลาสสิกของเรือนไม้แถวแบบที่มีระเบียงยื่นออกมาเชื่อมต่อกันให้เห็นอยู่ ด้วยบ้านเรือนที่มีความคลาสสิกซึ่งเป็นเสน่ห์ ที่น่าสนใจของบ้านชากแง้วรวมไปถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานในอดีต กับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบไทยและจีนที่ผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวกัน และอยู่ร่วมกันมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน

### การเดินทาง

ขับรถมาจากพัทยาใต้ มุ่งหน้าสู่สัตหีบ เลยโรงแรมแอมบาสเดอร์ประมาณ 2 กิโลเมตร จะมีแยกไฟแดง เลขแยกไฟแดงประมาณ 20 เมตร เลี้ยวซ้ายเข้าซอยสนามกอล์ฟฟินิกซ์ ปากซอยจะมี 7-Eleven กับ TESCO Lotus Express อยู่ เข้าซอยมา ขับตรงไปเรื่อย ๆ ประมาณ 5 กิโลเมตร จะมีป้ายบอกทาง ให้ขับตาม



รูปที่ 2.3 ตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว

ที่มา Facebook fanpage ตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว

## 2.7 สรุป 4 ไฮไลต์พฤติกรรมการใช้ “Social Media” ทั่วโลก

MarketingOOPS (2562) กล่าวว่า

### 1. การใช้งาน Social Media เติบโตในประเทศกำลังพัฒนา

- จำนวนผู้ใช้งาน Social Media ปี 2019 อยู่ที่ 3,484 ล้านคน เติบโตจากปี 2018 ที่มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ที่ 3,196 ล้านคน

- “จีน” เป็นประเทศที่มีการเติบโตของจำนวนผู้ใช้ Social Media มากสุดของโลก ตามมาด้วย อินเดีย, อินโดนีเซีย, บราซิล และฟิลิปปินส์

จะสังเกตได้ว่าการเติบโตของผู้ใช้งาน Social Media มาจากประเทศกำลังพัฒนาเป็นหลัก

- กลุ่มประชากรใหญ่ที่ใช้ Social Media ยังคงเป็นกลุ่มอายุ 18 – 24 ปี และช่วงอายุ 25 – 34 ปี
- ใช้เวลาไปกับ Social Media โดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 16 นาทีต่อวัน
- ประชากร 1 คน โดยเฉลี่ยแล้วมีบัญชี Social Media 8.9 บัญชีสรุป 3 ไฮไลท์พฤติกรรมการใช้งาน “อินเทอร์เน็ต” ทั่วโลก

2. “Facebook” ยังเป็นสื่อสังคมออนไลน์ทรงอิทธิพลอันดับ 1 ของโลก – ยอดผู้ใช้งาน Facebook ในไทยลดลง!!

- Social Media ยอดนิยม อันดับ 1 คือ Facebook ยอดผู้ใช้งานกว่า 2,200 ล้านคน / อันดับ 2 YouTube 1,900 ล้านคน / อันดับ 3 WhatsApp 1,500 ล้านคน / อันดับ 4 Facebook Messenger 1,300 ล้านคน / อันดับ 5 WeChat 1,083 ล้านคน
- ผู้ใช้งาน Facebook ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 18 – 24 ปี และกลุ่ม 25 – 34 ปี
- 96% ของผู้ใช้ Facebook เข้าผ่านสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต และ 25% เข้าผ่านคอมพิวเตอร์
- จำนวนผู้ใช้งาน Facebook ที่เข้าถึง “โฆษณา” บนแพลตฟอร์มนี้ อยู่ที่ 2,121 ล้านคน โดย 43% เป็นกลุ่มผู้หญิง และอีก 57 คนเป็นผู้ชาย
- Top Page ที่มี Fan Page มากสุดคือ Facebook กว่า 213 ล้านไลค์ ตามมาด้วย Samsung, Cristiano Ronaldo, Real Madrid C.F. และ Coca-Cola
- “ประเทศไทย” ที่มีผู้ใช้งาน Facebook ลดลง 2.0%
- “ประเทศไทย” ติดอันดับ 1 ของ Organic Post Reach สะท้อนได้ว่าแม้ยอดผู้ใช้งาน Facebook ลดลง แต่ยังคงเป็นแพลตฟอร์ม Social Media หลักที่คนไทยใช้กันอยู่มาก

3. “Instagram” โดดในกลุ่มคนรุ่นใหม่

- ยอดผู้ใช้ Instagram ที่สามารถเข้าถึงโฆษณาบนแพลตฟอร์มนี้ มี 894.9 ล้านรายทั่วโลก แบ่งเป็นกลุ่มผู้หญิง 50.3% และผู้ชาย 49.7%
- กลุ่มผู้ใช้ Instagram ใหญ่คือ คนอายุ 18 – 24 ปี และช่วงอายุ 25 – 34 ปี
- Top Account ที่มีผู้ติดตามสูงสุดของโลก อันดับ 1 คือ Instagram 276 ล้านราย ตามมาด้วย Cristiano Ronaldo, Selena Gomez, Ariana Grande, Dwayne Johnson

4. “Twitter” แพลตฟอร์มที่เข้าถึงกลุ่มผู้ชายได้ดี

- ยอดผู้ใช้งาน Twitter ที่เข้าถึงโฆษณาบนแพลตฟอร์มนี้ มี 250.8 ล้านรายทั่วโลก แบ่งเป็นกลุ่มผู้หญิง 34.5% และผู้ชาย 65.5% โดยผู้ใช้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18 – 24 ปี และ 25 – 35 ปี
- Top Account ที่มีผู้ติดตามสูงสุดของโลก อันดับ 1 คือ Katy Perry ตามมาด้วย Justin Bieber, Barack Obama, Rihanna, Taylor Swift

## 2.8 Likert rating scale

Likert, R. (1932) กล่าวว่ามาตรวัดที่ใช้สำหรับให้ผู้แสดงระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายปิด วิธีวัดความพึงพอใจหรือความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย Likert rating scale คือการให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกแสดงความคิดเห็นจากระดับความพึงพอใจหรือระดับความเห็นด้วย 5 ระดับต่อแบบสอบถามข้อนั้น ๆ ระดับความเห็นด้วยทั้งห้าระดับของ Likert rating scale จะมีตั้งแต่พอใจ หรือเห็นด้วยที่สุด(Favorable) ไปจนถึงไม่พอใจ หรือไม่เห็นด้วยที่สุด (Unfavorable) ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยที่สุด หรือพึงพอใจที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วย หรือ พพอใจ
- 3 หมายถึง เฉยๆ หรือ ปานกลาง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย หรือ ไม่พึงพอใจ
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือ ไม่พอใจอย่างยิ่ง

การแปลผลด้วย Likert rating scale

นอกจากนี้เมื่อผู้ออกแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม และนำมาหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ซึ่งจะสามารถแปลผลความพึงพอใจหรือความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวคิด Likert rating scale ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00หมายความว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดหรือมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายความว่ามีความพึงพอใจในระดับมากหรือมีความเห็นด้วยในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายความว่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางหรือมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายความว่ามีความพึงพอใจในระดับน้อยหรือมีความเห็นด้วยในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายความว่ามีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดหรือมีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

## 2.9 Generation



รูปที่ 2.4 มาดูกัน... คน 8 เจเนอเรชั่น คุณอยู่ในกลุ่มไหนนะ

ที่มา <https://highlight.kapook.com/view/83492>

## 2.10 VLLO – แอปที่ทำให้การตัดต่อวิดีโอเป็นเรื่องง่าย

Vimosolf (2563) กล่าวว่า สร้างวิดีโอ YouTube, IGTV, และ TikTok ของคุณด้วย VLLOVLLO มาพร้อมฟิเจอร์ มากมายที่พร้อมช่วยตัดต่อวิดีโอ ทั้งเสียงเพลง ข้อความ การเรียบเรียง การปรับความเร็ว และการเบลอแบบโมเสค ทั้งหมดมีใน VLLO ปรากฏจากลายน้ำโดยไม่ต้องชำระเงิน ทำให้การตัดต่อวิดีโอเป็นเรื่องง่าย ด้วยแอปมือถือ

- มาพร้อมฟังก์ชันการซูมเข้า ซูมออก เอฟเฟกภาพสะท้อน และเอฟเฟกหมุนภาพ

- เรียบเรียงและตัดต่อได้ทั้งความเร็ว เล่นย้อน แบ่งคลิป และยังสามารถเพิ่มภาพและวิดีโอเข้าไปในคลิปได้ง่ายๆด้วยแอป VLLO
- ปรับขนาดวิดีโอให้เหมาะสมกับ Instagram, YouTube, ขนาด 1 ต่อ 1, หรือเลือกปรับเฉพาะฉากแรกของวิดีโอ และอื่นๆ
- เพิ่มคุณภาพของวิดีโอด้วยฟิลเตอร์ และพีเจอร์มากมายที่ช่วยในการปรับแต่งแก้ไขคลิป และ VVLO ยังสามารถปรับแต่งความสว่าง ความต้งสี ความสด และเงาได้
- มีกราฟฟิคสอดแทรกช่วงเปลี่ยนฉากมากมาย อาทิแบบเลื่อนจากซ้ายไปขวา แบบค่อยจางลง และกราฟฟิคที่ได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะร่วมสมัย
- ปราศจากลายน้ำโดยไม่ต้องชำระเงิน
- เสียงเพลงและซาวด์เอฟเฟคที่ไร้ข้อผูกมัด
- มีเพลงประกอบมากมายพร้อมให้เลือกใช้โดยไร้ข้อผูกมัด
- สามารถโหลดเพลงจากอุปกรณ์อื่นได้
- ตัดต่อแบบมืออาชีพด้วยเสียงเพลงที่ค่อยคั่งขึ้นและค่อยเบาลง
- สามารถเพิ่มคุณภาพเสียงได้ด้วยซาวด์เอฟเฟคมากมาย
- สามารถบันทึกเสียงทับเข้าไปได้ขณะตัดต่อเพียงปลายนิ้วสัมผัส
- สร้างความเก๋ไก๋ให้วิดีโอด้วยสติ๊กเกอร์และข้อความ
- มีสติ๊กเกอร์ให้เลือกมากกว่า 1,000 แบบและข้อความเคลื่อนไหวที่อัปเดตให้ทันต่อทุกเทศกาล
- สติ๊กเกอร์และข้อความสร้างขึ้นบนพื้นฐานของเวกเตอร์ทำให้ไม่เสียคุณภาพเมื่อถูกขยาย
- สามารถปักหมุดและเคลื่อนย้ายตำแหน่งของสติ๊กเกอร์และข้อความได้ตามใจ

สามารถสร้างข้อความในไฟล์ของตัวเองได้โดยการใช้แอนิเมชัน รูปแบบสีเฉพาะตัว แสงเงา หรือปรับแต่งเส้นขอบของตัวหนังสือได้ โหลดรูปภาพเข้าในวิดีโอของคุณโดยผ่านพีเจอร์ PIP เพื่อสร้างวิดีโอความละเอียดสูงระดับ 4K

## 2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิรัชชานา ไจสม (2560) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ผลการวิจัยดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมในระดับมาก โดยรับรู้ในเรื่องสิ่งดึงดูดใจ

ของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก การเตรียมการเพื่อการท่องเที่ยว ลักษณะ ข้อมูลการท่องเที่ยว ประโยชน์ของสื่อออนไลน์ วิธีการใช้งานสื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว ชนิดและความหลากหลายของสื่อและการรับรู้วิธีการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ปัจจัย การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ 5 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 1) การรับรู้วิธีการใช้งานสื่อออนไลน์ 2) การรับรู้สิ่งดึงดูดใจผ่านสื่อออนไลน์ 3) การรับรู้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) การรับรู้บริการของ แหล่งท่องเที่ยวและ 5) การรับรู้ข้อมูลการเตรียมการ เพื่อการท่องเที่ยวตามลำดับ

บัวผิน โททรัพย์ และคณะ (2562) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาชุมชนพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ผลการวิจัยดังนี้ 1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสื่อสังคมออนไลน์ คือ Facebook page โดยใช้ชื่อระบุว่า พุมเรียงบ้านเรา มี Logo เป็นรูปปิ่นใหญ่ 2. การสร้าง Facebook page พุมเรียงบ้านเรา เป็นการนำเสนอเนื้อหาสถานที่น่าท่องเที่ยว จำนวน 9 แห่ง โดยมีการเข้าถึงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด นักวิจัยได้จัดอบรมและมอบสิทธิ์ให้คนในชุมชนเป็นผู้ดูแลเพจ และรับผิดชอบเนื้อหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวและสร้างความยั่งยืนให้กับ Facebook page พุมเรียงบ้านเรา 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ Facebook page พุมเรียงบ้านเรา ในระดับมากและเข้าใช้งานเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนมากที่สุด

2.12 มาตรการด้านความปลอดภัยของจังหวัดในกรณีที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทางด้านจังหวัดชลบุรีได้มีมาตรการต่าง ๆ ในการเน้นย้ำมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ไปยังส่วนต่าง ๆ ในชุมชน ดังนี้

ด่วนที่สุด

ที่ ขบ ๐๐๑๗.๗/ว ๕๑๙๖



ศาลากลางจังหวัดชลบุรี  
ถนนมณตเสวี ขบ ๒๐๐๐๐

๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๓

เรื่อง การเน้นย้ำมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19)

เรียน นายอำเภอ ทุกอำเภอ

อ้างถึง ๑. หนังสือจังหวัดชลบุรี ด่วนที่สุด ที่ ขบ ๐๐๑๗.๗/ว๓๐๕๔ ลงวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๖๓  
๒. หนังสือจังหวัดชลบุรี ด่วนที่สุด ที่ ขบ ๐๐๑๗.๗/ว๓๑๕๒ ลงวันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๓

สิ่งที่ส่งมาด้วย สำเนาโทรสารในราชการกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด  
ที่ มท ๐๒๓๐/ว๒๖๖๘ ลงวันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓ จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่จังหวัดชลบุรีได้แจ้งมาตรการป้องกันและลดความเสี่ยง ในการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) โดยเน้นย้ำกักกัน ผู้ใหญ่บ้าน และประธานกรรมการชุมชน ในเขตเทศบาล จัดทำบัญชีรายชื่อบุคคลที่เดินทางเข้าหมู่บ้าน/ชุมชน ให้เป็นปัจจุบัน และแนวทางการดำเนินการกรณี กลุ่มบุคคลที่เดินทางออกจากจังหวัดภูเก็ตกลับภูมิลำเนาในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ความละเอียดตามเอกสารที่อ้างถึง นั้น

ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กระทรวงมหาดไทย แจ้งว่า ในวันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓ ได้พบผู้ติดเชื้อซึ่งเป็นผู้เดินทางจากจังหวัดภูเก็ตที่เดินทางกลับจังหวัดภูมิลำเนา ในกรณี จังหวัดจึงขอเน้นย้ำให้อำเภอ ทุกอำเภอ ยังคงดำรงความสำคัญในการปฏิบัติในเรื่องของการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) โดยการกักกันตัว เพื่อสังเกตอาการของบุคคลที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ ตามแนวปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุข รายละเอียดปรากฏตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายภัครธรณ์ เทียนไชย)  
ผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี

สำนักงานจังหวัดชลบุรี  
กลุ่มงานอำนวยการ  
โทร / โทรสาร ๐ ๓๘๒๗ ๕๐๓๔



ศูนย์โควิดฯ มท.

