

Received: Jan. 01, 2026 • Revised: Feb. 09, 2026 • Accepted: Feb. 10, 2026

**แรงงานเมียนมาในฐานะนักท่องเที่ยวเชิงศรัทธา:
การศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ และผลกระทบในจังหวัดเพชรบูรณ์**
**Myanmar Migrant Workers as Faith-Based Tourists:
A Study of Behaviors, Satisfaction, and Impacts in Phetchabun Province**

ปาริชาติ ยศปาน (Parichart Yotpan)¹
จีรนนท์ ขวาลสันตติ (Cheeranun Chawalsantati)¹
มีน ซู ไข่ง (Myint Zu Khaing)²
สพลเชษฐ์ ประชุมชัย (Sapolachet Prachumchai)^{2*}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรม รูปแบบกิจกรรม และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเทศไทย 2) ประเมินระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา 3) ศึกษาการรับรู้ต่อบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมในระดับท้องถิ่น และ 4) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา การวิจัยใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างแรงงานชาวเมียนมา 227 คน ในจังหวัดเพชรบูรณ์ซึ่งมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงศรัทธา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบค่าที ความแปรปรวนทางเดียว สหสัมพันธ์สเปียร์แมน และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมหลักคือการเยี่ยมชมวัดและการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ความพึงพอใจต่อกิจกรรมอยู่ในระดับสูง ขณะที่ความพึงพอใจต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง เพศ ระดับการศึกษา และรายได้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงมีความพึงพอใจต่ำกว่า การค้นพบนี้ไม่เพียงให้หลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุนกรอบแนวคิด Pilgrim–Tourist Continuum และ Migrant as Tourist ของ Cohen (1992) เท่านั้น แต่ยังขยายความเข้าใจใน มิติทางสังคมวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Zhang et al., 2020) และพลวัตของเศรษฐกิจฐานราก ที่ขับเคลื่อนโดยกลุ่มประชากรเฉพาะ ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม และ การพัฒนานโยบายสาธารณะที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาให้เป็นเครื่องมือสร้างความอยู่ดีมีสุขทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับชุมชน โดยเฉพาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีพลวัตการย้ายถิ่นสูง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา, แรงงานข้ามชาติชาวเมียนมา, เศรษฐกิจท้องถิ่น, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

¹ งานวิเทศสัมพันธ์และสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

International Affairs and Language Institute, Phetchabun Rajabhat University

² สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

English Program, Humanities and Social Sciences, Phetchabun Rajabhat University

* Corresponding author, e-mail: sapolachet@gmail.com

Abstract

The aims of this study were to examine 1) faith-based tourism behaviors, activities, and motivations of Burmese migrant workers in Phetchabun Province, Thailand; 2) their satisfaction with faith-based tourism activities and services; 3) their perceptions of local economic and social roles; and 4) personal factors influencing satisfaction with faith-based tourism services. This quantitative survey research collected data via questionnaires from 227 Burmese migrant workers in Phetchabun with faith-based tourism experience. Data were analyzed using descriptive statistics, independent samples t-test, one-way ANOVA, Spearman's rank correlation, and multiple regression analysis. The findings revealed that the main activities were temple visits and participation in religious rituals. Overall satisfaction with activities was high, while satisfaction with tourism services was moderate. Gender, education level, and income significantly influenced satisfaction. Higher education was associated with lower satisfaction. Migrant workers perceived positive economic and social impacts on local communities. This finding not only provided empirical evidence supporting Cohen's Pilgrim-Tourist Continuum and the Migrant as Tourist framework (1992), but also deepened understanding of the sociocultural dimensions of sustainable tourism (Zhang et al., 2020) and the dynamics of the grassroots economy driven by specific population groups. As a result, tourism management needed to account for diverse stakeholders, along with the development of public policies that promoted faith-based tourism as a tool for social and economic well-being at the community level, especially in Southeast Asia, where migration dynamics were high.

Keywords: *faith-based tourism, Burmese migrant workers, local economy, tourist behavior*

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมรดกทางประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ (UNWTO, 2017) สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโลก ที่มีมูลค่าสูงถึง 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024 และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 5.8 จนถึงปี 2033 โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกถือเป็นผู้นำตลาดที่สำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่มีนักท่องเที่ยวกว่า 330 ล้านคนทั่วโลกต่อปี (Data Bridge Market Research, 2025) ในปัจจุบัน แนวโน้มการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่การมุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนและคุณภาพมากขึ้น จากเดิมที่ให้ความสำคัญหลักกับตัวเลขทางเศรษฐกิจ ไปสู่การคำนึงถึงมิติทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง โดยองค์กรระดับภูมิภาคอย่างอาเซียนได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม (Cerisola & Panzera, 2024)

