



คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช



เอกสารสืบเนื่องจากการประชุม  
(Proceedings)

การประชุมวิชาการ

# ครุศาสตร์วิชาการ

ครั้งที่ 12

" การศึกษาฐานสมรรถนะในยุค  
*New Normal* "

มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์  
และวิทยาศาสตร์



25-26 ธันวาคม 2564

คณะครุศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

การศึกษาฐานสมรรถนะ  
ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คณะกรรมการที่ปรึกษากองบรรณาธิการ	ก
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความ (Reviewer)	ข
สาส์นจากคณบดี	ค
สารบัญ	ง
<b>กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์</b>	
การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา บ้านหาดส้มแป้น จังหวัดระนอง กัญญาณัฐ โพธิ์ศิรี และปริญญา หรุ่นโพธิ์	1
ความสัมพันธ์ของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางบินภายในประเทศ สุรีย์พร ดิษฐ์สุวรรณ บวร คงแนวดี ศศิมาพร สุวรรณภักดี และพัฒนะ ธนภฤตพุดนิเมธ	15
การวิเคราะห์ทอภิมานงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา อิสระ ทองสามสี และกัญยปริญ ทองสามสี	24
การศึกษาประสิทธิภาพคอนเทนต์วิดีโอที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อในช่วงการแพร่ระบาดของ โควิด-19 กรณีศึกษา: คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยมหิดล ศิริรัตน์ วิทยาคุณสถิต	34
แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ย่านเมืองเก่าสงขลา พิมพ์ชนก ไชยชนะ และชาคร ประพรหม	44
การศึกษาความเป็นได้และพัฒนาแผนธุรกิจสำหรับอาหารทานเล่นประเภททอดเพื่อพัฒนาชุมชน จิรภัทร คัมภีรานนท์ ชาคริต ศรีทอง อรวีภา ศรีทอง ประจวบ ตีบุตร และสุวิทย์ ฉุยฉาย	52
การศึกษากลวิธีสร้างอารมณ์ขันในบทละครนอกพระราชนิพนธ์เรื่องสังข์ทอง อรทัย ชันไท	62



# การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12 การศึกษาด้านสมรรถนะ ในยุค New Normal 25-26 ธันวาคม 2564

การวิเคราะห์ห่อภิมานงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว

OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา

Meta-Analysis: Demographic and Social Characteristics of Thai Tourists  
Affecting Image Perception of OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities,  
Songkhla Province

อิสระ ทองสามสี\*

Isara Tongsamsi\*

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Songkhla Rajabhat University, Faculty of Humanities and Social Sciences

E-mail: isara8391@gmail.com

กัญยปริณ ทองสามสี

Kanyaprin Tongsamsi

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Prince of Songkla University, Faculty of Humanities and Social Sciences,

E-mail: kanyaprin.s@psu.ac.th

## บทคัดย่อ

ในปี พ.ศ.2561 รัฐบาลไทยได้ประกาศยุทธศาสตร์ใหม่เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยใช้เสน่ห์ของวิถีชีวิตชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายใต้โครงการ “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ห่อภิมานงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ.2563 จำนวน 10 เรื่อง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Practical Meta-Analysis Effect Size Calculator โปรแกรม Jamovi และโปรแกรม R ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะทางประชากรและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา โดยพิจารณาจากค่าขนาดอิทธิพลจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สถานภาพสมรส (.33) อาชีพ (.29) อายุ (.28) รายได้ (.27) การศึกษา (.26) และเพศ (.21) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว; ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี; การวิเคราะห์ห่อภิมาน



มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์

การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

การศึกษาฐานสมรรถนะ  
ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

## Abstract

The Thai government unveiled a new policy in 2018 to boost rural tourism by encouraging locals to promote the charm and distinctive goods of their communities. "OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities or Community Tourism Otop Nawat Witee" was named of the project. The goal of this study was to look at the perceptions of Thai visitors visiting Songkhla province based on their personal characteristics. This was a meta-analysis-based quantitative research synthesis. In the year of 2020, ten survey research studies in Songkhla province were recruited. The metafor package in R, the Jamvoi software, and the practical meta-analysis effect size calculator were used to examine the studies. Based on the meta-analysis, the findings showed that personal factors affecting with the perception of Thai tourists ordered by highest effect size as follows: marital status (.33), occupation (.29), age (.28), income (.27), education (.26), and sex (.21), respectively.