โทรสารในราชการกระทรวงมหาดไทย

ด่วนที่สุด

ที่ มท ๐๒๓๐/ว ๒๖๖๔

วันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓

จาก ปลัดกระทรวงมหาดไทย

ถึง ผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด

ตามโทรสารในราชการกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๒๓๐/ว ๒๕๖๕ ลงวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๖๓ แจ้งว่า จังหวัดภูเก็ตอนุญาตให้ประชาชนซึ่งได้รับความเดือดร้อนจากสภาวะการดำเนินงานในจังหวัดภูเก็ตเดินทางกลับภูมิลำเนา โดยให้จังหวัดที่เป็นเส้นทางผ่านพิจารณาอำนวยความสะดวกความเหมาะสม สำหรับจังหวัดปลายทางซึ่งเป็นจังหวัดภูมิลำเนาให้ดำเนินการตามมาตรการป้องกันโรค หากมีกรณีสงสัยให้พิจารณานำเข้าสู่กระบวนการกักกันตัว ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

เนื่องจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในวันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓ พบผู้ติดเชื้อ ซึ่งเป็นผู้เดินทางจากจังหวัดภูเก็ตที่เดินทางกลับจังหวัดภูมิลำเนา ฉะนั้น เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กระทรวงมหาดไทย (ศบค.มท.) พิจารณาแล้ว ให้ทุกจังหวัดยังคงดำรงความสำคัญในการปฏิบัติในเรื่องของการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค โดยการกักกันตัวเพื่อสังเกตอาการ ณ จังหวัดภูมิลำเนาหรือจังหวัดปลายทางในการเดินทางตามแนวปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุข

(นายฉัตรชัย พรหมเลิศ)

ปลัดกระทรวงมหาดไทย

หัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน  
ในส่วนที่เกี่ยวกับการสั่งการและประสานกับผู้ว่าราชการจังหวัด  
และผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สำนักงานปลัดกระทรวง

ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 มท. (สนม.)

โทร. ๐ ๒๒๒๕ ๔๘๕๗

มท. ๕๐๑๘๘



### บทที่ 3

## รายละเอียดการปฏิบัติงาน

### 3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



#### รูปที่ 3.1 สัญลักษณ์ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี

ที่มา: <https://www.facebook.com/tourismsportschonburi/>

ชื่อ : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี

( Tourism and Sports office, Chonburi province )

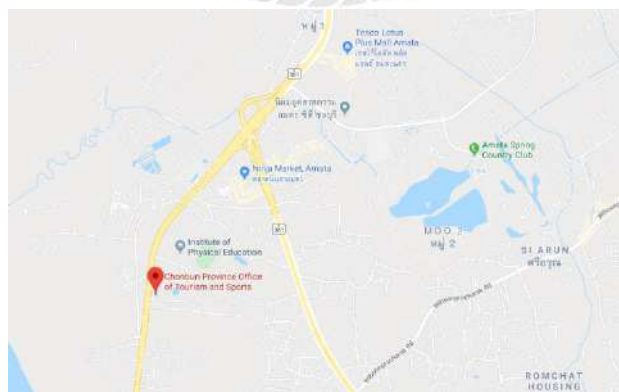
ที่อยู่ : 223 หมู่ 1 ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000

โทร : 038-274-284

Fax : 038-054199

E-Mail : [chonburi@mots.go.th](mailto:chonburi@mots.go.th)

Website: [www.chonburimots.go.th](http://www.chonburimots.go.th)



#### รูปที่ 3.2 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี

ที่มา: <http://www.chonburimots.go.th>

### 3.2 ลักษณะการประกอบการและการให้บริการหลักขององค์กร

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี รวมถึงสถานที่พักต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังสนับสนุนการกีฬา และนันทนาการ จัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดชลบุรี และมีพันธกิจดังนี้

1. กำหนดนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในทุกระดับที่สอดคล้องกับแนวทางพัฒนา ของประเทศ
2. ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการไปสู่การปฏิบัติ
3. บูรณาการและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวการกีฬา และนันทนาการของประเทศ รวมทั้งกำหนดแนวทางการจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนในทุกส่วนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการ ให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล
5. พัฒนาระบบการบริหาร ระบบสารสนเทศ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการให้มีศักยภาพ

#### 3.2.1 ลักษณะการให้บริการขององค์กร

##### 1. ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน

-งานการเงิน

-งานพัสดุ

-งานธุรการและงานสารบรรณ

-งานเลขานุการและบริหารงานบุคคล

-งานประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

-งานยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ

-งานอาคารสถานที่และยานพาหนะ



รูปที่ 3.3 ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2563)

## 2. กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

- งานสถิติด้านการท่องเที่ยว
- งานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว
- งานองค์การและเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว
- งานศูนย์แก้ไขปัญหาการลอบกลวงและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี
- งานอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
- งานถ่ายทำภาพยนตร์



รูปที่ 3.4 กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

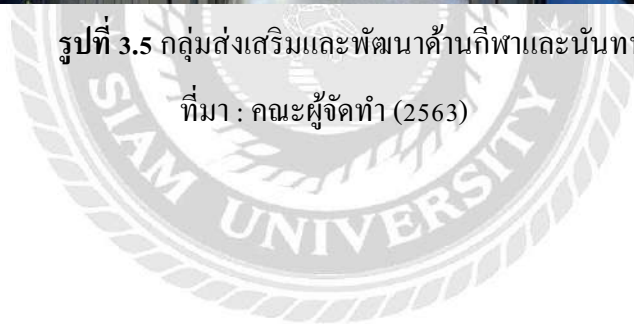
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2563)

### 3. กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านกีฬาและนันทนาการ

- งานสถิติข้อมูลการกีฬาและนันทนาการ
- งานส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ
- งานองค์กรและเครือข่ายด้านกีฬาและนันทนาการ
- งานบุคลากรด้านกีฬาเจ้าหน้าที่พลศึกษาประจำอำเภอ

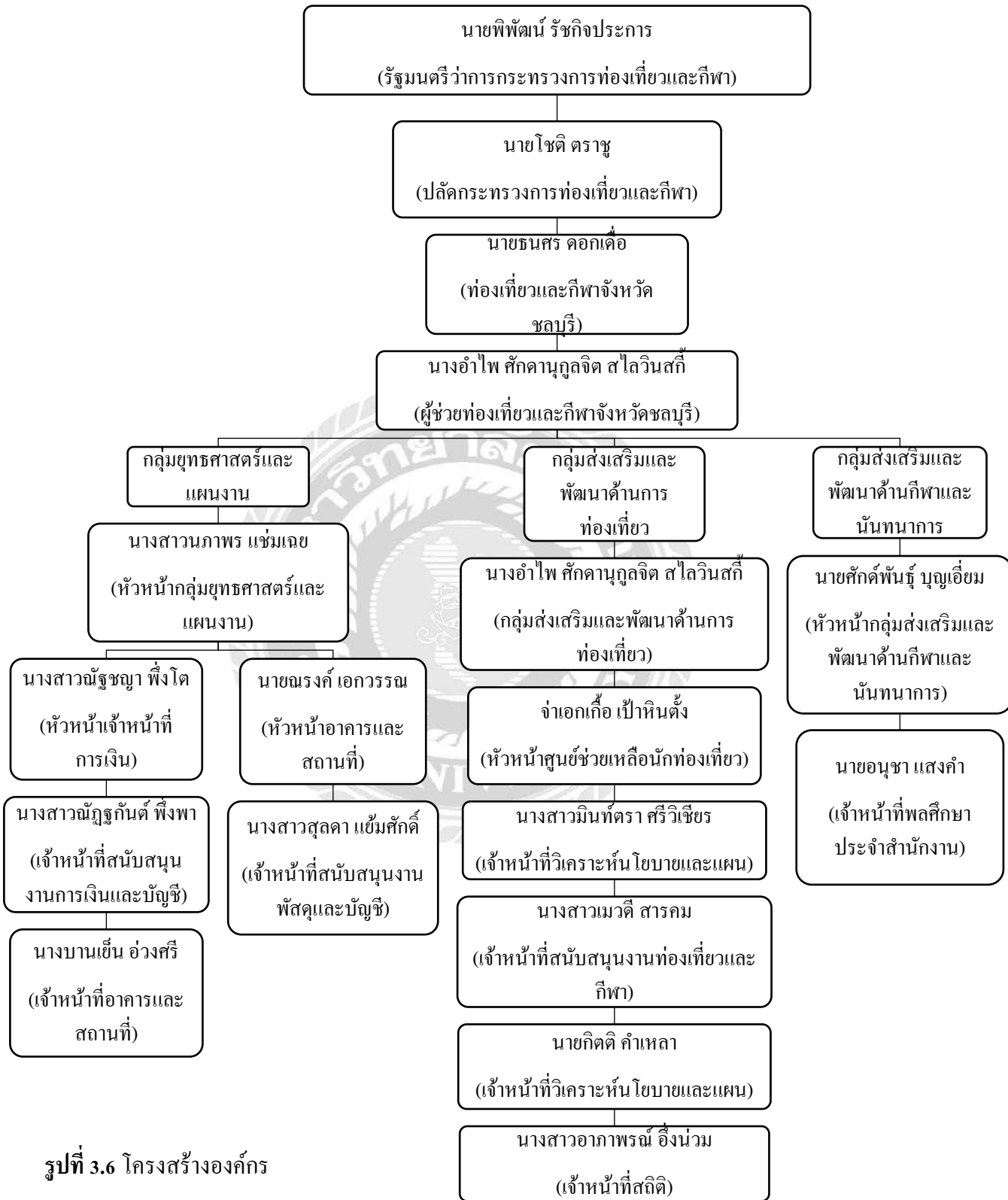


รูปที่ 3.5 กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านกีฬาและนันทนาการ  
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2563)



### 3.3 รูปแบบการจัดการและการบริหารงานขององค์กร

#### 3.3.1 โครงสร้างขององค์กร



รูปที่ 3.6 โครงสร้างองค์กร

ที่มา: <http://www.chonburimots.go.th>

### 3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย



รูปที่ 3.7 นักศึกษาปฏิบัติสหกิจศึกษา นาย จีระศักดิ์ ไชยรบ

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2563)

- ชื่อผู้ปฏิบัติงาน : นายจีระศักดิ์ ไชยรบ
- แผนก : ยุทธศาสตร์และแผนงาน
- ตำแหน่ง : ฝึกปฏิบัติงานผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน
- ระยะเวลาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา : ระหว่างวันที่ 13 มกราคม 2563 ถึง 30 เมษายน 2563
- ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย
  - ลงรับทะเบียนหนังสือรับ/ส่ง ภายใน-ภายนอกสำนักงาน และบันทึกข้อมูลลงในระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
  - ต้อนรับผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี
  - ถ่ายเอกสาร/สแกนเอกสาร
  - บันทึกข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมจังหวัดชลบุรี
  - รับโทรศัพท์สำนักงานและให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่บุคคลที่โทรเข้ามาที่สำนักงาน
  - ส่งเอกสารที่ศาลากลางจังหวัดชลบุรี และออกเลขหนังสือให้สำนักงาน
  - ออกสำรวจแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับผู้อำนวยการ/ดูงานกองถ่ายภาพยนตร์ในจังหวัดชลบุรี
  - ส่งเอกสารต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายที่ไปรษณีย์
  - ต้อนรับแขกที่เข้าพบผู้อำนวยการหรือเข้าร่วมประชุม ณ สำนักงาน
  - งานอื่น ๆ ตามที่พี่เลี้ยงมอบหมายหน้าที่ให้ปฏิบัติงาน



รูปที่ 3.8 นักศึกษาปฏิบัติสหกิจศึกษา นายนันณภัสสรณ์ วงศ์ธรรมชัย  
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2563)

- ชื่อผู้ปฏิบัติงาน : นายนันณภัสสรณ์ วงศ์ธรรมชัย
- แผนก : ยุทธศาสตร์และแผนงาน
- ตำแหน่ง : ฝึกปฏิบัติงานผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน
- ระยะเวลาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา : ระหว่างวันที่ 13 มกราคม 2563 ถึง 30 เมษายน 2563
- ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย
  - ลงรับทะเบียนหนังสือรับ/ส่ง ภายใน-ภายนอกสำนักงาน และบันทึกข้อมูลลงในระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
  - ต้อนรับผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี
  - ถ่ายเอกสาร/สแกนเอกสาร
  - บันทึกข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมจังหวัดชลบุรี
  - รับโทรศัพท์สำนักงานและให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่บุคคลที่โทรเข้ามาที่สำนักงาน
  - ส่งเอกสารที่ศาลากลางจังหวัดชลบุรี และออกเลขหนังสือให้สำนักงาน
  - ออกสำรวจแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับผู้อำนวยการ/ดูงานกองถ่ายภาพยนตร์ในจังหวัดชลบุรี
  - ส่งเอกสารต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายที่ไปรษณีย์
  - ต้อนรับแขกที่เข้าพบผู้อำนวยการหรือเข้าร่วมประชุม ณ สำนักงาน
  - งานอื่น ๆ ตามที่พี่เลี้ยงมอบหมายหน้าที่ให้ปฏิบัติงาน

### 3.5 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา



รูปที่ 3.9 พนักงานที่ปรึกษา

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2563)

