

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชน
ตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As
Thai Tourist's Opinion toward Level of Problem Effecting Tourism in
Talad Noi Community Samphanthawong District, Bangkok
Following the 6As Tourism Components

วันทิกา หิรัญเทศ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: wuhiru@rpu.ac.th

Wuntika Hirunthet

Lecturer, Department of Tourism Industry,

Faculty of Business Administration, Rajapruk University

รับเข้า: 7 ตุลาคม 2564 แก้ไข: 10 ตุลาคม 2564 ตอรับ: 12 พฤศจิกายน 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และประสบการณ์การท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว ชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมานประกอบด้วยสถิติทดสอบทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As โดยภาพรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เป็นปัญหาในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ระดับปานกลาง 2 ด้าน

ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวและด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และระดับน้อย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้ต่อเฉลี่ยเดือน และประสบการณ์การท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความคิดเห็น ระดับปัญหา องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ชุมชนตลาดน้อย

Abstract

This research aims to 1) study Thai tourist's opinions on the Level of problems affecting tourism in Talad Noi Community Samphanthawong District, Bangkok, following the 6As tourism components 2) compare Thai tourist's opinions on the level of problems affecting tourism in this area by gender, age, occupation and income variable and 3) compare their opinion by travel experiences variable. The sample used in this study comprises 400 people selected randomly by Convenient Random Sampling. The tool for collecting data is a questionnaire. The data were analyzed by descriptive statistics for frequency, percentage, mean and standard deviation and by inferential statistics for t-test and one-way ANOVA.

The result of the study found that Thai tourists' opinions on Level of problems affecting tourism in Talad Noi Community Samphanthawong District, Bangkok, following the 6As tourism components about amenities, and activities were high level. Attraction and accommodations were fair levels and accessibility and ancillary services were Low levels.

The significant statistic number of comparing the opinions of Thai tourists about The problems affecting tourism in the opinion of Thai tourists toward traveling in Talad Noi Community Samphanthawong District, Bangkok by gender and age are difference at .05 and by occupation, income and travel experiences are difference at .05.

Keywords: opinion, level of problems, tourism components, Talad Noi community

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำเงินเข้าประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าสภาพเศรษฐกิจของประเทศจะยังไม่กระเตื้องขึ้นก็ตาม ในปี 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.01 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.37% เมื่อเทียบกับปี 2561 (สำนักข่าวอิศรา, 2563: ออนไลน์) ฝ่ายวางแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ.2562 โดยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สมดุลและทั่วถึงผ่านการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า (Value for Experience) และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Local Thai Experience) ผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ททท. จะสานต่อการทำงานร่วมกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ทั้งต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ตั้งแต่ชุมชน ท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว พัฒนาความรู้ด้านการตลาด สร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ชุมชน รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดทางการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าและคำนึงถึงระบบนิเวศโดยรอบ ร่วมกับภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ, 2561: ออนไลน์) โดยหนึ่งในหน่วยงานที่ ททท.ทำงานร่วมกันมาโดยตลอดนั้น ก็คือ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. มีบทบาท ภารกิจที่สำคัญในการบริหารจัดการพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดความสมดุลในมิติเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมภายใต้แนวคิด “ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์” ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ประชาชน หน่วยงานทั่วไป ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการที่ อพท. ได้รับมอบหมายจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้เร่งหาทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชุมชนให้มากขึ้น โดยได้พัฒนาชุมชนต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้มากขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ 14 ชุมชนขยายออกไป 80 ชุมชนให้ชัดเจนมากขึ้น และร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อพท. ยังกล่าวอีกว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนไม่ได้ทำขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาเพื่อผู้อยู่ในชุมชนนั้น ๆ เอง รวมถึงสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ที่มีเฉพาะชุมชนตนเอง ซึ่งถือเป็นความภาคภูมิใจหนึ่งที่จะเกิดขึ้นด้วย (มติชนออนไลน์, 2562: ออนไลน์) ซึ่งชุมชนที่มีความน่าสนใจและมีสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนที่น่าสนใจและชื่นชมกับ

บรรยากาศและกลิ่นอายของวิถีชีวิตท้องถิ่น ได้แก่ ชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับบรรยากาศท่องเที่ยวชุมชนชาวจีน ที่แทรกตัวอยู่ท่ามกลางความเจริญของเมืองหลวง และสามารถเดินชมและแวะถ่ายภาพเก็บความประทับใจและความสวยงามที่ยังคงเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนได้เป็นอย่างดี (สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว, 2562: ออนไลน์)

ชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนของชาวจีนที่มีความเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรีที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ชาวบ้านในชุมชนตลาดน้อยจึงรวมตัวกันเพื่อรักษาถิ่นที่อยู่ด้วยกลยุทธ์การพัฒนาให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้วยการเสริมจุดขายด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมอันเข้มแข็งของชาวไทยเชื้อสายจีนที่สืบทอดกันมานาน ตลาดน้อยยังรักษาวัฒนธรรมประเพณีจีนเก่าแก่ไว้เหนียวแน่น อย่างเช่น เทศกาลกินเจที่ได้รับความนิยมอย่างมากในทุกปี บรรยากาศเก่าอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนกับวิถีชีวิตยุคใหม่ เปรียบเสมือนไชน่าทาวน์แบบย่อส่วน แต่ปัญหาของชุมชนเก่าในเมืองใหญ่ก็คือความเจริญที่พัฒนารุกไล่จนอาจหลงเหลือเพียงแค่ชื่อ พอโครงการการลงทุนใหญ่ยักษ์ริมน้ำเจ้าพระยาผุดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เริ่มมีคนต่างชาติและคนไทยจากถิ่นอื่นเข้ามาเปิดร้านค้าขาย คนในพื้นที่เองเริ่มย้ายออก ชาวตลาดน้อยจึงเกิดการร่วมมือกันระหว่างชุมชนคนรักตลาดน้อย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ สถาบันอาศรมศิลป์จัดตั้งโครงการย่านจีนถิ่นบางกอกเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม คุณค่าของวิถีชีวิต ประเพณี สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดย 1) เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับท้องถิ่น ได้แก่ กิจกรรมการเดิน เพราะช่วยให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในพื้นที่นานขึ้น มองเห็นรายละเอียด รู้จักชุมชนมากขึ้น โดยตลาดน้อยเชิญนักวิชาการท้องถิ่นหรือคนในพื้นที่มาเป็นวิทยากร มีกิจกรรมการเรียนรู้สอนเขียนตัวหนังสือจีน จัดสอนทำบ๊ะจ่าง และชุมชนยังร่วมกับ ททท. เชิญนักธุรกิจด้านการท่องเที่ยว มา เพื่อให้เห็นความพร้อมของตลาดน้อย 2) ปรับปรุงพื้นที่และซ่อมแซมอาคารเก่าเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยว 3) ข้อมูลดีมีผลพลอยได้ เน้นให้คนในชุมชนรู้จักประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของตัวเอง รักในพื้นที่มากขึ้น และสามารถนำไปต่อยอดเพื่อรองรับการท่องเที่ยว 4) ทำ App แผนที่ สมาร์ทดิस्टริค (พรรคชาติไทยพัฒนา, 2561: ออนไลน์)

จากการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวส่งผลดีในแง่ของการสร้างรายได้ ขณะเดียวกันก็อาจส่งผลเสียได้หากมีการจัดการที่ไม่ดีพอ เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นการสร้างประสบการณ์ผ่านบริการจากภาคธุรกิจ อาทิ ที่พักแรม และร้านอาหาร ซึ่งต้องใช้สาธารณูปโภคในพื้นที่ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวแบบกระจุกตัว อาจส่งผลกระทบต่อด้านลบไปยังส่วนที่เกี่ยวข้องได้ในหลายแง่มุม สถานการณ์ดังกล่าวเรียกว่า Overtourism ทำให้เกิดผลกระทบ คือ 1) รบกวนคนท้องถิ่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น อาจก่อความวุ่นวายจากการส่งเสียงดังหรือการเดินทางด้วยยานพาหนะต่าง ๆ จนเกิดการจราจรติดขัด 2) ลดความประทับใจของ

นักท่องเที่ยว จากการรอคิวเพื่อใช้บริการต่าง ๆ นานขึ้น ความอึดอัดจากปริมาณคนหนาแน่นทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวังไว้ 3) ค่าครองชีพสูงขึ้น ตามราคาสินค้าและบริการที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น อันเนื่องมาจากความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 4) สาธารณูปโภคไม่เพียงพอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องใช้สาธารณูปโภคร่วมกันกับคนในท้องถิ่น หากสาธารณูปโภคขยายตัวไม่ทัน สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือมีการจัดการที่ไม่ดีพอ จะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตด้านท่องเที่ยวและกระทบคนในท้องถิ่น 5) สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเสื่อมโทรม หากนักท่องเที่ยวมากเกินไปเกินความสามารถในการรองรับของทรัพยากรธรรมชาติย่อมทำให้เกิดการเสื่อมโทรม นอกจากนี้ ผลต่อเนื่องจากการจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจทำให้แหล่งน้ำเสื่อมโทรมและขาดแคลนน้ำสะอาด และ 6) มรดกและวัฒนธรรมดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทำให้การดูแลให้ทั่วถึงทำได้ยากและเสี่ยงต่อการถูกทำลาย รวมถึงการเข้ามาของวัฒนธรรมใหม่ที่อาจทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเปลี่ยนไป (อารยา จันทรสกุล, 2561: ออนไลน์)