**Keywords:** Perception of Tourism Image; OTOPI Inno-Life Tourism-Based Communities; Meta-Analysis

## บทนำ

โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่สืบเนื่องมาจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยการขายสินค้าอยู่ในชุมชนที่มาจากการท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์แปลงเป็นรายได้ ทั้งนี้ครอบครัวและลูกหลานยังอยู่ร่วมกัน ไม่ต้องแข่งขัน นำผลิตภัณฑ์ออกไปขายนอกชุมชน เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ชวนกันคิด ชวนกันทำ ผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชน ที่มีเสน่ห์ดึงดูด และมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน (Community Development Department, 2018)

จังหวัดสงขลาถือได้ว่าเป็นอีกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจแวะมาสัมผัสเสน่ห์ความงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อาหารการกิน และวิถีชีวิตเรียบง่ายที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดสงขลาซึ่งนับได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำ เกิดความประทับใจ และอยากมาเยือนจังหวัดสงขลาอีกครั้ง โดยจังหวัดสงขลาได้ดำเนินงานตามโครงการชุมชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ราชบุรี

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ราชบุรี

การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

การศึกษาฐานสมรรถนะ  
ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจำนวน 39 ชุมชน ใน 16 อำเภอ (Provincial Community Development Office of Songkhla, 2018) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดสงขลา จำนวน 10 ชุมชน ใน 8 อำเภอ ในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการอื่น ๆ จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรและสังคม แล้วเสร็จจำนวนทั้งสิ้น 10 เรื่อง เผยแพร่ในรูปแบบของบทความวิจัยในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านศิลปศาสตร์ ครั้งที่ 5: ศาสตร์บูรณาการงานวิจัยเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เมื่อวันที่ 16-17 กรกฎาคม 2563 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of consumer behavior) นำเสนอว่าลักษณะทางประชากร รวมถึงปัจจัยทางจิตวิทยาสังคมของนักท่องเที่ยว เช่น แรงจูงใจ ค่านิยม ความเชื่อ และแบบการดำเนินชีวิต มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดการรับรู้ถึงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Rasoolimanesh, Jaafar, Marzuki, & Abdullah, 2019) โดยคุณลักษณะทางประชากรและสังคม (Demographic and social factors) ของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ (Gender) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Educational level) สถานภาพการสมรส (Marital status) อาชีพ (Occupation) ระดับรายได้ (Income level) และวงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle) เป็นต้น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Kara & Mkwizu, 2020; Kifworo, Okello, & Mapelu, 2020)

การวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยทั้ง 10 เรื่องข้างต้นด้วยการวิเคราะห์ทอภิมาน (Meta-analysis) โดยใช้วิธีการทางสถิติมาสังเคราะห์งานวิจัยที่มีโจทย์การวิจัยเดียวกัน มีงานวิจัยแต่ละเรื่องเป็นหน่วยของการวิเคราะห์แล้วแปลงให้เป็นหน่วยมาตรฐานเดียวกันเพื่อให้สรุปรวมเข้าด้วยกันได้ ซึ่งช่วยทำให้ได้ข้อสรุปงานวิจัยที่เป็นความรู้ใหม่จากที่มีอยู่เดิม และช่วยชี้แนะงานวิจัยลักษณะใดที่ได้ดำเนินการวิจัยแล้ว และเป็นการป้องกันการทำวิจัยซ้ำซ้อน (Cooper, Hedges, & Valentine, 2019) เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา อันนำไปสู่การปรับปรุงและการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ OTOP ภายในชุมชนให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ทอภิมานงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา

### ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ คือ งานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา ซึ่งมีการรายงาน