ชื่อ : คุณนภาพร แซ่มเฉย

ตำแหน่ง : นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ(หัวหน้ากลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน)

### 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระหว่างวันที่ 13 มกราคม 2563 ถึง 17 มีนาคม พ.ศ.2563รวม ระยะเวลา 46 วัน

### 3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

#### 3.7.1 รวบรวมความต้องการและศึกษาข้อมูลของโครงการ

ผู้จัดทำ ปฏิบัติงานและศึกษาปัญหาในหน่วยงานที่เกิดขึ้นจริงในระหว่างปฏิบัติงาน แล้วนำประเด็นปัญหามากำหนดหัวข้อโครงการ

#### 3.7.2 กำหนดจุดหมายปลายทาง

รวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดชลบุรี ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย จีน และฝรั่งเศส พร้อมศึกษาเส้นทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว

#### 3.7.3 กำหนดวัน ระยะเวลา สถานที่ท่องเที่ยว

กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 day trip โดยมีสถานที่ท่องเที่ยว 3 แห่ง



### 3.7.4 ตัดต่อวิดีโอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่รวบรวมไว้

ผู้จัดทำได้ค้นหาข้อมูล วิดีโอคลิปต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว แล้วนำคลิปมา ตัดต่อวิดีโอให้มีความน่าสนใจ

### 3.7.5 เผยแพร่วิดีโอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

ผู้จัดทำได้นำคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ ผ่านเพจFacebook เพื่อกระจายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้

### 3.7.6 ทดลองและสรุปผล

ผู้จัดทำนำข้อมูลที่ได้ เสนอต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี เพื่อทำการประชาสัมพันธ์กระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดจากนั้นจะทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามของ นักท่องเที่ยว เพื่อมาใช้ในการวัดผลสัมฤทธิ์ของโครงการ

### 3.7.7 จัดทำเอกสาร

ผู้จัดทำจัดทำรูปเล่ม โครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและแก้ไข

### 3.7.8 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ผู้จัดทำเริ่มดำเนินการทำโครงการตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึง 30 เมษายน 2563

ตารางที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน			
	ม.ค. 63	ก.พ. 63	มี.ค. 63	เม.ย. 63
1.รวบรวมความต้องการและศึกษาข้อมูลของโครงการ	↔			
2.กำหนดจุดหมายปลายทาง	↔			
3.กำหนดวัน ระยะเวลา สถานที่ท่องเที่ยว		↔		
4.ตัดต่อวิดีโอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่รวบรวมไว้		↔		
5. เผยแพร่วิดีโอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว			↔	
6.ทดลองและสรุปผล			↔	↔
7.จัดทำเอกสาร	↔			↔
8.นำเสนอโครงการ				↔
9.ส่งเอกสารฉบับสมบูรณ์				↔

## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การจัดทำโครงการเรื่อง “Program for Touring Chonburi’s contemporary art and culture of European-Thai-Chinese” มีการจัดทำวิดีโอแนะนำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวใน จังหวัด ชลบุรี โดยสามารถแสดงถึงขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน ดังนี้

#### 4.1 โปรแกรมและแอปพลิเคชันที่ใช้ในการดำเนินงาน

##### 4.1.1 โปรแกรม VLLO ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ

เลือกใช้โปรแกรมนี้เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่สามารถโหลดในมือถือได้ ใช้ตัดต่อวิดีโอ ได้โดยไม่เสียค่าบริการ ใช้งานง่ายและสะดวกสบาย

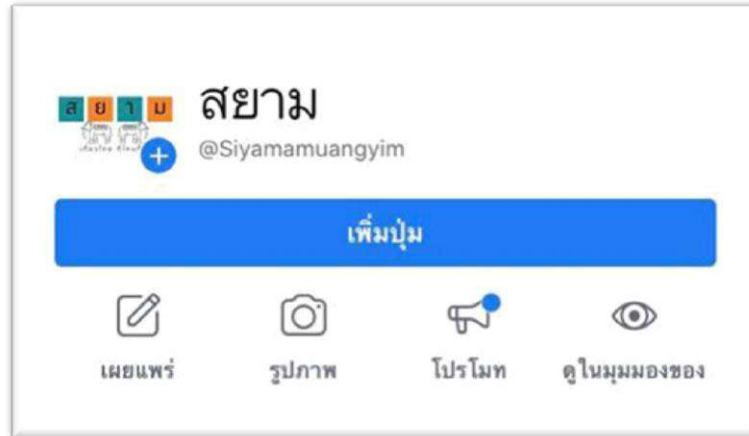


รูปที่ 4.1 โปรแกรม VLLO

ที่มา คณะผู้จัดทำ 2563

##### 4.1.2 แอปพลิเคชัน Facebook ในการนำเสนอข้อมูลผ่านทางเพจที่มีชื่อว่า สยาม

เลือกใช้ Facebook ในการอัป โหลด เผยแพร่ข้อมูลเนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมสูงที่สุดในโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย สามารถกระจายข้อมูลไปยังผู้คนที่ได้รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย



รูปที่ 4.2 เฟจสยาม

ที่มา Facebook.com@Siyamamuangyim

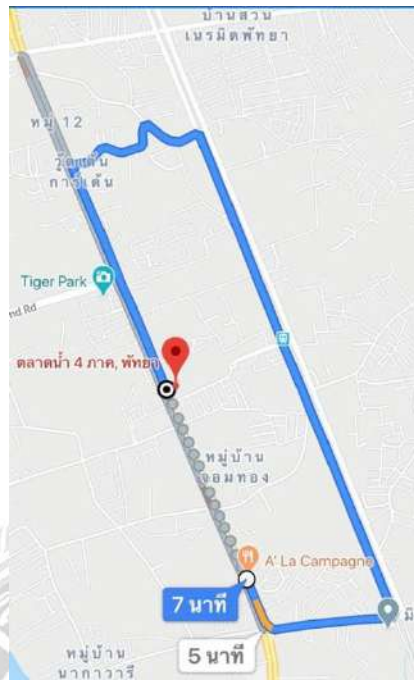
#### 4.2 ขั้นตอนในการจัดเตรียมเส้นทางการท่องเที่ยว

ในส่วนของการจัดเตรียมเส้นทางของโปรแกรมท่องเที่ยว คณะผู้จัดทำได้ปรึกษากับพนักงาน พี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษาว่าจะทำโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 Day trip โดยสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จะต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมทั้ง 3 ได้แก่ ฝรั่งเศส ไทย และจีน ระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละ แห่ง จะต้องไม่ไกลกันมาก เพื่อความสะดวกในการเดินทาง และสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งจะต้องมี มาตรการในด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ด้วย

- การกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว

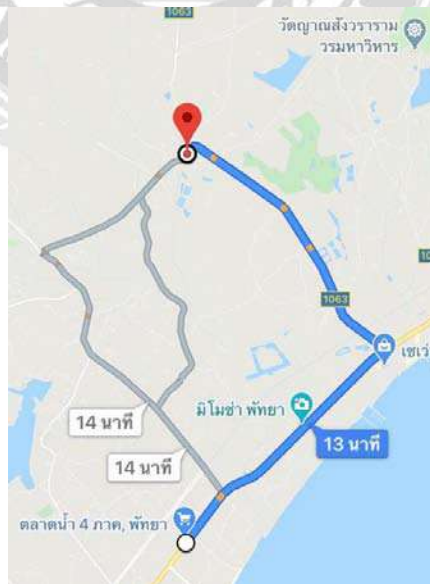
การกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวของโปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระจุนวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส ไทย และจีน จะพิจารณาจากวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละที่ ว่ามีความคล้ายคลึงกับ 3 วัฒนธรรมที่กำหนดไว้ และในแต่ละสถานที่ที่มีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทำ มาตรการในด้านการ ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) รวมไปถึงความน่าสนใจ มีความ ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วย โดยมีเส้นทางดังต่อไปนี้

อะลาคอมปานย์(สถานที่ท่องเที่ยว1)-ตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา(สถานที่ท่องเที่ยว2)



รูปที่ 4.3 เส้นทางจากอะลาคอมปานย์ไปยังตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา  
ที่มา Google map

ตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา(สถานที่ท่องเที่ยว2)-ตลาดจินโบราณบ้านชากแง้ว



รูปที่ 4.4 เส้นทางจากตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยาไปยังตลาดจินโบราณบ้านชากแง้ว  
ที่มา Google map

#### 4.3 การศึกษาค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้จัดทำได้ทำการสืบค้นข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใน internet รวมถึงการสอบถามข้อมูล จากพนักงานที่ปรึกษา

- สถานที่ท่องเที่ยวกระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัยฝรั่ง ไทย และจีน

สถานที่ท่องเที่ยวที่ในจังหวัดชลบุรี ที่คณะผู้จัดทำได้รวบรวมข้อมูลมานั้น ก็เพื่อที่จะเป็นส่วนช่วยในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ซึ่งโปรแกรมกระตุ้นการท่องเที่ยวนี้สามารถท่องเที่ยวได้ในกรณีที่ไม่มี การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โดยมีสถานที่ท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

##### 1.อะ ลา คอมปานี (A La Campagne)

สาเหตุที่เลือก เนื่องจาก อาลาคอมปานี มีการออกแบบและสร้างให้คล้ายกับชุมชนในฝั่งยุโรป ซึ่งสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมฝรั่ง ตัวอาคารและองค์ประกอบต่าง ๆ นั้นมีการตกแต่งที่สวยงามตามสไตล์ยุโรปคลาสสิก ทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทำกัน ไม่ว่าจะเป็นสวนผัก ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ หรือเวิร์คช็อปทำผลิตภัณฑ์ในฟาร์ม นอกจากนี้ทางร้านยังมี มาตรการในด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตามมาตรการ ของรัฐ โดยการปรับผังโต๊ะและเก้าอี้ให้ห่างกันมากขึ้น เน้นทำความสะอาดจุดสัมผัสทุก ๆ ครั้ง ชั่วโมง วัดอุณหภูมินัก ท่องเที่ยว รวมไปถึงการสวมหน้ากากอนามัยด้วย



รูปที่ 4.5 อะลาคอมปานี

ที่มา Facebook แฟนเพจอะลาคอมปานี

## 2. ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา

สาเหตุที่เลือก ตลาดน้ำ 4 ภาคเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รวบรวมไว้ของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชาวไทย ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมารวมไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมกันทั้ง 4 ภาค ซึ่งแต่ละภาคก็จะมีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นแตกต่างกันไป นอกจากนี้จะได้ชมวิถีชีวิตแล้วนักท่องเที่ยวยังจะได้เลือกซื้อสินค้า OTOP โดยฝีมือคนในชุมชน รวมไปถึงอาหารต่าง ๆ นานา ที่รวมไว้ให้ชิมไว้ที่นี้ทีเดียว นอกจากนี้ยังมี มาตรการในด้านการ ป้องกันการแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตามมาตรการ ของรัฐ โดยการติดตั้งอุโมงค์ฆ่าเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่บริเวณประตูทางเข้า การคุมเข้มในการสวมหน้ากากอนามัย การตรวจวัดอุณหภูมิ รวมถึงเจลแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อด้วย



รูปที่ 4.6 ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา

ที่มา <http://www.smartactivebeach.dasta.or.th/place/15>

## 3. ชุมชนจีนบ้านชากแง้ว

สาเหตุที่เลือก ชุมชนจีนบ้านชากแง้วมีประวัติการอพยพเข้ามาอาศัยอยู่ของชาวจีนโบราณ กว่า 100 ปี ซึ่งมีความสอดคล้องกับเส้นทางท่องเที่ยวของวัฒนธรรมจีน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจะได้ ชม ชักกลินอายุ วิถีชีวิต ของชุมชนจีนโบราณ บนถนนสายวัฒนธรรมของชุมชนที่สองฟากฝั่งจะเป็น เรือไม้แบบดั้งเดิมที่ยังคงเหลือไว้ให้เห็นในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีมาตรการในด้านการป้องกันการ แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตามมาตรการของรัฐ โดยการปิดชั่วคราว และคาดว่าจะเปิดอีกครั้งในวันเสาร์แรกของเดือนมิถุนายน 2563 และเมื่อกลับมาเปิดตามปกติก็

จะปฏิบัติตามนโยบายในการ ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควโรนา (COVID-19) อย่างเคร่งครัด



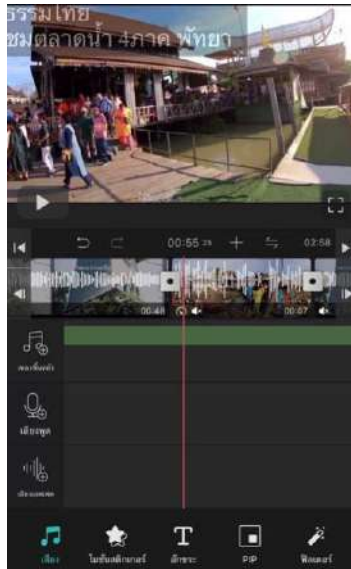
รูปที่ 4.7 ชุมชนจีนบ้านชากแง้ว

ที่มา Facebookแฟนเพจ ชุมชนจีนบ้านชากแง้ว

#### 4.4 การตัดต่อคลิปวิดีโอแหล่งท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

จากการที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว คณะผู้จัดทำได้รวบรวมคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว โดยทำการขออนุญาตจากเจ้าของคลิปแล้วนำมาตัดต่อวิดีโอ โดยใช้โปรแกรม VLLO ให้มีความน่าสนใจ และมีการเพิ่มรายละเอียดข้อมูลของสถานที่รวมไปถึง ใส่เสียงประกอบคลิปวิดีโอให้น่าติดตาม



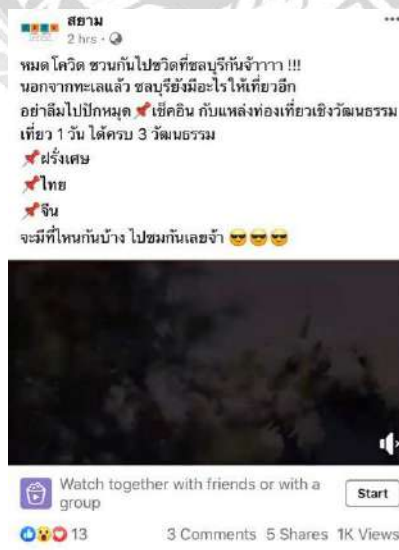


รูปที่ 4.7 ตัดต่อวิดีโอโดยใช้โปรแกรม VLLO

ที่มา คณะผู้จัดทำ (2563)