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวพบปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยว ชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเมื่อศึกษาสถิติย้อนหลังของกรุงเทพมหานคร และพิจารณาถึงรายละเอียดของผู้เยี่ยมเยือนตั้งแต่ปี พ.ศ.2561-2563 จะพบว่าทั่วราชอาณาจักรและกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไปในทางเดียวกัน คือ เป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564: ออนไลน์) ซึ่งหากมีงานวิจัยดังกล่าว จะทำให้ชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร พบสภาพปัญหาที่แท้จริง และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาปรับปรุงและพัฒนาการจัดการองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นต่อไป สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และนำเงินตราเข้ามาสู่ท้องถิ่นเป็นการพัฒนาประเทศระดับรากหญ้าสร้างการกินดีอยู่ดีของประชาชนในท้องถิ่นอีกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As จำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552: ออนไลน์) กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ 1) การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้ 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิมโดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้เวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน และ 3) ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6As)

Buhalis (2000) และ J. Pelasol (2012) (อ้างถึงใน อมราวดี คำบุญ และ ดลฤทัย โกวรรณะกุล, 2556: 9) กล่าวว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)
- 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)
- 4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)
- 5) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations)
- 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

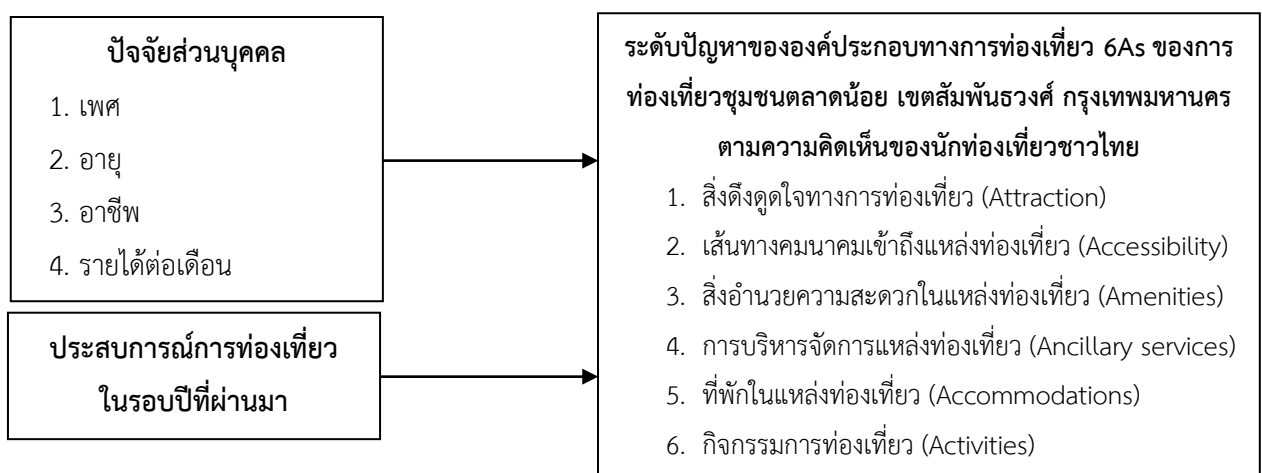
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภูมิ ภูติมหาตมะ (2558) วิจัยเรื่อง จินย่านตลาดน้อย: ศรัทธาและเศรษฐกิจการค้าแห่งจินสยาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สำนวน รวบรวมองค์ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมในชุมชนชาวจินย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร โดยเสนอว่า จินย่านตลาดน้อยเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายในมิติต่าง ๆ ทั้งตามภาษาจีนถิ่น กลุ่มอาชีพ และโดยเฉพาะความเชื่อทางศาสนา พัฒนาการของจินย่าน ตลาดน้อยเริ่มต้นจาก กลุ่มชาวจีนฮกเกี้ยน และกลุ่มชาวจีนฮากกาที่เข้ามา