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ราชบุรี

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ราชบุรี

การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

การศึกษานานสมรรถนะ  
ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

ค่าสถิติที่จำเป็นเพียงพอสำหรับการแปลงค่าสถิติเหล่านั้นให้เป็นค่าขนาดอิทธิพล ได้แก่ ขนาดตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบที และค่าสถิติทดสอบเอฟ จำนวน 10 เรื่อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสรุปลักษณะงานวิจัยที่พัฒนาโดยผู้วิจัย แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัย ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย และข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ นำแบบสรุปลักษณะงานวิจัยไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียน การสอนในระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงและความครบถ้วนของเนื้อหา (Content validity) แล้วปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงทดลองใช้แบบสรุปลักษณะงานวิจัยกับ งานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา จำนวน 1 เรื่อง โดยให้คณะผู้วิจัยประเมินงานวิจัย เรื่องดังกล่าว เพื่อพิจารณาความถูกต้องของแบบสรุปลักษณะงานวิจัย เมื่อพบว่ามีความไม่สอดคล้อง ระหว่างคณะผู้วิจัย จึงได้นำผลไปปรับปรุงแบบสรุปลักษณะงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การรวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกข้อมูลลงในแบบสรุปลักษณะงานวิจัยที่สร้างขึ้น ลงรหัส และ เตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแปลงค่าสถิติต่าง ๆ ให้เป็นค่าขนาดอิทธิพลใช้โปรแกรม Practical Meta-Analysis Effect Size Calculator (Wilson, n.d.) การพรรณนาข้อมูลคุณลักษณะของงานวิจัย โดยใช้ค่าสถิติ จำนวน และร้อยละ การวิเคราะห์ห่อภิมาณด้วยโปรแกรม Jamovi (The jamovi project, 2020) และโปรแกรม R (R Core Team, 2019) ประกอบไปด้วยการรวมผลเข้าด้วยกัน (Pooled effect size) ด้วยโมเดลแบบสุ่ม (Random effect model) เพียงอย่างเดียวทั้งนี้เพื่อตัดปัญหา Heterogeneity ของงานวิจัยที่อาจปรากฏขึ้น โดยนำเสนอในรูปแบบกราฟ Forest plot การประเมินความต่างแบบกันใช้ค่าสถิติ  $I^2$  และ Q-test (p-value) และการตรวจสอบอคติจากการตีพิมพ์ใช้ค่าสถิติ Egger's test การตีความค่าขนาดอิทธิพล หากมีค่าใกล้เคียง หรือไม่เกิน .3 แสดงว่ามีอิทธิพลน้อย หากมีค่าใกล้เคียงหรือไม่เกิน .6 แสดงว่ามีอิทธิพลปานกลาง และหากมี ค่าใกล้เคียงหรือเกิน .6 แสดงว่ามีอิทธิพลมาก

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัย

งานวิจัยทั้ง 10 เรื่อง ตีพิมพ์เผยแพร่ พ.ศ.2563 คิดเป็นร้อยละ 100.0 ค่าเฉลี่ยขนาดตัวอย่าง 96 คน ขนาดตัวอย่างน้อยสุด 60 คน สูงสุด 116 คน การสุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นแบบเจาะจง คิดเป็นร้อยละ 100.0 สถานที่ทำวิจัยเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในอำเภอสิงหนคร และอำเภอเมืองสงขลา อำเภอละ 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.0 ของแต่ละอำเภอ อำเภอนาหม่อม อำเภอระโนด อำเภอบางกล่ำ อำเภอจะนะ อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา อำเภอละ 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10.0 ของแต่ละอำเภอ



# การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

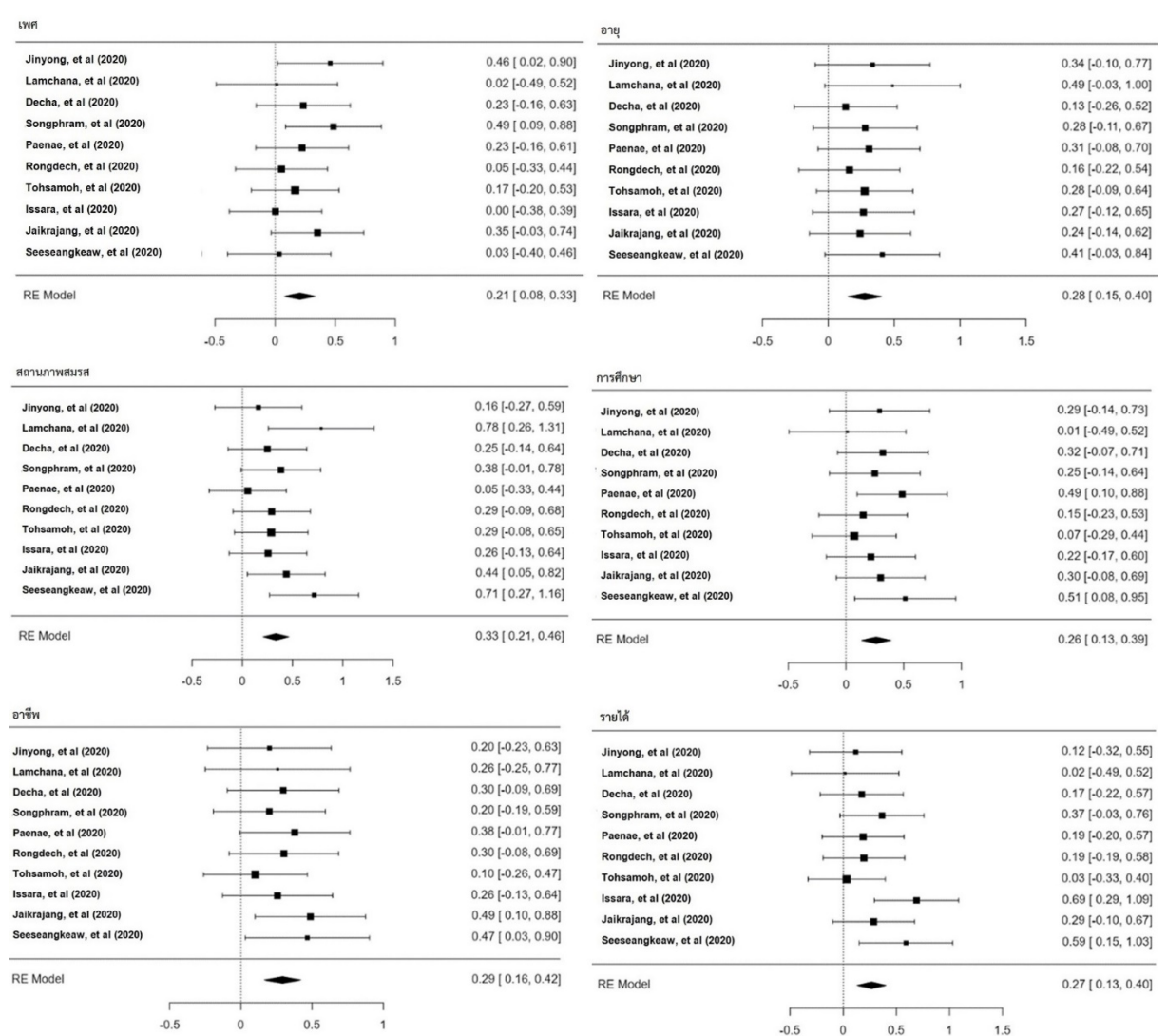
## การศึกษานานสมรรถนะ

### ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

2. การวิเคราะห์ถ้อยความงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของผลจากรายงานวิจัย 10 เรื่อง จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าไม่มี Heterogeneity และไม่มีอคติจากการตีพิมพ์ การวิเคราะห์ถ้อยความด้วย Random effect model เกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลระดับน้อยต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ดังภาพที่ 1 และตารางที่ 1



ภาพที่ 1 กราฟ Forest plot คุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา



# การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

## การศึกษาด้านสมรรถนะ

### ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์อภิमानงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา จำนวน 10 เรื่อง

คุณลักษณะทางประชากรและสังคม	ความแตกต่างของผลจากรายงานวิจัย	อคติจากการตีพิมพ์ (Egger's test)	ขนาดอิทธิพลเฉลี่ย	การตีความค่าขนาดอิทธิพล
เพศ	Q=6.651, p<.673, I <sup>2</sup> =0.0%	.206 (p=.836)	.21 (p<.001)	น้อย
อายุ	Q=2.028, p<.991, I <sup>2</sup> =0.0%	1.059 (p=.290)	.28 (p<.001)	น้อย
สถานภาพสมรส	Q=9.103, p<.428, I <sup>2</sup> =1.13%	2.026 (p=.043)	.33 (p<.001)	น้อย
การศึกษา	Q=5.064, p<.829, I <sup>2</sup> =0.0%	-.003 (p=.997)	.26 (p<.001)	น้อย
อาชีพ	Q=3.257, p<.953, I <sup>2</sup> =0.0%	.271 (p=.786)	.29 (p<.001)	น้อย
รายได้	Q=10.213, p<.333, I <sup>2</sup> =11.88%	-.030 (p=.976)	.27 (p<.001)	น้อย

#### การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา ทั้งในด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว ความมีอัตลักษณ์โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ความมีเสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ความโดดเด่นน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ OTOP ในชุมชน ความเป็นมิตรของผู้คนในชุมชน ความหลากหลายของกิจกรรม และโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชน ความเพียงพอของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ในชุมชน การบริการที่สุภาพเป็นกันเองของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน การมีตราสัญลักษณ์และสโลแกนที่บ่งบอกถึงความโดดเด่นของชุมชน การมีจุดบริการในหมู่บ้านเพื่อให้คำแนะนำและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ แม้ว่าจะมีอิทธิพลระดับน้อยก็ตาม

ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wanchitna, & Rattanaphan (2018) เรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้การท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 งานวิจัยของ Kingkan, Rungruengrat, Tayang, & Yuenthon (2019) เรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านรูปแบบการจัดงานด้านกิจกรรมภายในงานและด้านสิ่งดึงดูดแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kovacic, Margrit, lonce, & Miljkovic (2020) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากการรับรู้ถึงความเสี่ยง มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวโรมาเนียและเซอร์เบียหลังน้ำท่วมและไฟป่าครั้งล่าสุดในกรีซ ที่พบว่า





มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

การศึกษานานสมรรถนะ  
ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

นักท่องเที่ยวเพศหญิงรับรู้ถึงความเสี่ยงมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงมีความระมัดระวังในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาน้อย และนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความกังวลในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวอายุน้อย แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Saardeiam (2019) เรื่องพฤติกรรมและการรับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ที่พบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพไม่มีความแตกต่างกัน และงานวิจัยของ Alnawafleh, Alghizzawi, & Habes (2019) เรื่องผลกระทบของการแนะนำแบรนด์ต่างประเทศต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจอร์แดน ที่พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรทางประชากรของนักท่องเที่ยว (เพศ ระดับการศึกษา อายุ และรายได้) ต่อการรับรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณลักษณะการท่องเที่ยวของจอร์แดน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยครั้งนี้ยังมีทั้งที่สอดคล้องและขัดแย้งกับงานวิจัยของ Neuburger, & Egger (2021) เรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 ปี 2020: กรณีศึกษาภูมิภาค DACH (เยอรมนี ออสเตรีย สวิตเซอร์แลนด์) ที่พบว่าช่วงอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เรื่อง COVID-19 การรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่เพศ สัญชาติ และการศึกษาของนักท่องเที่ยวไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว งานวิจัยของ Dodds, & Holmes (2019) เรื่องนักท่องเที่ยวชายหาด ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและดึงดูดให้กลับมาท่องเที่ยว ที่พบว่าตัวแปรอายุและการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ภาพลักษณ์และความพึงพอใจเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของชายหาดเมืองออนแทรีโอ ประเทศแคนาดา ในขณะที่เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยของ Woyo, & Slabbert (2019) เรื่องลักษณะทางสังคมและประชากรที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวภายหลังจากความวุ่นวายทางการเมืองในประเทศซิมบับเว ที่พบว่าอายุของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการรับรู้ความน่าดึงดูดใจในมิติราคาของแหล่งท่องเที่ยว ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการรับรู้ความน่าดึงดูดใจในมิติสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงง่าย บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เพศ สถานภาพสมรส และรายได้ของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความน่าดึงดูดใจในมิติใด

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการควรประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และจัดทำสื่อเพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก สอดคล้อง และครอบคลุมคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีความสนใจในการมาท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดให้เข้ามาท่องเที่ยวและซื้อสินค้า OTOP มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสงขลา รวมถึงจังหวัดอื่น ๆ โดยเพิ่มเติมตัวแปรอื่นนอกเหนือจากคุณลักษณะทางประชากรและสังคม เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การบอกต่อของนักท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยว เป็นต้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

# การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

## การศึกษานานสมรรถนะ ในยุค New Normal

### 25-26 ธันวาคม 2564

#### References

- Alnawafleh, H., Alghizzawi. M., & Habes, M. (2019). The impact of introducing international brands on the development of Jordanian tourism. *International Journal of Information Technology and Language Studies (IJITLS)*, 3(2), 30-40.
- Community Development Department. (2018). *The Guidelines of Community Tourism OTOP Nawat Witee*. Bangkok. (in Thai)
- Cooper, H., Hedges, L.V., & Valentine, J. C. (2019). *The Handbook of Research Synthesis and Meta-Analysis*. (3rd ed.). New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Decha, J. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Khlong Daen Village, Khlong Daen Sub-district, Ranot District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 612-619). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Dodds, R., & Holmes, M. R. (2019). Beach tourists; what factors satisfy them and drive them to return. *Ocean & Coastal Management*, 168(1), 158-166.
- Issara, P. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Suan Durian Village, Ko Yo Sub-district, Mueang District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 652-659). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Jaikrajang, P. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Bangye Village, Bang Klam Sub-district, Bang Klam District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 660-667). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Jinyong, K. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Chayna Village, Na Mom Sub-district, Na Mom District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 143-151). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Kara, N. S., & Mkwizu, K. H. (2020). Demographic factors and travel motivation among leisure tourists in Tanzania. *International Hospitality Review*, 34(1), 81-103.
- Kifworo, C., Okello, M., & Mapelu, I. (2020). Demographic profiling and domestic tourism participation behavior in Nairobi county, Kenya. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 155-169.



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

การศึกษาฐานสมรรถนะ  
ในยุค New Normal

25-26 ธันวาคม 2564

- Kingkan, S., Rungruengrat, N., Tayang, K., & Yuenthon, N. (2019). The Expectation and Satisfaction of Tourists towards Candle Parade at Ubonratchathani Province. In Sasithornsavapa, N. (Ed), *Proceedings of the 2<sup>nd</sup> National Academic Conference on Humanities and Social Sciences* (pp. 665-677). Bangkok, Thailand: Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai)
- Kovacic, S., Margrint, M. C., Ionce, R., & Miljkovic, D. (2020). What are the factors affecting tourist behavior based on the perception of risk? Romanian and Serbian tourists' perspective in the aftermath of the recent floods and wildfires in Greece. *Sustainability*, 12(6310), 1-23.
- Lamchana, W. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Hin Kliang Village, Tha Kham Sub-district, Hat Yai District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 604-611). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Neuburger, L., & Egger, R. (2021). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: A case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1003–1016.
- Paenae, S. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Tha Sai Village, Ko Yo Sub-district, Mueang District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 628-635). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Provincial Community Development Office of Songkhla. (2018). *OTOP Nawatwithi Tourism Community, Songkhla*. Songkhla. (in Thai)
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Marzuki, A., & Abdullah, S. (2019). Examining the effects of personal factors and travel characteristics on tourists' perceived crowding. *European Journal of Tourism Research*, 22(1), 5-19.
- R Core Team. (2019). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. (Version 3.6) [Computer software]. Retrieved June 13, 2021, from <https://cran.r-project.org/>.
- Rongdech, S. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Khao Roop Chang Village, Padang Besa Sub-district, Sadao District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 636-643). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Saardeiam, I. (2019). *Behaviors and Perceptions that Effect on Thai Tourists' Satisfaction on*