#### 4.5 เผยแพร่วิดีโอ โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

การเผยแพร่วิดีโอ นั้น คณะผู้จัดทำ ได้มีการอัปโหลดวิดีโอ ไปยัง Facebook แฟนเพจของ คณะผู้จัดทำที่มีชื่อว่า “สยาม” เดิมมีผู้ติดตามเพจจำนวน 3,624 คน และหลังจากที่มีการอัปโหลดวิดีโอ ก็จะทำการบันทึกสถิติ ยอดจำนวนการกดไลค์ กดแชร์ ความคิดเห็น รวมไปถึงยอดจำนวนการชม คลิปวิดีโอ ในแต่ละวัน



รูปที่ 4.8 เผยแพร่วิดีโอผ่าน facebook

ที่มา Facebook.com@Siyamamuangyim

#### 4.6 นำเสนอต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี

คณะผู้จัดทำได้ทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและนำเสนอต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวต่อไป



รูปที่ 4.9 แผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ที่มา คณะผู้จัดทำ 2563

## 4.7 ผลการดำเนินงาน

### 4.7.1 ภาพรวมของการเผยแพร่วิดีโอใน Facebook

หลังจากได้มีการเผยแพร่วิดีโอไปยังเพจ Facebook คณะผู้จัดทำโครงการ ได้ติดตามภาพรวมในการรับข้อมูลข่าวสาร หลังจากอัปโหลดคลิปวิดีโอ 5 วัน ซึ่งมีผู้เข้าชมทั้งหมด 8,400 ครั้ง กดถูกใจ 50 คน กดแชร์ 12 ครั้ง และแสดงความคิดเห็นจำนวน 5 คน นอกจากนี้ยังมีผู้กดถูกใจเพจเพิ่มขึ้นจากเดิม 3,549 คน เป็น 3,585 คน (เพิ่มขึ้น 36 คน) และยอดผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้นจากเดิม 3,624 คน เป็น 3,661 คน (เพิ่มขึ้น 37 คน)



รูปที่ 4.10 ภาพรวมของการเผยแพร่วิดีโอ

ที่มา Facebook.com@Siyamamuangyim

### 4.7.2 ผลการประเมินโครงการเรื่อง โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

ในการจัดทำโครงการ โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

( Program for Touring Chonburi's contemporary art and culture of European-Thai-Chinese)

คณะผู้จัดทำมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ในกรณีที่ไม่มี การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในการดำเนินโครงการครั้งนี้ได้จัดทำขึ้นใน แบบเชิงคุณภาพ เพื่อการศึกษา วิเคราะห์ และเก็บข้อมูล เพื่อเป็นประโยชน์กับสำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดชลบุรี ในการใช้ข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์กระตุ้นการท่องเที่ยว โดยมีการใช้แบบ สอบถามในการประเมินความสนใจกับ โปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้เผยแพร่ใน Facebook แบบสอบถามมี ทั้งหมด 115 เป็นคนไทยจำนวน 109 ชุด และชาวต่างชาติจำนวน 6 ชุด โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	34	29.57
หญิง	81	70.43
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.57 และเพศหญิง คิด เป็นร้อยละ 70.43

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ

\*ช่วงอายุอ้างอิงตามเกณฑ์ Generation ต่าง ๆ ใบบทที่ 2 ข้อ 2.9

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	9	7.83
20-37 ปี	104	90.43
38-52 ปี	1	0.87
53-71 ปี	1	0.87
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีอายุ 20-37 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.43 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.83 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 38-52 ปี และ 53-71 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.87

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	109	94.78
สมรส	5	4.35
หย่าร้าง	1	0.87
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.78 รองลงมาเป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 4.35 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.87

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ	1	0.87
พนักงานบริษัท	2	1.74
ธุรกิจส่วนตัว	1	0.87
พ่อบ้าน-แม่บ้าน	2	1.74
นักเรียน-นักศึกษา	109	94.78
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นนักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.78 รองลงมาคืออาชีพเป็นพนักงานบริษัทและพ่อบ้าน-แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.74 โดยเป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัวน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.87

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	73	63.48
10,000-15,000 บาท	24	20.87
15,000-20,000 บาท	7	6.09
มากกว่า 20,000 บาท	11	9.56
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.48 รองลงมาคือมีรายได้ 10,000-15,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.87 และ 9.56 ตามลำดับ โดยผู้ที่มีรายได้ 15,000-20,000 บาท มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.09

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว

ความถี่ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1ครั้ง/เดือน	64	55.65
2ครั้ง/เดือน	31	26.96
3ครั้ง/เดือน	9	7.83
4ครั้ง/เดือน	11	9.56
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามท่องเที่ยว 1 ครั้ง/เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.65 รองลงมาคือท่องเที่ยว 2ครั้ง/เดือน และ 4ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 26.96 และ ร้อยละ 9.56 ตามลำดับ โดยมีการเที่ยว 3ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.83

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1วัน	35	30.43
2 วัน 1 คืน	39	33.91
3 วัน 2 คืน	32	27.83
มากกว่า 3 วัน	9	7.83
รวม	115	100

จาก ตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 33.91รองลงมาคือใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1วัน และ3 วัน 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 30.43และ ร้อยละ 27.83 ตามลำดับ โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยว มากกว่า 3 วัน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.83

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจุดหมายปลายทางที่ชื่นชอบในการ ท่องเที่ยว ในประเทศไทย

จุดหมายปลายทาง	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	33	28.69
ภาคใต้	26	22.61
ภาคเหนือ	41	35.65
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6	5.22
ภาคตะวันออก	9	7.83
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่ชอบท่องเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 35.65 รองลงมาเป็นผู้ที่ชอบท่องเที่ยวในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.69 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ชอบ ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.22

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย

บุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย	จำนวน	ร้อยละ
เที่ยวคนเดียว	5	4.35
เพื่อน	37	32.17
ครอบครัว	54	46.96
คนรัก	19	16.52
กรุ๊ปทัวร์/บริษัททัวร์	0	0
รวม	115	100

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่ชอบท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.96 รองลงมาคือชอบท่องเที่ยวกับเพื่อนและคนรัก คิดเป็นร้อยละ 32.17 และ ร้อยละ 16.52 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ชอบท่องเที่ยวคนเดียวมีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.35

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมที่ชอบทำ ระหว่างท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ชอบทำ ระหว่างท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ถ่ายรูป	103	89.56
กิจกรรมแอดเวนเจอร์	55	47.83
เรียนรู้วิถีชีวิตกับคนในชุมชน	35	30.43
ศึกษาประวัติศาสตร์	12	10.43
กิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อม	29	25.22
กิจกรรมสุขภาพบำบัด	13	11.30
กิจกรรมอื่นๆ	9	7.83

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามชอบถ่ายรูประหว่างท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.56 รองลงมาคือชอบทำกิจกรรมแอดเวนเจอร์ในระหว่างท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 47.83 โดยกลุ่มตัวอย่างชอบทำกิจกรรมอื่น ๆ เป็นจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.83



### จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวไปบ่อยที่สุดในจังหวัดชลบุรี

- 1.เกาะล้าน 2.หาดบางแสน 3.หาดจอมเทียน 4.สวนเลื้อยศรีราชา 5.ตลาดน้ำ 4 ภาค
- 6.สวนนงนุช 7.หาดชะอำ 8.เกาะสีชัง 9.หาดวอนนภา 10.The sky gallery

### จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวอยากไปในจังหวัดชลบุรี

1. ตลาดน้ำ 4 ภาค 2.ตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว 3.Frost Magical Ice Of Siam
- 4.เขาชีจรรย์ 5.เขาสามมุข 6.แกรนด์แคนยอน

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล ระดับความสนใจ
1.การผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ฝรั่งเศส-ไทย-จีน มีความน่าสนใจ	4.21	0.66	มากที่สุด
2.กิจกรรมต่างๆในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	4.17	0.69	มาก
3.ระยะเวลาของโปรแกรมมีความเหมาะสมที่จะเป็น 1 day trip	4.16	0.72	มาก
4.การประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ facebook เป็นทางเลือกที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยว	4.24	0.70	มากที่สุด
5.ท่านเคยท่องเที่ยวตามรอย เพจต่าง ๆทาง facebook	4.04	0.95	มาก
6.ความน่าสนใจในการเล่าเรื่องของวิดีโอ	4.20	0.80	มาก
7.รายละเอียดของวิดีโอมีเนื้อหาที่น่าสนใจ น่าติดตาม	4.15	0.85	มาก
8.หากมีโอกาสท่านจะไปเที่ยวตามโปรแกรมนี้อ	4.16	0.77	มาก
9.ภาพรวมของโปรแกรมท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	4.17	0.76	มาก
รวม	4.17	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ การผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ฝรั่งเศส-ไทย-จีน มีความน่าสนใจ และการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ facebook เป็นทางเลือกที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยว และด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก

#### 4.8 การต่อยอดของโครงการ

จากการสรุปผลการดำเนินโครงการจากผู้ตอบแบบสอบถามทำให้คณะผู้จัดทำได้ข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง และสามารถจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จากแบบสอบถามข้างต้นได้ สามารถแสดงตัวอย่างได้ ดังนี้

โปรแกรมท่องเที่ยวภาคเหนือ กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

**Day 1** กรุงเทพ-เชียงใหม่ (เดินทางโดยเครื่องบิน)

07.30 สนามบินดอนเมือง ออกเดินทางสู่จังหวัดเชียงใหม่

10.00 ถึงสนามบินเชียงใหม่ เช่ารถเพื่อใช้ในการเดินทาง

-เดินทางไปยังสถานที่แรก วันนันทน์

11.00 ถึงวันนันทน์ อีกหนึ่งแลนด์มาร์คของจังหวัดเชียงใหม่ ออกแบบภายใต้แนวคิด Crafting Creative Community ย่านที่รวมวิถีชีวิตร่วมสมัย และร้านค้าสร้างสรรค์ เข้าไว้ด้วยกัน

12.30 เดินทางต่อไปลิ่วไร่รักษ์ไทยแม่ฮ่องสอน

18.00 ถึงลิ่วไร่รักษ์ไทย บ้านดินสโตน์จินยูนนาน ตั้งอยู่บนเนินเขาสูงไล่ระดับขึ้นบนเขา ชมบรรยากาศไร่ชา โรงงานไวน์ รวมไปถึงร้านอาหารสโตน์จินยูนนาน ที่ไม่ควรพลาด

19.00ทานอาหารค่ำ

**Day 2**

08.00 ทานอาหารเช้าที่รีสอร์ท

10.00 นั่งจิบชา ณ Coffee Ban Din

11.00 ออกจากลิ่วไร่รักษ์ไทยขับรถกลับเชียงใหม่

17.00 ถึงเชียงใหม่ เดินเล่นถนนคนเดินท่าแพ แหล่งรวบรวมวัฒนธรรมภาคเหนือของไทย ชมวิถีชีวิตชาวเหนือ อาหารการกิน สินค้าต่าง ๆ ในชุมชน

19.00 กลับสนามบินเชียงใหม่ คืนรถเช่า

20.30 ออกเดินทางจากสนามบินเชียงใหม่-กรุงเทพ

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา ปัญหาที่พบ การแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

##### 5.1.1 สรุปผล

จากการที่คณะผู้จัดทำได้เข้ารับการปฏิบัติสหกิจศึกษา ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดชลบุรี เป็นระยะเวลา 2 เดือน ในตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน ทำให้ได้เรียนรู้งานในส่วนของการจัดการของภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้คณะผู้จัดทำได้จัดทำโครงการเรื่อง Program for Touring Chonburi's contemporary art and culture of European-Thai-Chinese โดยมี วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี
- 2) เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 3) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้โปรแกรมท่องเที่ยวมีความหลากหลาย

เพื่อให้ทราบผลสัมฤทธิ์ของโครงการ คณะผู้จัดทำได้มีการจัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว 3 วัฒนธรรมร่วมสมัย ได้แก่ ฝรั่งเศส ไทย และจีน เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้โปรแกรมท่องเที่ยวในจังหวัด และได้เผยแพร่ผ่านทางเพจ Facebook ชื่อเพจ สยาม เพื่อที่จะกระจายข้อมูลให้เป็นไวรัลในโลกออนไลน์ และอาจเกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ในอนาคต จากการเผยแพร่วิดีโอ ลงในเพจ ทำให้มีผู้เข้าชม ทั้งหมด 8,400 ครั้ง กดถูกใจ 50 คน กดแชร์ 12 ครั้ง แสดงความคิดเห็นจำนวน 5 คน มีผู้กดถูกใจเพจ เพิ่ม 36 คนและยอดผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้น 37 คน นอกจากนี้คณะผู้จัดทำ ยังได้ใช้แบบสอบถามในการประเมินความสนใจกับโปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้เผยแพร่ใน Facebook แบบสอบถามมีทั้งหมด 115 ชุด เป็นคนไทยจำนวน 109 ชุด และชาวต่างชาติ จำนวน 6 ชุด โดยความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวนี้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.17 การแปรผลระดับความระมัดระวังมากที่สุด 2 ด้าน คือการผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ฝรั่งเศส-ไทย-จีน มีความน่าสนใจ และการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ facebook เป็นทางเลือกที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยว และด้านอื่น ๆ อยู่ในระดั้มาก ทั้งนี้ในส่วนของการสร้างความปลอดภัยในด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ทางจังหวัดได้มีมาตรการเน้นย้ำใน ส่วนของการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) เพื่อสร้างความปลอดภัยในจังหวัด โดยกระจายข้อมูลข่าวสารการเฝ้าระวังสู่ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งที่อยู่ในโปรแกรม ได้ปฏิบัติตามมาตรการในด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตาม

มาตรการ ของรัฐ โดยการปรับผังโต๊ะและเก้าอี้ให้ห่างกันมากขึ้น เน้นทำความสะอาดจุดสัมผัสทุก ๆ ครั้ง ชั่วโมง วัตถุประสงค์หมักท่องเที่ยว การสวมหน้ากากอนามัย การติดตั้งอุโมงค์ฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่บริเวณประตูทางเข้า การปิดชั่วคราวและเมื่อกลับมาเปิดตามปกติก็จะปฏิบัติตามนโยบายในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) อย่างเคร่งครัด