สร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ตามมาด้วยกลุ่มชาวจีนไหหลำที่เข้ามาสร้างความคึกคักให้กับการค้าในย่านตลาดน้อยภายหลังการเปิดประเทศของสยาม กลุ่มชาวจีนเหล่านี้มีความเชื่อในเทพเจ้าและตั้งศาลเจ้าเฉพาะกลุ่มจีนถิ่นของตนขึ้นในชุมชน ในขณะที่เครือข่ายชาวจีนแต้จิ๋วส่วนใหญ่ในย่านตลาดน้อยเกิดขึ้นที่วัดแม่พระลูกประคำ (กาลหว่าร์) อย่างเด่นชัด ชาวจีนแต้จิ๋วกลุ่มใหญ่กลุ่มนี้คือคริสตังจีน ดังนั้นบทบาทของกลุ่มชาวจีนแต้จิ๋วในย่านนี้จึงดำเนินไปควบคู่กับบทบาทของกลุ่มคริสตังจีน อย่างแยกไม่ออก จีนย่านตลาดน้อยจึงเป็นจีนที่ไม่ได้มีบทบาทแต่เพียงขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าของกรุงเทพมหานครเท่านั้น หากแต่ยังมีบทบาทสำคัญในการผลักดันงานเผยแพร่งานศาสนาคริสต์ให้กว้างขวางออกไปทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด นอกจากนี้ ยังสามารถจัดตั้งสถานศึกษาของลูกหลานชาวจีนและองค์กรสังคมสงเคราะห์ขึ้นอย่างโดดเด่นในย่าน อันเป็นรากฐานในการก้าวไปสู่ระบบสังคมเมืองสมัยใหม่

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2561) วิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้แก่ ด้านนันทนาการ ด้านลักษณะของสถานที่ ด้านบรรยากาศของสถานที่ ด้านธรรมชาติ และด้านการคมนาคม สำหรับช่องทางการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สื่อแบบดั้งเดิม (คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน และโทรทัศน์) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เฟซบุ๊กไลน์) และในการพัฒนาศักยภาพการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน รวมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและส่งเสริมความรู้และทักษะให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2563 จำนวน 18,795,401 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564: ออนไลน์) เนื่องจากไม่มีการเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร จึงไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน ดังนั้น การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จึงคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549: 74) จำนวน 385 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกินไว้เพื่อกรณีแบบสอบถามที่ได้กลับมาไม่มีความสมบูรณ์ตามที่กำหนดไว้ และเมื่อตรวจสอบแล้วมีความสมบูรณ์รวม 400 ฉบับ จึงนำมาใช้งานทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ซึ่งตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การท่องเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) 5) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) และ 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยนำผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การท่องเที่ยว วิเคราะห์ด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 3) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และประสบการณ์การท่องเที่ยว ใช้ค่า t-test กรณี 2 กลุ่มและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) กรณี 3 กลุ่ม และมากกว่า

ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As โดยภาพรวมเป็นปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เป็นปัญหาในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้าน

กิจกรรมการท่องเที่ยว และปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ เป็นปัญหาในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และปัญหาด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และเป็นปัญหาในระดับน้อย 2 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และปัญหาด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

1.1 ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยภาพรวม เป็นปัญหาในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ชุมชน และผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านภาษา เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

1.2 ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม เป็นปัญหาในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ถนน เส้นทางเข้าชุมชนตลาดน้อยมีความคับแคบ การจราจรติดขัด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

1.3 ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม เป็นปัญหาในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การบริการด้านระบบการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์สาธารณะ อินเทอร์เน็ต มีน้อย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

1.4 ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม เป็นปัญหาอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์กรเอกชน ผู้ประกอบการ ขาดการสนับสนุน และความร่วมมือในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นและชุมชนขาดการสนับสนุน และการให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน

1.5 ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สภาพที่พักในแหล่งชุมชนมีความทรุดโทรม เก่า และบรรยากาศไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

1.6 ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวม เป็นปัญหาในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เส้นทางสำหรับกิจกรรมการเดินชมชุมชนตลาดน้อย คับแคบ ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As เมื่อจำแนกตามเพศชายและหญิง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัญหาด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

2.2 ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกัน

2.3 ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

2.4 ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตาม

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชน ตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As จำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยภาพรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ชุมชน และผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านภาษา เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชฎาภาทองใส และ คมสิทธิ์ สิทธิประการ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวท้องถิ่น อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวท้องถิ่นในภาพรวมมีปัญหอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ผู้ที่ทำงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวท้องถิ่น มีปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านทักษะการฟัง และด้านทักษะการพูด ตามลำดับ

2. ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมเป็นปัญหาในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ถนน เส้นทางเข้าชุมชนตลาดน้อยมีความคับแคบ การจราจรติดขัด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กนกพรรณ เทพกิจ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ปัญหาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา

จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการจราจรและสถานที่จอดรถ มีปัญหาเรื่องความแออัดของสถานที่จอดรถมากที่สุด

3. ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมเป็นปัญหาในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การบริการด้านระบบการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์สาธารณะ อินเทอร์เน็ต มีน้อย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กนกพรรณ เทพกิจ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ปัญหาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการนักท่องเที่ยว มีปัญหาเรื่องระบบการสื่อสาร เช่น ตู้ ATM อินเทอร์เน็ต มากที่สุด

4. ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมเป็นปัญหาอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์กรเอกชน ผู้ประกอบการ ขาดการสนับสนุน และความร่วมมือในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นและชุมชนขาดการสนับสนุน และการให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กรรณิการ์ ต้นตวนิช (2550) ศึกษาเรื่อง สภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ในเรื่องหน่วยงานภาครัฐ/ท้องถิ่น ขาดการสนับสนุน ความร่วมมือในการให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ มากที่สุด

5. ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมเป็นปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สภาพที่พักในแหล่งชุมชนมีความทรุดโทรม เก่า และบรรยากาศไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรสวรรค์ บุญสถิต อรจิรา สันติวรารคม และ สุทธิชัย ทองเข่ออน (2563) ศึกษาเรื่อง พอสเทล: เทรนด์ใหม่ของธุรกิจโรงแรมในยุคไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ลูกค้ามีแนวโน้มไม่ยึดติดกับรูปแบบห้องพักแบบเดิมที่นิยมใช้กันทั่วไปในธุรกิจโรงแรมแบบเดิมอีกต่อไป และหัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมยังคงเป็นเรื่องบริการ การสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้าเพื่อตอบสนองความชื่นชอบส่วนตัวของลูกค้า เช่น ดีไซน์สวย มีการผสมผสานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีสไตล์ จะสามารถตอบสนองลูกค้าได้ ผู้ประกอบการโรงแรมจึงควรตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง รวมไปถึงการส่งมอบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค

6. ระดับปัญหาของการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6As ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวมเป็นปัญหาในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ เส้นทางสำหรับกิจกรรมการเดินชมชุมชนตลาดน้อยคับแคบ ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณีฎฐยชัย บุญสด และ โฆสิต แพงสร้อย (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์ พบว่า สภาพปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้ง 4 แหล่ง ประสบปัญหาในลักษณะเดียวกันนั้นคือ ถนนภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความคับแคบและถนนบางช่วงไม่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงซ่อมแซมทำให้การสัญจรเป็นอย่างยากลำบาก ในอีกประการหนึ่งการจัดกิจกรรมที่คงรูปแบบเดิมไม่มีการปรับเปลี่ยนให้เป็นรูปแบบที่น่าสนใจทำให้เกิดการดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวได้น้อยลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวได้เรียนรู้รูปแบบการนำเสนอ นั้น ๆ แล้วทำให้ความต้องการมาเที่ยวที่เดิมลดลง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลจากการวิจัยด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ชุมชน และผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านภาษา เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นปัญหาในระดับมาก ดังนั้น ควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะ ความรู้ ด้านภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการ และคนในชุมชนที่เกี่ยวข้อง เช่น การอบรมให้ความรู้ทักษะภาษาอังกฤษ โดยเน้นทักษะการพูด การฟัง เพื่อสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ และสถาบันการศึกษา

2. ผลจากการวิจัยด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ถนน เส้นทางเข้าชุมชนตลาดน้อยมีความคับแคบ การจราจรติดขัด และ เส้นทางสำหรับกิจกรรมการเดินชมชุมชนตลาดน้อย คับแคบ ไม่สะดวก เป็นปัญหาในระดับมาก ดังนั้น สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ ผู้นำชุมชน ประชาชนภายในชุมชนที่เกี่ยวข้อง ควรประชุม วางแผน และจัดทำเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยจัดเส้นทางไม่ให้สวนทางกัน เพื่อลดปัญหา ความแออัดของนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เนื่องจากตรอก ซอย ภายในชุมชนมีความคับแคบ

3. ผลการวิจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การบริการด้านระบบการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ตมีน้อย เป็นปัญหาในระดับมาก ดังนั้น ควรเพิ่มการให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรีเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนตลาดน้อย โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันของกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ ผู้นำชุมชน และบริษัทที่ให้บริการโทรคมนาคม

4. ผลการวิจัยด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า องค์การเอกชน ผู้ประกอบการ ขาดการสนับสนุน และความร่วมมือในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นและชุมชนขาดการสนับสนุน และการให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ เป็นปัญหาในระดับน้อย แต่เป็นข้อที่นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนั้น องค์การเอกชน ผู้ประกอบการ จึงควรมีการประชุมร่วมกัน หาแนวทางปรับปรุงบรรยากาศ ทัศนียภาพของชุมชนตลาดน้อยให้เป็นระเบียบ สะอาด สวยตา และสามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันของกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ และผู้นำชุมชน

5. ผลการวิจัยด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า สภาพที่พักในแหล่งชุมชนมีความทรุดโทรม เก่า และบรรยากาศไม่เหมาะสม เป็นปัญหาในระดับมาก ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ ควรเข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสถานที่พักแรมในชุมชน ให้เป็นไปตามมาตรฐาน และสถานประกอบการควรพิจารณาปรับปรุง สภาพที่พัก การตกแต่ง บรรยากาศให้ไม่ทรุดโทรม โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันของกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ ผู้นำชุมชน และสถานประกอบการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรพิจารณาต่อยอดการวิจัยให้ขยายแนวคิดเชิงวิชาการและการนำไปใช้ด้วยการศึกษา ดังนี้

1. การศึกษาสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ในมุมมองของประชาชนในชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพปัญหาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาได้ตรงกับปัญหามากขึ้น
2. ศึกษาประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อยเพิ่มเติม เช่น การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การศึกษาประเด็นเรื่องการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาการตลาด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกพรรณ เทพกิจ. (2551). ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำ
ยามเย็นอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- กรรณิการ์ ตันติวณิช. (2550). สภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกตาม
ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2563. ค้นเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2564, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=594
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐรัชชัย บุญสุด และโสมสิต แพงสร้อย. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 22(1) มกราคม-เมษายน: 220-234.
- พรรคชาติไทยพัฒนา. (2561). ปรับท้องถิ่น ให้เป็นที่ท่องเที่ยว กลยุทธ์อนุรักษ์ชุมชนจากคนตลาดน้อย. ค้นเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.chartthaipattana.or.th>
- พรสวรรค์ บุญสถิตย์ อรจิรา สันติวรารม และ สุทธิชัย ทองเขื่อน. (2563). พอสเทล: เทรนด์ใหม่ของธุรกิจโรงแรมในยุคไทยแลนด์ 4.0. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์, 7(1) มกราคม-เมษายน: 301-317.
- ภัชญาภา ทองใส และคมสิทธ์ สิทธิประการ. (2562). ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวท้องถิ่น อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารราชพฤกษ์. 17(3) กันยายน-ธันวาคม: 129-136.
- ภูมิ ภูติมหาดมะ. (2558). จีนย่านตลาดน้อย: ศรัทธาและเศรษฐกิจการค้าแห่งเงินสยาม. Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 8(2) พฤษภาคม-สิงหาคม: 2590-2606.
- มติชนออนไลน์. (2562). ก.ท่องเที่ยวจับมือ อพท. จัดเสวนามองมิติใหม่เพื่อการท่องเที่ยวไทยที่ยั่งยืน. ค้นเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.matichon.co.th/uncategorized/news_1711192
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences. 11(1): 79-98.
- สำนักข่าวอิสรา. (2563). นักท่องเที่ยวต่างชาติปี 62 โต 4.2% จีนเข้าไทยเฉียด 11 ล้านคน. ค้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2564, จาก <https://www.isranews.org/isranews-short-news/84811-tourism.html>
- สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ. (2561). สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). ค้นเมื่อวันที่ 20

พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER073/GENERAL/DATA0000/00000064.PDF>

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). **คำนิยามของการท่องเที่ยว**. ค้นเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.tourism.go.th>

สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว. (2562). **กทม. ขนชมเส้นทาง ชีตั่ววร์ กรุงเทพฯ ย่านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์**. ค้นเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.bangkok.go.th/cstd>

อมราวดี คำบุญ และ ดลฤทัย โกววรรณกุล. (2556). **การประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็ก อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. 8(2) กรกฎาคม-ธันวาคม: 3-22.

อารยา จันทร์สกุล. (2561). **Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน**. ค้นเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ReasearchPaper/Overtourism.pdf>