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

# การประชุมครุศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 12

## การศึกษาด้านสมรรถนะ ในยุค New Normal

### 25-26 ธันวาคม 2564

- Travelling Floating Market: A Case Study of Bangnamphung Floating Market, Phrapadaeng District, Samut Prakan Province.* Thesis for Master Degree of Hospitality and Tourism Industry Management. Bangkok: Bangkok University. (in Thai)
- Seeseangkeaw, R. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Ram Daeng Village, Ram Daeng Sub-district, Singhanakhon District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 668-676). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Songphram, R. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Tungkroug Village, Khae Sub-district, Chana District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 620-627). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- The jamovi project. (2020). *Jamovi*. (Version 1.2) [Computer Software]. Retrieved June 13, 2021, from <https://www.jamovi.org>.
- Tohsamoh, K. et al. (2020). The Perception of Thai Tourists toward OTOP Inno-Life Tourism-Based Communities: A Case Study of Donthing Village, Pak Ro Sub-district, Singhanakhon District, Songkhla Province. In Thipmonta, N. (Ed), *Proceedings of the 5<sup>th</sup> Liberal Arts National Conference* (pp. 644-651). Songkhla, Thailand: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai)
- Wanchitna, N., & Rattanaphan, P. (2018). The Perception of Thai Tourists toward Tourism in Phatthalung Province. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 10(2), 13-20. (in Thai)
- Wilson, D. B. (n.d.). *Practical Meta-Analysis Effect Size Calculator* [Online calculator]. Retrieved June 13, 2021, from <https://campbellcollaboration.org/research-resources/effect-size-calculator.html>.
- Woyo, E., & Slabbert, E. (2019). Do socio-demographic characteristics influence destination attractiveness perceptions after political turmoil: the case of Zimbabwe? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), 1-20.

ขอเชิญเข้าร่วม  
และนำเสนอผลงาน  
ระดับชาติ



มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด



คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

การประชุม  
ครุศาสตร์วิชาการ  
ครั้งที่ 12

# การศึกษาระดับอุดมศึกษา ในยุค New Normal



ศ.ดร.บึงอร เสรีรัตน์  
keynote speaker

คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

กำหนดจัดการประชุมครุศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12  
"การศึกษาระดับอุดมศึกษาในยุค New Normal"  
เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกันระหว่าง  
นักวิจัย นักวิชาการ อาจารย์ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป  
เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความก้าวหน้าทางวิชาการต่อไป

25-26  
ธันวาคม  
2564

กลุ่มสาขาที่เปิดรับ  
บทความวิจัย/บทความวิชาการ

เปิดรับบทความเพื่อนำเสนอใน 3 กลุ่มหัวข้อ  
ในรูปแบบการนำเสนอภาคบรรยาย  
(Oral Presentation)

- การศึกษา
- วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ส่งบทความวิชาการ  
บทความวิจัย

แบบฟอร์มบทความ



## แผนและปฏิทินการจัดโครงการ

- ประกาศรับผลงาน (full paper) 8-30 พฤศจิกายน 2564
- ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ 1-9 ธันวาคม 2564
- แจ้งผลการพิจารณาบทความ 10 ธันวาคม 2564
- ส่งบทความฉบับแก้ไข (full paper) 11-20 ธันวาคม 2564
- จัดทำรูปเล่ม (บทความย่อ) 22-24 ธันวาคม 2564
- วันนำเสนอผลงาน 25-26 ธันวาคม 2564
- ส่งเอกสารปรับแก้หลังนำเสนอ 15 มกราคม 2565

หมายเหตุ : จะมีการคัดเลือกผลงานนำเสนอเพื่อเผยแพร่ตีพิมพ์ลงในวารสารนาคบุตรปริทรรศน์ TC11 และวารสารวิชา TC12

- เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมครุศาสตร์วิชาการ (Proceeding) สามารถดาวน์โหลดจากเว็บไซต์การประชุมหลังจากจัดการประชุม 1 เดือน

**ฟรี...!!!**

ค่าลงทะเบียนผู้สมัครเข้าร่วมประชุมและนำเสนอผลงานวิจัย

ติดต่อสอบถาม

ดร.กตัญญูดา บางโท เบอร์โทร 091 057 9080  
อ.อรดา โอภาสรัตนาก เบอร์โทร 089 730 4384

ขอเชิญฟังการบรรยาย

การประชุมวิชาการรูปแบบออนไลน์



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช



คณะครุศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

# ครุศาสตร์วิชาการ

ครั้งที่ 12

## การศึกษาด้านสมรรถนะ ในยุค *New Normal*

โดยวิทยากร ศาสตราจารย์ ดร.บังอร เสรีรัตน์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา  
(keynote speaker)



**25 ธันวาคม 2564**

12.00-12.30

ลงทะเบียนระบบออนไลน์

14.30-15.00 น.

การบรรยายทางวิชาการ

เรื่อง การศึกษาด้านสมรรถนะในยุค *New Normal*

โดยวิทยากร ศาสตราจารย์ ดร.บังอร เสรีรัตน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

SCAN



Meeting ID: 930 9422 1219

Passcode: 357560

ลงทะเบียน