### 5.1.2 ปัญหาที่พบในการทำโครงการ

5.1.2.1 จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา(COVID-19) ทำให้ไม่สามารถไปสำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่จัดทำกรกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง

5.1.2.2 สถานประกอบการไม่สามารถอัปโหลดคลิปวิดีโอลงในเพจของตนเองได้ เนื่องจากไม่ใช่เอกสารของทางราชการ

### 5.1.3 การแก้ไขปัญหาที่พบ

5.1.3.1 สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตรวมถึงคลิปวิดีโอ ซึ่งต้องขออนุญาตจากเจ้าของคลิป ก่อนจะนำข้อมูลมาเผยแพร่

5.1.3.2 อัปโหลดวิดีโอลงในเพจที่สร้างขึ้นเอง แต่มีผู้ติดตามเพจอยู่มากพอสมควร จึงทำให้สามารถเข้าถึงผู้คนได้มากตามที่คาดหวัง

### 5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการที่ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ในฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

### 5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การได้ออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในครั้งนี้ทำให้คณะผู้จัดทำ ได้มองเห็นการทำงาน ของหน่วยงานภาครัฐในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะในเรื่องของเอกสาร ซึ่งจะต้องมีลำดับขั้นตอน ในการรับเอกสารที่ชัดเจน ถูกต้องและแม่นยำ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริงเช่น การสำรวจกองถ่ายภาพยนตร์ในจังหวัด การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด และยังมีโอกาสได้พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับพนักงานราชการ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการมองหางาน หรือสมัครงานได้ในอนาคตหลังจากจบการศึกษา

### 5.2.2 ปัญหาที่พบจากการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เนื่องจากเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา(COVID-19) ซึ่งเป็นปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้การปฏิบัติงาน ลำบากขึ้นทั้งในเรื่องของการใช้ชีวิตประจำวันระหว่างการปฏิบัติงาน ต้องระมัดระวังตัว ดูแลตัวเองมากขึ้น และผลกระทบบางอย่างทำให้การเรียนรู้งานไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง และยังทำให้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาต้องสิ้นสุดลงก่อนกำหนด ทำให้ได้เรียนรู้งานยังไม่มากพอตามที่ควรจะเป็น

### 5.2.3 ข้อเสนอแนะ

ทางสำนักงานควรมีการปรึกษาหารือกันเกี่ยวกับการโทรเข้ามาปรึกษา ในส่วนของการ จัดทะเบียนมัคคุเทศก์หรือบริษัททัวร์ ซึ่งไม่ใช่บทบาทของสำนักงานแต่ยังมีการ โทรเข้ามาติดต่ออยู่ จึงควรที่จะกระจายข้อมูล ประชาสัมพันธ์ให้ผู้เรียนปัญหา ติดต่อตรงไปที่สำนักงานทะเบียนธุรกิจ นำเที่ยว และมัคคุเทศก์แทน

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *ชุมชนจีนบ้านซากแก้ว*. เข้าถึงได้จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/compare/itemid/755?fbclid=IwAR1teeSnTuCno1OX6CUcs4i1QZNdr7F0RC2mWiTJICTGRbOBdZfDD-9Qi8>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *ตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี*. เข้าถึงได้จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/3231?fbclid=IwAR1V9cfGyKtf4zaG8p8VYZwWVNSoQwu6cGJDG2T4IJ8RL1k53ChLizgC7NE>
- กัมพล แสงเอี่ยม. (2559). *วัฒนธรรมร่วมสมัย*. เข้าถึงได้จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/fineartstujournal/article/view/233720/160635>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. เข้าถึงได้จาก [http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/52930216/chapter2.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/52930216/chapter2.pdf)
- บัวผืน โดทรัพย์ และคณะ. (2562). *การศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาชุมชนพุดเรียง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์*. เข้าถึงได้จาก <https://commarts.dpu.ac.th/journal/upload/issue/1579676230.pdf>
- วิรัชชานา ใจสม. (2560). *การศึกษาด้านการจัดการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. เข้าถึงได้จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2923/1/wirunchana\\_jais.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2923/1/wirunchana_jais.pdf)
- สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ . (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก [http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2556/KRIT%20TECHAPRASERT/05\\_ch2.pdf](http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2556/KRIT%20TECHAPRASERT/05_ch2.pdf)
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี. (2562). *ข้อมูลองค์กร*. เข้าถึงได้จาก <https://chonburi.mots.go.th/>

Kapook. (2556). *Generation*. เข้าถึงได้จาก <https://highlight.kapook.com/view/83492?fbclid>

=IwAR2SoJexeyKgepgCFm4AktLqXpPEJP6NSY0LJb59tWax5T0HxzYw1vsWaM4

Lilert ,R . (1932). *Likert rating scale*. เข้าถึงได้จาก <http://it.nation.ac.th/research/>

ntu/files/56011310393.pdf

MarketingOOPS . (2562). *สรุป 4 ไฮไลท์พฤติกรรมการใช้ “Social Media” ทั่วโลก*.

เข้าถึงได้จาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

TheTripPacker. (2562). *A'La Campagne (อะลาแคมเปญ) Pattaya*. เข้าถึงได้จาก

[https://www.thetrippacker.com/th/review/location/12897?fbclid=IwAR3emRWLTouW9p\\_we-FgxFrWBY7Mac9GxNbY2lBrbBf0VTkz1v3IMB-WoGY](https://www.thetrippacker.com/th/review/location/12897?fbclid=IwAR3emRWLTouW9p_we-FgxFrWBY7Mac9GxNbY2lBrbBf0VTkz1v3IMB-WoGY)

Vimosolf. (2563). *VLLLO – แอปที่ทำให้การตัดต่อวิดีโอเป็นเรื่องง่าย*. เข้าถึงได้จาก

[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.darinsoft.vimo&hl=th&fbclid=IwAR2\\_-Kn299hwZtDM7nqSkyzc20NamjXkDdWAA06nTACfGdAz4vtnBiLw1w](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.darinsoft.vimo&hl=th&fbclid=IwAR2_-Kn299hwZtDM7nqSkyzc20NamjXkDdWAA06nTACfGdAz4vtnBiLw1w)



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

## ภาพขณะปฏิบัติงานและการนิเทศของอาจารย์

ตรวจเยี่ยมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี @Frost Magical Ice Of Siam



ตรวจกองถ่ายภาพยนตร์ @สวนเสือศรีราชา



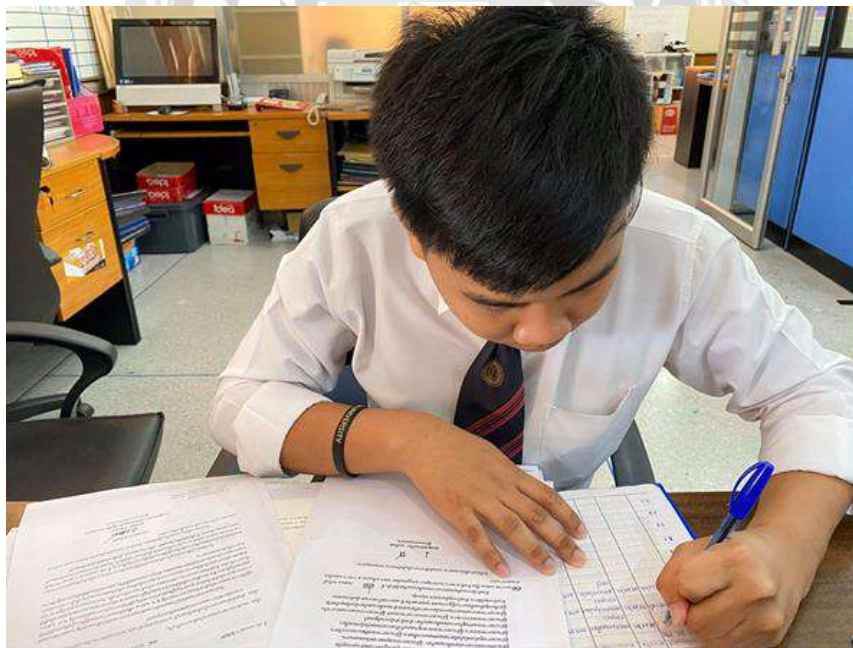
ตรวจเยี่ยมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด @จักสานพนัสนิคม



มอบหน้ากาอนามัยแก่ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว



## ลงรับหนังสือและคีย์ข้อมูลลงในระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์



งานประชุมมอบเงินสนับสนุนกีฬาจังหวัด



ออกเลขหนังสือเวียนที่ศาลากลางจังหวัดชลบุรี



ไหว้ศาลหน้าสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี





แจกหน้ากากอนามัยแก่นักท่องเที่ยว @พัทยา



# อาจารย์ที่ปรึกษามานิตะนักศึกษา



มอบประกาศนียบัตรแก่นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา





ภาคผนวก ข

## แบบสอบถาม

เรื่อง โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

\*หมายเหตุ โปรแกรมนี้สามารถท่องเที่ยวได้ในกรณีที่ไม่มีภาวะระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.เพศ

1.ชาย

2.หญิง

2.อายุ

1.น้อยกว่า 20 ปี

2.20-37 ปี

3.38-52 ปี

4.53-71 ปี

3.สถานภาพ

1.โสด

2.สมรส

3.หย่าร้าง

4.อาชีพ

1.ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ

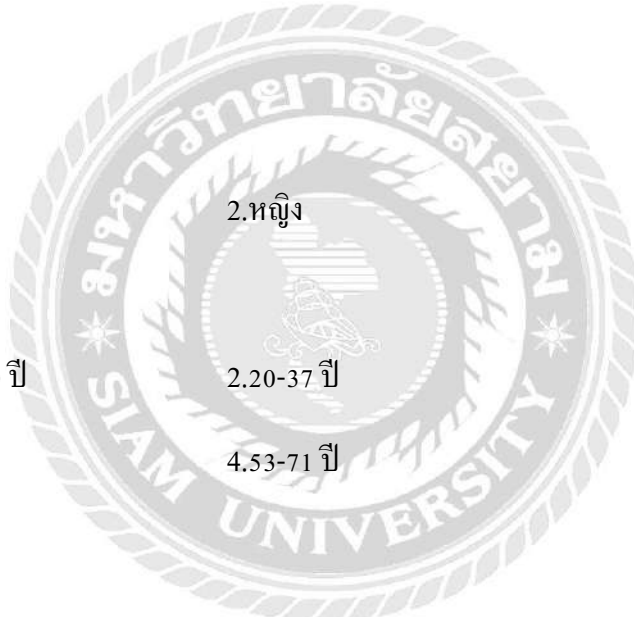
2.พนักงานบริษัท

3.ธุรกิจส่วนตัว

4.พ่อบ้าน-แม่บ้าน

5.นักเรียน-นักศึกษา

6.อื่นๆ ระบุ \_\_\_\_\_



5.รายได้ต่อเดือน

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| 1.ต่ำกว่า 10,000 บาท | 2.10,000-15,000 บาท  |
| 3.15,000-20,000 บาท  | 4.มากกว่า 20,000 บาท |

6.ท่านเดินทางท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน?

- |                |                |
|----------------|----------------|
| 1.1ครั้ง/เดือน | 2.2ครั้ง/เดือน |
| 3.3ครั้ง/เดือน | 4.4ครั้ง/เดือน |

7.ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว?

- |               |                 |
|---------------|-----------------|
| 1.1วัน        | 2.2 วัน 1 คืน   |
| 3.3 วัน 2 คืน | 4.มากกว่า 3 วัน |

8.จุดหมายปลายทางที่ท่านชื่นชอบในการท่องเที่ยวในประเทศไทย?

- |               |                         |
|---------------|-------------------------|
| 1.ภาคกลาง     | 2.ภาคใต้                |
| 3.ภาคเหนือ    | 4.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| 5.ภาคตะวันออก |                         |

9.ท่านเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครบ่อยที่สุด

- |                          |          |
|--------------------------|----------|
| 1.คนเดียว                | 2.เพื่อน |
| 3.ครอบครัว               | 4.คนรัก  |
| 5.กรุ๊ปทัวร์/บริษัททัวร์ |          |

10.กิจกรรมที่ชอบทำระหว่างท่องเที่ยว(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                 |                        |
|---------------------------------|------------------------|
| 1.ถ่ายรูป                       | 2.ทำกิจกรรมแอดเวนเจอร์ |
| 3.เรียนรู้วิถีชีวิตกับคนในชุมชน | 4.ศึกษาประวัติศาสตร์   |

5.กิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อม 6.กิจกรรมสุขภาพบำบัด

7.อื่นๆ.....

11.สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีที่ท่านไปบ่อยที่สุด

.....

12.สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีที่ท่านอยากไป(ยังไม่เคยไป)

.....

ตอนที่ 2 ความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

\*หมายเหตุ เลือกตอบคำถามจากหัวข้อต่อไปนี้ตามระดับความสนใจที่ท่านมีต่อโปรแกรมท่องเที่ยว

5 = น่าสนใจมากที่สุด

4 = น่าสนใจมาก

3 = น่าสนใจปานกลาง

2 = น่าสนใจน้อย

1 = น่าสนใจน้อยที่สุด

	องค์ประกอบของโปรแกรมการท่องเที่ยว	ระดับความสนใจ				
		5	4	3	2	1
13.	การผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ฝรั่งเศส-ไทย-จีน มีความน่าสนใจ					
14.	กิจกรรมต่างๆในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ					
15.	ระยะเวลาของโปรแกรมมีความเหมาะสมที่จะเป็น 1 day trip					

16.	การประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ facebook เป็นทางเลือกที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยว					
17.	ท่านเคยท่องเที่ยวตามรอย เพจต่าง ๆทาง facebook					
18.	ความน่าสนใจในการเล่าเรื่องของวิดีโอ					
19.	รายละเอียดของวิดีโอมีเนื้อหาที่น่าสนใจ น่าติดตาม					
20.	หากมีโอกาสท่านจะไปเที่ยวตาม โปรแกรมนี้					
21.	ภาพรวมของ โปรแกรมท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....





## Questionare

**Topic : Chonburi tour itinerary about stimulate for Contemporary culture European - Thailand – China**

\*This tour itinerary could be use except in case of coronavirus (COVID-19) spreading

**Explanation** : Questionare have 2 parts

**Part 1:** General Information

**Part 2:** Attention for Chonburi tour itinerary stimulate for Contemporary culture European - Thailand – China

---

### **Part 1 General Information**

1. Gender

1. Male

2. Female

2. Age

1. Lower than 20 years old

2. 20 – 37 years old

3. 38-52 years old

4. 53-71 years old

3. Status

1. Single

2. Marry

3. Divorce

4. Occupation

1. Civil servant

2. Company Employee

3. Personal Business

4. House Husband/House Wife

5. Student

6. Etc.

5. Monthly income

- |                           |                          |
|---------------------------|--------------------------|
| 1. Lower than 10,000 Baht | 2. 10,000 – 15,000 baht  |
| 3. 15,000 – 20,000 Baht   | 4. More than 20,000 Baht |

6. How often do you travel?

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| 1. 1 Time/Month | 2. 2 Time/Month |
| 3. 3 Time/Month | 4. 4 Time/Month |

7. How long do you travel?

- |                  |                    |
|------------------|--------------------|
| 1. 1 Day         | 2. 2 Day 1 Night   |
| 3. 3 day 2 night | 4. More than 3 day |

8. Where is your favorite destination in Thailand?

- |                        |                        |
|------------------------|------------------------|
| 1. Central Thailand    | 2. Southern Thailand   |
| 3. Northern Thailand   | 4. North-east Thailand |
| 5. South-East Thailand |                        |

9. Who do you travel with the most?

- |                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| 1. Self-Traveler | 2. Friend               |
| 3. Family        | 4. Boyfriend/Girlfriend |
| 5. Tour Group    |                         |

10. The Most favorite activities while traveling (can choose more than 1 option)

- |                           |                       |
|---------------------------|-----------------------|
| 1. Photography            | 2. Adventure Activity |
| 3. Learning Local Culture | 4. Learning History   |

5. Environmental protection activity      6. Health therapy

7.Etc.

11.Which tourist locations do you visit most frequently in Chonburi ,Thailand?

.....

12.Where do you want to travel in Chonburi,Thailand?

.....

**Part 2 Attention for Chonburi itinerary about stimulate for Contemporary culture European - Thailand – China**

\*Explanation Choose an answer from these topic by scale

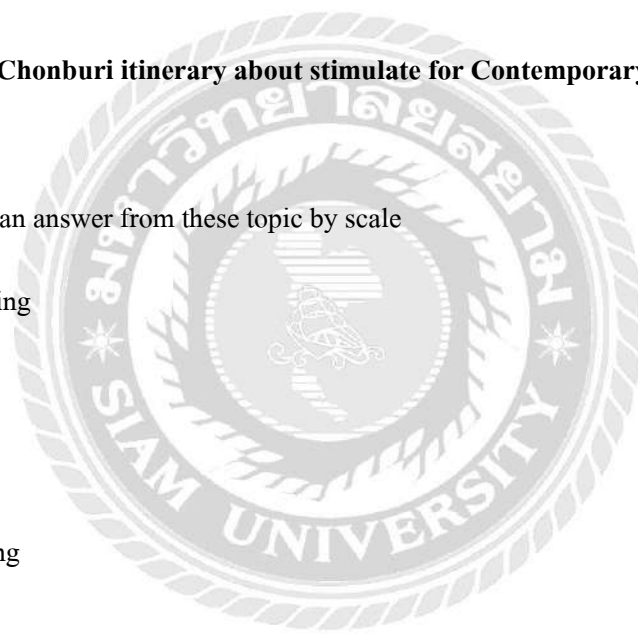
5 = The Most Interesting

4 = Very Interesting

3 = So-so

2 = not quite interesting

1 = not interesting



	The Element of itinerary	Interesting Scale				
		5	4	3	2	1
13.	Interesting of stimulate for Contemporary culture European - Thailand - China					
14.	Interesting for activities in Tourist attraction					
15.	Duration of tour itinerary suitable for 1 day trip					
16.	Public relations in facebook fanpage are optional for stimulate tourism					

17.	You have tried traveling by facebook fanpage.					
18.	Interesting of story telling in the video.					
19.	Content of Video is interesting					
20.	If you have chance, you would travel in this itinerary.					
21.	Overall of tour itinerary has interesting.					

Suggestion.....

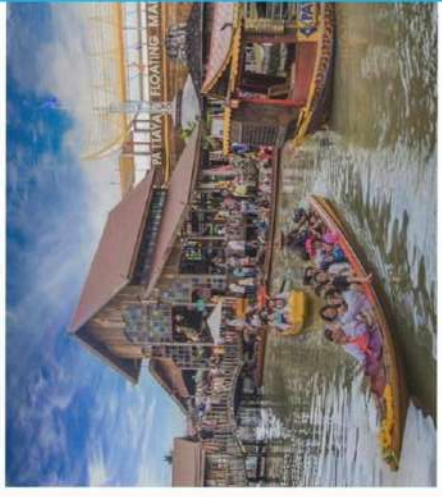
.....

.....

.....



C H O N B U R I



# โปรแกรม ท่องเที่ยวชดบุรี

กระตุ้มวัฒนธรรมร่วมสมัย  
ฝรั่ง-ไทย-จีน

ส ย ู



## Talk to us!

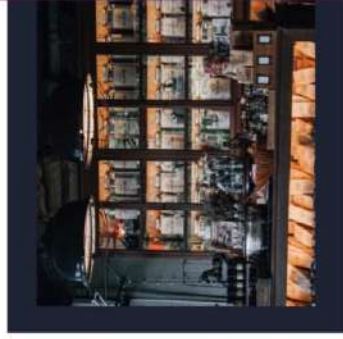
ติดตามกับชมวิถีโอดลิช  
ประชาสัมพันธ์ของพวกเรา  
ได้ทัน



SCAN ME

“ทะเลงาม ข้าหลามอร่อย  
อ้อยหวาน จักสำนต  
ประเพณีงคทาย”

คำขวัญประจำจังหวัดชลบุรี



# A' La Campagne อะลาแคมเปญ

การจำลองหมู่บ้านขนาดเล็กๆ ในยุโรปแบบที่ยังคงความงดงามทางสถาปัตยกรรม และกลิ่นอายของความมีชีวิตชีวา เรียงราย ใจจริงและเป็นมิตร เป็นพื้นที่ที่ชิววิธ มีความรู้สึก มีกิจกรรม มีองค์ประกอบของครอบครัวและเพื่อนฝูง เป็นการแสวงหาความสุขที่ยั่งยืนร่วมกัน เป็นวิถีชีวิตในแบบตัวเอง

แผนที่



SCAN ME

โครงการอะลาแคมเปญ บ้านห้วยใหญ่  
ต.นาจอมเทียน อ.สัตหีบ ชลบุรี  
โทรศัพท์ 06-1441-5181  
เปิดบริการ จันทร์-พฤษภาคม 10.00-20.00 น.  
ศุกร์-อาทิตย์ 10.00-22.00 น.  
Facebook/A-La-Campagne-Pattaya

## ตลาดน้ำ 4 ภาค

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
วัฒนธรรม และเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมความ  
หลากหลายเกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม  
รวบรวมของดี 4 ภาค มาไว้พร้อมผสมผสานกัน  
อย่างลงตัว เป็นแหล่งรวมสินค้าที่ถักถอมพื้น  
บ้าน ซึ่งมีร้านค้าทั้งหมด 400 ร้าน รวมไปถึง  
การแสดงกิจกรรมวิถีชีวิตประเพณี วัฒนธรรม  
ไทย

แผนที่



SCAN ME

09:00-20:00 ทุกวัน



ไม่มีค่าเข้าชมค่าบริการสำหรับชาวไทย ชาว  
ต่างชาติ เสียค่าใช้จ่าย 200 บาท (ไม่รวม  
กิจกรรม)



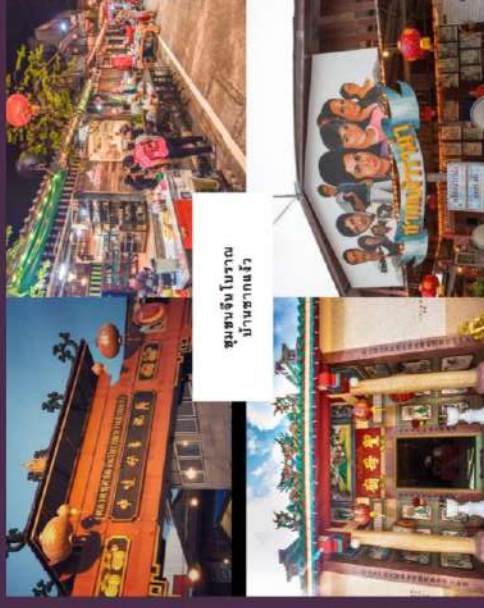
0389-705-340



www.pattayafloatingmarket.com



451/304 หมู่ 12 ต.สุขะวิท พัทยา จ.ชลบุรี



ตลาดในชุมชนไทย-จีนเก่าแก่  
ซึ่งมีอายุมากกว่า 100 ปี บ้าน  
เรือนต่าง ๆ เป็นห้องแถวไม้  
เรียงรายกันไปตลอดแนวและ  
รอบ ๆ ผู้ชมมีมากกว่า 300  
หลังคาเรือน ผู้ชมและชุมชน  
งานในท้องถิ่นได้มีการปรับปรุง  
ให้กลายเป็นถนนคนเดิน  
บรรยากาศดี ๆ ตกแต่ง  
ประดับประดาไปด้วยโคมไฟ  
สีตัดกันโบราณสีแดงน้บร้อน  
ดวง ฟ้าตัดน้ำเงินต่าง  
สีตัดกันโบราณ นามเช่นที่นี่  
จึงมีบรรยากาศที่สวยงาม  
วิเศษนัก

ชุมชนโบราณบ้านชากรัว

แผนที่ 10 ต.ห้วยใหญ่ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150



SCAN ME

แผนที่



ภาคผนวก ค

## บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา



ข้อดีของนักศึกษา

1. อยู่ในกฎระเบียบของสถานฝึกงาน
2. มีมารยาทเรียบร้อย
3. ทำงานได้เสร็จตามเป้าหมาย
4. มนุษย์สัมพันธ์ดี
5. ทำงานได้เสร็จตามเป้าหมาย

สิ่งที่ต้องพัฒนาเพิ่มขึ้น

1. สืบค้นกับการสั่งงานในบางครั้งสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้
2. ในบางครั้งพูดน้อยไปบ้างและไม่สอบถามรายละเอียดงานให้ชัดเจนสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้

ประโยชน์ของโครงการที่

สถานประกอบการได้รับ

1. สามารถนำไปใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้
2. นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในพื้นที่
3. ช่วยนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในเวลาจำกัด

พนักงานที่ปรึกษา





ภาคผนวก ง

## โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

### Program for Touring Chonburi's Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese

นายจีระศักดิ์ ไชยรบ

นายณันนภัตสรณ์ วงศ์ธรรมชัย

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ปิยธิดา กังวานสิทธิ์

38 ถนนเพชรเกษม เขต ภาษีเจริญ กทม. 10160

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

E-mail : Jeerasakchairob@gmail.com

E-mail : Nnphs.wtc@gmail.com

สยาม โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่  
อะลาคอมปายซ์พัทยา ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา และ  
ชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว

#### บทคัดย่อ

จากการที่คณะผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ทำให้สังเกตเห็นปัญหาต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวในจังหวัด จึงได้มีการจัดทำโครงการโปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน จัดทำ ขึ้นเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ภายในจังหวัดชลบุรี ที่ได้รับผลกระทบ จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้นักท่องเที่ยวใน จังหวัดลดลงมากโดยมีวัตถุประสงค์ ในการจัดทำโครงการนี้ขึ้น 1.เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัย ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี 2.เพื่อกระตุ้นการ ท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรี ให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่ม มากขึ้น 3.เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้ โปรแกรม ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ทางคณะผู้จัดทำได้มีการ ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความสอดคล้องกับเส้นทางท่องเที่ยว วัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน ในจังหวัดชลบุรีและได้ จัดทำ คลิป วิดีโอเผยแพร่ลงในเพจ Facebook ที่มีชื่อว่า

จากการเผยแพร่วิดีโอลงในเพจ ทำให้มีผู้เข้าชม ทั้งหมด 8,400 ครั้ง กดถูกใจ 50 คน กดแชร์ 12 ครั้ง แสดงความคิดเห็นจำนวน 5 คน มีผู้กดถูก ใจเพจเพิ่ม 36 คนและยอดผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้น 37 คน นอกจากนี้ คณะผู้จัดทำยังได้ใช้แบบ สอบถาม ในการ ประเมิน ความสนใจ กับโปรแกรมท่องเที่ยว ที่ได้ เผยแพร่ใน Facebook แบบสอบถามมี ทั้งหมด 115 ชุด เป็นคนไทย จำนวน 109 ชุด และชาวต่างชาติ จำนวน 6 ชุด โดยความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวนี้ มีค่าเฉลี่ย รวมอยู่ที่ 4.17 การแปรผลระดับความสนใจ อยู่ใน ระดับ สนใจมาก

คำสำคัญ : ท่องเที่ยวชลบุรี, วัฒนธรรมร่วม สมัย, ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

#### ABSTRACT

The project, “ Program for Touring Chonburi's Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese” was created to stimulate

tourism in Chonburi, who had been affected by Corona Virus (COVID-19) . Which also was the reason why the number of tourists decreased . The purpose of this study was: 1. To build confidence in the safety of tourists in the near futur. 2. To stimulate tourism in Chonburi ; 3. To increase interest in travel programs. The organizing team researched and collected information on tourist attractions that were consistent with Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese in Chonburi. Then, created a video clip and posted it on Siam's Facebook page. It has 3 tourist attractions, which were A' La Campagne, Pattaya floating market and Ban Sak Ngaeo Old Chinese Market.

The video was posted on Facebook and resulted in 8,400 views, 50 likes, 12 shares and 5 comments. The page had 36 likes and 37 followers. In addition, the organizing team used questionnaires to assess their interest in programs for touring Chonburi on Facebook . There was 115 sets of questionnaires, 109 Thai respondants and 6 foreigners. The interest in this program had a mean of 4.17, and the result is very interesting.

Keywords : Tourism in Chonburi/Contemporary culture/European-Thai-Chinese **ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

เนื่องจากสำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬา จังหวัดชลบุรีนั้นมีหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี รวมถึงสถานที่พักต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ อีกทั้งยัง

สนับสนุนการกีฬาและ นันทนาการภายในจังหวัด และช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา จนถึงต้นปี พ.ศ. 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวได้ลดจำนวนลงมากสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความ เชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

จากการที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดชลบุรีได้เข้าร่วมประชุมหารือกับ หน่วยงานต่างๆในจังหวัดชลบุรีทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชนเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยว ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา สถานประกอบการหลายแห่ง ปิดตัวลงบางแห่งมีการลดจำนวนพนักงาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ทางจังหวัดจึงได้มีข้อเสนอแนะ ในการกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ในการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใต้การท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย คนชลบุรีเที่ยวชลบุรี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับต่างชาติหรือคนภายนอกว่า เราเที่ยวได้อย่างปลอดภัยคนต่างชาติก็สามารถเที่ยวได้เช่นกัน ผู้ดำเนินโครงการจึงได้เล็งเห็นว่า หากได้ทำโปรแกรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรมร่วมสมัยฝรั่ง-ไทย-จีน ในจังหวัดชลบุรีและนำข้อมูลจากการเดินทางท่องเที่ยว รวบรวมให้กับสำนักงาน เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว จะเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดและมีนักท่องเที่ยว หันกลับมาเที่ยวชลบุรี เพิ่มมากขึ้น

#### ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว

1.อะ ลา คอมปานี (A La Campagne) มีการออกแบบ และสร้างให้คล้ายกับชุมชนในฝั่ง ยุโรป ซึ่งสอดคล้อง กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ เกี่ยวข้องกับ

วัฒนธรรม ฝรั่งเศส ตัวอาคารและองค์ประกอบต่าง ๆ นั้น มีการ ตกแต่งที่สวยงาม ตามสไตล์ยุโรปคลาสสิก ทั้ง ยังมี กิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทำกัน ไม่ว่าจะเป็น เป็น สวนผัก ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ หรือเวิร์คช็อปทำ ผลิตภัณฑ์ใน ฟาร์ม

2. ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา แหล่งท่องเที่ยวที่รวบรวมไว้ของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชาวไทยตั้งแต่อดีต มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมารวมไว้ให้นักท่องเที่ยว ได้ เที่ยวชมกันทั้ง 4 ภาค ซึ่งแต่ละภาคก็จะมีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น แตกต่างกันไป นอกจากจะได้ชม วิถีชีวิตแล้ว นักท่องเที่ยวยังจะได้เลือกซื้อสินค้า OTOP โดยมีผู้คนในชุมชน รวมไปถึงอาหาร ต่างๆนานา ที่รวมไว้ให้ชิมไว้ที่นี่ทีเดียว

3.ชุมชนจีนบ้านซากแก้ว มีประวัติการอพยพเข้ามาอาศัยอยู่ของชาวจีนโบราณ กว่า 100 ปี ซึ่งมีความสอดคล้องกับเส้นทางท่องเที่ยว ของวัฒนธรรมจีน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจะได้ ชิมจับกลิ่นอาย วิถีชีวิต ของชุมชนจีนโบราณ บนถนนสายวัฒนธรรมของชุมชนที่สองฟากฝั่งจะเป็นเรือนไม้แบบดั้งเดิม ที่ยังคงเหลือไว้ให้เห็นในปัจจุบัน

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี
  - 2.เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้มีย่านท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
  - 3.เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้โปรแกรมท่องเที่ยว มีความหลากหลาย
- ประโยชน์ที่ได้รับ**

- 1.ช่วยสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยว
- 2.ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใน จังหวัดชลบุรีให้มีย่านท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 3.ช่วยยกระดับโปรแกรมการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

### วิธีการดำเนินการ

- 1.ปฏิบัติงานและศึกษาปัญหาในหน่วยงานที่เกิดขึ้นจริงในระหว่างปฏิบัติงาน แล้วย้นำประเด็นปัญหามากำหนดหัวข้อโครงการ
  - 2.รวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ต่างๆ ในจังหวัดชลบุรี ที่มีความเกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรม ไทย จีน และฝรั่งเศส พร้อมศึกษา เส้นทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
  - 3.กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 day trip โดยมีสถานที่ท่องเที่ยว 3 แห่ง
  - 4.ค้นหาข้อมูล วิดีโอคลิปต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว แล้วย่านคลิปมาตัดต่อวิดีโอให้มี ความน่าสนใจ
  - 5.นำคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ ผ่านเพจ Facebook เพื่อกระจายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้
  - 6.เสนอต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดชลบุรี เพื่อทำการ ประชาสัมพันธ์ กระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัด
- สรุปผลโครงการ**



จากการที่คณะผู้จัดทำได้เข้ารับ การ ปฏิบัติ สหกิจศึกษา ณ สำนักงานการท่องเที่ยว และ กีฬา จังหวัดชลบุรี เป็นระยะเวลา 2 เดือน ในตำแหน่ง

ผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน ทำให้ได้เรียนรู้งานในส่วนของ ราชการ ของภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้คณะ ผู้จัดทำได้จัดทำโครงการเรื่อง Program for touring Chonburi's contemporary art and culture of European-Thai-Chinese โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใน จังหวัด ชลบุรีให้มียอดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 3) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้โปรแกรมท่องเที่ยวมีความหลากหลาย กระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ในกรณีที่ไม่มีการแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19) ซึ่ง อาจจะทำให้เกิดประโยชน์ แก่สถานประกอบการ ในการกระตุ้นการท่องเที่ยว ในจังหวัดได้

เพื่อให้ทราบผลสัมฤทธิ์ของโครงการ คณะผู้จัดทำได้มีการจัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 3 วัฒนธรรมร่วมสมัย ได้แก่ ฝรั่งเศส ไทย และจีน เพื่อเพิ่มความหลากหลาย ให้โปรแกรมท่องเที่ยว ในจังหวัด และได้เผยแพร่ผ่านทางเพจ Facebook ชื่อเพจสยาม เพื่อที่จะกระจายข้อมูลให้เป็นไวรัส ในโลกออนไลน์ และอาจเกิดเป็นการกระตุ้น การท่องเที่ยวได้ในอนาคต หลังจากอัปโหลดคลิป วิดีโอ 5 วัน จากการเผยแพร่วิดีโอลงในเพจ ทำให้มี ผู้เข้าชม ทั้งหมด 8,400 ครั้ง กดถูกใจ 50 คน กดแชร์ 12 ครั้ง แสดงความคิดเห็นจำนวน 5 คน มีผู้กดถูกใจเพจ เพิ่ม 36 คน และยอด ผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้น 37 คน นอกจากนี้ คณะผู้จัดทำยังได้ใช้แบบสอบถาม ในการ ประเมินความสนใจ กับโปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้ เผยแพร่ใน Facebook แบบสอบถามมี ทั้งหมด 115 ชุด เป็นคนไทยจำนวน 109 ชุด และชาวต่างชาติ จำนวน 6 ชุด โดยความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวนี้ มีค่าเฉลี่ย

รวม อยู่ที่ 4.17 การแพร่ผลระดับความสนใจ อยู่ในระดับสนใจมาก ทั้งนี้ในส่วนของ การ สร้างความปลอดภัยในด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ทางจังหวัดได้มีมาตรการเน้นย้ำ ในส่วนของการป้องกันการแพร่ระบาดของ ของไวรัส โควิด-19) เพื่อสร้างความปลอดภัยใน จังหวัด โดยกระจายข้อมูลข่าวสาร การเฝ้าระวังผู้ ชุมชน เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะในการต่อยอดโครงการ

การท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่ได้จัดทำนี้ จะมีความน่าสนใจ และสามารถเดินทาง ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากไม่ได้รับ ผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา

#### บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563).

ชุมชนจีนบ้านซากแก้ว. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://thai>

[landtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/compare/itemid/755?fbclid=IwAR1teeSnTuCnoIX6UCUcs4i1QZNdr7F0RC2mWiTJICTGRbOBdZFFDD-9Qi8](https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/compare/itemid/755?fbclid=IwAR1teeSnTuCnoIX6UCUcs4i1QZNdr7F0RC2mWiTJICTGRbOBdZFFDD-9Qi8). (วันที่ค้นข้อมูล : 10 กุมภาพันธ์ 2563)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563).

ตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/3231?fbclid=IwAR1V9cfGyKtf4zaG8p8VYZwWVNSoQwu6cGJDG2T4IJ8RL1k53ChLlZgC7NE>. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 กุมภาพันธ์ 2563)

กัมพล แสงเอี่ยม. (2559). วัฒนธรรมร่วมสมัย.

- [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/fineartstujournal/article/view/233720/160635>. (วันที่ค้นข้อมูล : 11 กุมภาพันธ์ 2563)  
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://digit.al\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/52930216/chapter2.pdf](http://digit.al_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/52930216/chapter2.pdf). (วันที่ค้นข้อมูล : 11 กุมภาพันธ์ 2563)  
บัวผิน โททรัพย์ และคณะ. (2562). การศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาชุมชนपुरเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://commarts.dpu.ac.th/journal/upload/issue/1579676230.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล : 10 กุมภาพันธ์ 2563)  
วิรัชชานา ใจสม. (2560). การศึกษาปัจจัยการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2923/1/wirunchana\\_jais.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2923/1/wirunchana_jais.pdf) (วันที่ค้นข้อมูล : 13 กุมภาพันธ์ 2563)  
สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ . (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2556/KRIT%20TECHAPRASERT/05\\_ch2.pdf](http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Tourism2556/KRIT%20TECHAPRASERT/05_ch2.pdf) . (วันที่ค้นข้อมูล : 15 กุมภาพันธ์ 2563)  
สรูป 4 ไร่ไร่ที่พฤติกรรมการใช้ “Social” สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี. (2562). ข้อมูลองค์กร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://chonburi.mots.go.th/> (วันที่ค้นข้อมูล : 12 กุมภาพันธ์ 2563)  
Generation. (2556). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://hilight.kapook.com/view/83492?fbclid=IwAR2SoJexeyKgepgCFm4AktLqXpPEJP6NSY0LJb59tWax5T0HxzYw1vswaM4>. (วันที่ค้นข้อมูล : 15 กุมภาพันธ์ 2563)  
Lilert ,R . (1932). Likert rating scale. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://it.nation.ac.th/research/ntu/files/56011310393.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล : 15 กุมภาพันธ์ 2563)  
MarketingOOPS . (2562). สรูป 4 ไร่ไร่ที่พฤติกรรมการใช้ “Social Media” ทั่วโลก. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/> .(วันที่ค้นข้อมูล : 15 กุมภาพันธ์ 2563)  
TheTripPacker. (2562). A'La Campagne (อะลาแคมเปญ) Pattaya. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้

จาก: <https://www.thetrippacker.com/th/review/location/12897?fbclid=IwAR3emRWL>

ToUw9p\_we-

FgxFrWBY7Mac9GxNbY2Lb

rbBf0VTkz1v3IMB-WoGY (วันที่ค้น

ข้อมูล : 10 กุมภาพันธ์ 2563)

Vimosolf. (2563). **VLLO** – แอปที่ทำให้การ

ตัดต่อวิดีโอเป็นเรื่องง่าย.[ออนไลน์]. เข้าถึง

ได้จาก : <https://play.google.com>

/store/apps/details?id=com.darinsoft.vimo

&hl=th&fbclid=IwAR2-Kn299h wZt

DM7nqSkyzc20NamjXkDdWAa

A06nTACfGdAz4vtnBiLw1w. (วันที่ ค้น

ข้อมูล : 15 กุมภาพันธ์ 2563)





ภาคผนวก จ





# โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน

## Program for Touring Chonburi's Contemporary Art and Culture of European-Thai-Chinese

อาจารย์ปริญญา ปโยธดา กังวานสิทธิ์  
พนักงานที่ปรึกษา นภาพร แยมี่เคย  
สถานประกอบการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี

### บทคัดย่อ

จากการที่คณะผู้จัดทำเป็นนักศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขา น สำนึกงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดชลบุรี ทำให้สังเกตเห็นปัญหาต่าง ๆ ของ การท่องเที่ยวในจังหวัด จึงได้มีการจัดทำโครงการ โปรแกรมท่องเที่ยวชลบุรี กระตุ้นวัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน จัดทำขึ้นเพื่อ กระตุ้น การท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรี ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ให้นักท่องเที่ยวในจังหวัดลดลงมากโดยวัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการมีขึ้น 1.เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี 2.เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3.เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้โปรแกรมท่องเที่ยวความหลากหลาย ทางคณะผู้จัดทำได้มีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความสอดคล้องกับเส้นทางการท่องเที่ยว วัฒนธรรมร่วมสมัย ฝรั่งเศส-ไทย-จีน ในจังหวัดชลบุรีและได้จัดทำคลิปวิดีโอเผยแพร่ลงในเพจ Facebook ที่มีชื่อว่า สยาม โดยมีงานท่องเที่ยวทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ อะลาแคมเปญ พัทยา ตราดน้ำ 4 ภาค พัทยา และชุมชนจีนโบราณบ้านซำแก้ว จากกรมเผยแพร่วีดิโอลงในเพจ ทำให้มีผู้เข้าชมทั้งหมด 8,400 ครั้ง กดถูกใจ 50 คน กดแชร์ 12 ครั้ง แสดงความคิดเห็นจำนวน 5 คน มีผู้กดถูกใจเพจเพิ่ม 36 คนและยอดผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้น 37 คน นอกจากนี้คณะผู้จัดทำยังได้ใช้แบบสอบถามในการประเมินความพึงพอใจกับโปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้เผยแพร่ใน Facebook แบบสอบถามมีทั้งหมด 115 ชุด เป็นคนไทย จำนวน 109 ชุด และชาวต่างชาติ จำนวน 6 ชุด โดยความสนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.17 การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในระดับจังหวัด

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
3. เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้โปรแกรมท่องเที่ยวมีความหลากหลาย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยว
2. ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชลบุรีให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
3. ช่วยยกระดับโปรแกรมการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

### ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว

1. อะ ลาแคมเปญ (A.La.Campagne) มีการ จอคนแบบ และสร้างให้เข้ากับชุมชนในฝั่ง ยุโรป ซึ่งสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่ความ เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมฝรั่งเศส ศิลปกรรมและ องค์ประกอบต่าง ๆ นั้นมีการตกแต่งที่สวยงาม ตามสไตล์ยุโรปคลาสสิก ที่ขึ้นชื่อจากธรรมชาติ 7 ให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนไม่ว่าจะเป็นบ้านไม้เล็ก หรือวิลล่าหรูที่ตกแต่งด้วยศิลปะที่ทันสมัย
2. ตราดน้ำ 4 ภาค พัทยา แหล่งท่องเที่ยวที่รวบรวมไว้ของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชาว ไทยตั้งแต่ต้นทศวรรษจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการมาเที่ยวที่นี่นักท่องเที่ยวจะได้เที่ยวชมกันที่ 4 ภาค ซันเซต ละครเวทีที่มีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น แดงทิวาไม้ไป นอกจากนี้จะได้ชมวิถีชีวิตแล้ว นักท่องเที่ยวจะได้เลือกซื้อสินค้า OTOP โดย ผักผลไม้ชุมชน รวมไปถึงอาหารต่างๆมาทาน ที่ร้านได้ให้ชิมกันอีกด้วย

3.ชุมชนจีนบ้านซำแก้ว มีประวัติการอพยพเข้า มาอาศัยอยู่ของชาวจีนโบราณ กว่า 100 ปี ซึ่งมีความสอดคล้องกับเส้นทางท่องเที่ยวของวัฒนธรรมจีน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจะได้ชมกับกลิ่นอาย วิถีชีวิตของชุมชนจีนโบราณ บนถนนสายวัฒนธรรมของชุมชน ที่สองฟากฝั่งจะเป็นเรือนไม้แบบดั้งเดิม ที่ยังคงเหลือให้เห็นในปัจจุบัน



### วิธีการดำเนินการ

1. ปฏิบัติงานและศึกษาปัญหาในหน่วยงานที่เกิดขึ้นจริงในระหว่างปฏิบัติงาน แล้วนำประเด็นปัญหาที่กำหนดหัวข้อโครงการ
2. รวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ต่างๆ ในจังหวัดชลบุรี ที่มีความเกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมไทย จีน และฝรั่งเศส พร้อมศึกษา เส้นทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
3. กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 day trip โดยมีสถานที่ท่องเที่ยว 3 แห่ง
4. ค้นหาข้อมูล วิดีโอคลิปต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับแหล่งท่องเที่ยว แล้วนำคลิปมาตัดต่อวิดีโอให้มีความน่าสนใจ
5. นำคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ ผ่านเพจ Facebook เพื่อกระจายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้าถึง
6. สนับสนุนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี เพื่อทำการ ประชาสัมพันธ์ กระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัด

### สรุปผลการดำเนินงาน

เพื่อให้ทราบผลสัมฤทธิ์ของโครงการ คณะผู้จัดทำได้มีการจัดทำวิดีโอ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 3 วัฒนธรรมร่วมสมัย ได้แก่ ฝรั่งเศส ไทย และจีน เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้โปรแกรมท่องเที่ยวในจังหวัด และได้เผยแพร่ผ่านทางเพจ Facebook ชื่อเพจ สยาม เพื่อที่จะกระจายข้อมูลให้กับการเชื่อมโยงออนไลน์ และอาจเกิดเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ในอนาคต หลังจากออกวีดิโอ คลิปวิดีโอ 5 วัน จากการเผยแพร่วีดิโอลงในเพจ ทำให้มีผู้เข้าชม ทั้งหมด 8,400 ครั้ง กดถูกใจ 50 คน กดแชร์ 12 ครั้ง แสดงความคิดเห็นจำนวน 5 คน มีผู้กดถูกใจเพจ เพิ่ม 36 คนและ ยอด ผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้น 37 คน นอกจากนี้ คณะผู้จัดทำยังได้ใช้แบบสอบถาม ในการ ประเมินความสนใจกับโปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้เผยแพร่ใน Facebook แบบสอบถามมีทั้งหมด 115 ชุด เป็นคนไทยจำนวน 109 ชุด และชาวต่างชาติ จำนวน 6 ชุด โดยความ สนใจต่อโปรแกรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ที่ 4.17 การแพร่ระบาดโควิด-19 ในระดับจังหวัดมาก ทั้งนี้ในส่วนของ การสร้างความปลอดภัยในด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ทางจังหวัดได้มีการสนับสนุนในส่วนของการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) เพื่อสร้างความปลอดภัยในจังหวัด โดยกระจายข้อมูลข่าวสาร การสำรวจชุมชน เป็นต้น

นายจักรศักดิ์ ไชยรบ 5904400156  
นายณัฏฐ์สรณ์ วงศ์ธรรมชัย 6004400150  
ภาควิชาอุตสาหกรรมและการบริการ  
สาขาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม



ภาคผนวก ฉ



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

สัปดาห์ที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อนักงาน ที่ปรึกษา
1.	13-14/01/63	- ถ่ายเอกสาร, โปรแกรม Re-use - แยกชุดกีฬา, เสริมของทางคณะร่วมประชุม กีฬานักเรียน - คัดข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ในโรงเรียน จังหวัดราชบุรี ในเดือนธันวาคม 2019 - สืบค้นเว็บไซต์และสถานเอกสาร - พิมพ์เอกสารแสดงวิสัยทัศน์ - ช่างงานที่สืบค้นสืบค้น - ชุดอวอล เจ้าหน้าที่ นักกีฬาในทรงแข่งขันกีฬานักเรียน ครั้งที่ 49 ณ เมืองประจวบคีรีขันธ์ ศาลากลางจังหวัด ราชบุรี		
2.	20-24/01/63	- ดูลงทะเบียนภาพยนต์ ที่สวนเสือศรีราชา - ส่งเอกสารที่ศาลากลาง จ. ราชบุรี - สืบค้นข้อมูลเพื่อการร้องเรียนหรือขอ ช่วยเหลือของนักท่องเที่ยวเพื่อจัดทำข้อบัญญัติ ดำเนินการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว - ช่างเตรียมของไหว้เจ้า ในวันตรุษจีน - สถานเอกสาร - คิดโปรแกรมท่องเที่ยว 9 อำเภอใน จ. ราชบุรี ได้แก่ เมือง หนองมะโมง สี่พันปี - รับโทรศัพท์สำนักงาน - ลုပ်หนังสือที่ศาลากลาง จ. ราชบุรี	จักรศักดิ์	
3.	29-31/01/63	- รับเอกสาร, สถานเอกสาร - รับโทรศัพท์สำนักงาน ลงทะเบียนหนังสือรับ-ส่งภายในคณะ - คัดข้อมูลในระบบสารภีกรมคลังกรมการคลัง - ตรวจสอบพื้นที่ความสะอาดสำนักงาน - ตกแต่งจัดพิมพ์ที่ศาลากลาง - พิมพ์เอกสารประชุมที่หน้าประตูเดือน	จักรศักดิ์	



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
4.	9-11/02/69	- ลงทะเบียนหนังสือรับ / ส่ง ภายใน - ภายนอก หน่วยงาน และ คีย์ข้อมูลในระบบ อิเล็กทรอนิกส์ - รับโทรศัพท์สำนักงาน - เสริมพัฒนาฝีมือพนักงานท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี - คิดหาแนวทางโครงการประเภทของหน่วยงาน - ถ่ายเอกสาร / ตัดงานเอกสาร - เขียนรับเอกสาร / ปิดจดหมายไปรษณีย์	จิรศักดิ์	
5.	11-14/02/69	- ลงทะเบียนหนังสือรับ / ส่ง ภายใน - ภายนอกหน่วยงาน และ คีย์ข้อมูลในระบบ สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ - รับโทรศัพท์สำนักงาน - เสริมพัฒนาฝีมือพนักงานท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี - เดินทางไปแจกหน้าทอนหน่วยที่ ตลาดนางสน / ภาควิชา ร่วมกับพนักงาน ท่องเที่ยวแนวหน้าจังหวัดชลบุรี - ส่งหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ - ติดสติ๊กเกอร์ สวดเสนาะ เซ็นต์	จิรศักดิ์	
6	17-21/02/69	- ถ่ายเอกสาร / ตัดงานเอกสาร - รับโทรศัพท์สำนักงาน - ลงทะเบียนหนังสือรับ - ส่ง ภายใน- ภาย นอกหน่วยงาน และ คีย์ข้อมูลในระบบ สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ - เสริมพัฒนาฝีมือพนักงานท่องเที่ยว - พิมพ์เอกสารออกพิมพ์ประมวล - ปิดตราไปรษณีย์	จิรศักดิ์	



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
7	24-28/02/63	- ถ่ายเอกสาร สแกนเอกสาร - เสริมทักษะในด้านท่องเที่ยวและกีฬา - ไปส่งหนังสือ-รับหนังสือที่ศาลากลาง - ควบคุมสถานที่นักเรียนท่องเที่ยวตาม โรงแรมต่างๆ ในจังหวัดชลบุรี - ลงทะเบียนหนังสือรับ/ส่ง ภายใน- ภายนอกสำนักงาน และศึกษาข้อมูลในรายงาน สามารถอิเล็กทรอนิกส์ - ร่วมโครงการที่สำนักงาน - เสริมทักษะด้านกีฬาในเขตที่เข้มาขอ ท่องเที่ยวและกีฬา	จิรศักดิ์	
8	2-4/03/63	- ส่งไปรษณีย์ - ส่งหนังสือ/ออกแจ้งหนังสือที่ศาลากลาง - เสริมทักษะในด้านท่องเที่ยวและกีฬา - ร่วมโครงการที่สำนักงาน - ถ่ายเอกสาร/สแกนเอกสาร - ลงทะเบียนหนังสือรับ/ส่ง ภายใน-ภายนอก สำนักงาน - ศึกษาข้อมูลในรายงานสามารถอิเล็กทรอนิกส์ ท่องเที่ยวและกีฬา	จิรศักดิ์	
9	9-19/03/63	- ถ่ายเอกสาร สแกนเอกสาร - เสริมทักษะในด้านท่องเที่ยวและกีฬา, แพคเกจทัวร์และคู่มือท่องเที่ยวที่สำนักงาน - ร่วมโครงการที่สำนักงาน - ลงทะเบียนหนังสือรับ/ส่ง ภายใน-ภายนอก และศึกษาข้อมูลในรายงานสามารถอิเล็กทรอนิกส์ - ส่งรายงานท่องเที่ยวและกีฬาที่จังหวัดชลบุรี - ปิดหนังสือรับ-ส่งเอกสาร	จิรศักดิ์	





แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1	๒-๑๖ ส.ค. ๒๕๖๓	<p>สังเกตเอกสารสำรวจนักท่องเที่ยวไปโรงแรมต่างๆ</p> <p>ฝึกฟังเพลงวงในวงประชุม ที่บ้าน บริเวณวัดศึกษา</p> <p>ออกทำกิจกรรม ที่โรงแรมประชุม สักเวลาเอาของที่</p> <p>เอาที่ขอยืม</p> <p>ทำใบส่งของที่ทางเพื่อแบ่งไปแจกที่หมู่บ้าน</p> <p>เงิน ๒๖๖๖๖ และ ๖๖๖๖๖ ไปกับผู้ควบคุมทีม</p> <p>และฝึกที่ทางที่จะรับมอบงาน</p> <p>- ดูเอกสารต่าง เพื่อออกเที่ยวชมวัด วิบตงใน</p> <p>ต้นทอน</p> <p>- เก็บงานหมดแล้ว (งานที่ได้รับมอบหมาย)</p> <p>- ทำเอกสารจดจำในสำนักงาน ไปส่งยังศาลากลาง</p> <p>จังหวัดชลบุรี</p> <p>- มีมติเอกฉันท์แล้ววิธีที่ดำเนินการของ</p> <p>ชลบุรี</p> <p>- ได้รับความรู้เรื่องข้อควรปฏิบัติ</p> <p>- ฝึกปฏิบัติควบคุมและฝึกที่งานในวง</p> <p>มอบสื่อสำนักงาน และเงินส่งมอบ</p> <p>ที่ศาลากลางจังหวัดชลบุรี</p> <p>- ทำเอกสาร</p> <p>- ทำงบรายจ่าย</p>	79	
			นันทน์ ชลรัตน์	











แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
๕	๗-๑๔ ก.พ. ๒๕๖๓	เดินป่าทิวเขาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง		
	(วันที่ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒)	ทำกิจกรรมจิตอาสา		
		ล้างห้องน้ำ		
		ทำกระดาษรีไซเคิล		
		ทำขนมปัง		
		สวนสมุนไพร		
		นำผักกาดขาวไปส่งที่ศูนย์		
		บริจาคผักกาดขาวที่ศูนย์		
		นำผักกาดขาวไปส่งที่ศูนย์		
		บริจาคผักกาดขาวที่ศูนย์		
		ไปศึกษาเรียนรู้ชุมชนที่ศูนย์		
		ที่ FROST Magic of sism		
		เล่นกีฬา		
		อ่านเอกสาร		
		ทำกระดาษรีไซเคิล	จันทร์ มีระริ	





แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
4	9A-28 ก.พ. 63	<p>วิธีช่างทอผ้าของ ทาง ร.เจ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เปิดใจ , เรียนรู้ที่สวนทอผ้า ประชาราชาธิราช</li> <li>- คุยกับแม่ค้าในร้านขายผ้าของแม่ค้า</li> <li>- ทำชอล์ก</li> <li>- ถักผ้า</li> <li>- เย็บผ้า</li> <li>- สอยผ้า</li> <li>- ไขว้ไกศัลยกรรม</li> <li>- ออกไปขายผ้าที่ตลาดกลางจังหวัด</li> <li>- ไปเรียนรู้การทำขนมที่ร้านทำขนม</li> <li>- คุยกับแม่ค้า , แม่ค้าที่ร้าน</li> <li>- ไปดูการทำขนม</li> <li>- ทำขนมเค้ก , คุกกี้</li> <li>- ดูจุดขาย</li> </ul>	นางณัฐณี	









## ประวัติผู้จัดทำ



นายจิระศักดิ์ ไชยรบ

ปัจจุบันศึกษาอยู่ที่ มหาวิทยาลัยสยาม

ชั้นปีที่ 4 คณะศิลปศาสตร์

ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการบริการ

สาขาการท่องเที่ยว



นายนันณภัชสรณ์ วงศ์ธรรมชัย

ปัจจุบันศึกษาอยู่ที่ มหาวิทยาลัยสยาม

ชั้นปีที่ 4 คณะศิลปศาสตร์

ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการบริการ

สาขาการท่องเที่ยว