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง ด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาและประเพณีท้องถิ่นที่สอดคล้องกับความเชื่อของชาวเมียนมาซึ่งเข้ามาทำงานในประเทศไทยจำนวนมาก (สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์, 2564) การจัดการการท่องเที่ยว

ในลักษณะนี้สอดคล้องกับกรอบทฤษฎีการกำกับดูแลการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่สำคัญกับรูปแบบที่ไม่เป็นลำดับขั้น เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับฐานรากมีส่วนร่วม (Richards, 2018)

จากข้อมูลของสำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2567) พบว่าจังหวัดเพชรบูรณ์มีแรงงานสัญชาติพม่าเป็นจำนวนมาก นอกจากบทบาทในฐานะแรงงานแล้ว กลุ่มนี้ยังมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้บริโภคที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการใช้จ่ายในช่วงวันหยุด การเดินทางท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานชาวเมียนมา (Migrant as Tourist) จึงกลายเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้สู่ธุรกิจรายย่อย ร้านอาหาร และการขนส่ง (Cohen, 1992; ไทยรัฐออนไลน์, 2566)

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีศักยภาพดังกล่าว แต่งานวิจัยในอาเซียนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังคงให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ในขณะที่มิติด้านสิ่งแวดล้อมและโดยเฉพาะอย่างยิ่งมิติทางสังคมวัฒนธรรมยังได้รับการศึกษาน้อยกว่า (Zhang et al., 2020) และการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางเศรษฐกิจของแรงงานพม่าในจังหวัดเพชรบูรณ์ยังมีไม่มากนัก งานวิจัยส่วนใหญ่มักเน้นไปที่ปัญหาแรงงานหรือสิทธิมนุษยชน ขณะที่มุมมองในฐานะ "ผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก" ยังถูกมองข้าม การวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ถูก marginalize เช่น แรงงานข้ามชาติ ยังถือว่ามีช่องว่างอยู่มาก (Zhang et al., 2020)

ในแง่เศรษฐกิจ แม้ว่าหลักฐานเชิงประจักษ์จะสนับสนุนสมมติฐานการเติบโตจากการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในเศรษฐกิจขนาดใหญ่และพัฒนามากขึ้นของอาเซียน เช่น ประเทศไทย แต่ผลการศึกษาในประเทศสมาชิกที่มีการพัฒนาน้อยกว่ายังให้ผลที่หลากหลาย (Cerisola & Panzera, 2024) สิ่งนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการศึกษากรณีเฉพาะในระดับจุลภาค เพื่อทำความเข้าใจกลไกการขับเคลื่อนที่แท้จริง การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ภายในระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงกันยายน พ.ศ. 2568 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ และบทบาททางเศรษฐกิจของกลุ่มนี้ว่าเป็นระบบ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม รูปแบบกิจกรรม และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาต่อกิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาต่อบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในระดับท้องถิ่น
4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมา

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึงการเดินทางเพื่อเรียนรู้และมีปฏิสัมพันธ์กับมรดกทางวัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวมิได้เป็นเพียงผู้บริโภคประสบการณ์ แต่เป็นผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างความหมายทางสังคมและวัฒนธรรม (Richards, 2018) งานวิจัยร่วมสมัยชี้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีแนวโน้มขยายตัวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา โดยศาสนสถานทำหน้าที่เป็นทั้งพื้นที่ทางจิตวิญญาณและพื้นที่เศรษฐกิจของชุมชน (Cerisola & Panzera, 2024) การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แรงจูงใจหลักเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ศาสนา และพิธีกรรม งานของ Cohen (1992) เสนอแนวคิด “Pilgrim-Tourist Continuum” อธิบายว่านักเดินทางมิได้แยกขาดระหว่างการแสวงบุญและการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน แต่มีลักษณะผสมผสาน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาภายหลังที่พบว่าพฤติกรรมการเดินทางทางศาสนาในเอเชียมีลักษณะเป็นกิจกรรมเชิงสังคมและเศรษฐกิจควบคู่ไปกับมิติทางจิตใจ (Timothy & Olsen, 2006) ในบริบทของแรงงานข้ามชาติ แนวคิด “Migrant as Tourist” ของ Cohen (1992) อธิบายว่าแรงงานข้ามชาติใช้เวลาว่างและวันหยุดเปลี่ยนบทบาทจากผู้ใช้แรงงานเป็นนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความสมดุลทางชีวิตและยึดโยงตัวตนกับพื้นที่ปลายทาง งานศึกษาของ Daly & Winter (2012) ยืนยันว่าแรงงานข้ามชาติในเอเชียมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นความคุ้นเคยทางวัฒนธรรมและศาสนา โดยเฉพาะการเดินทางไปวัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวถูกอธิบายผ่านกระบวนการตัดสินใจที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล สังคม และวัฒนธรรม (Dickman, 1997) งานวิจัยสมัยใหม่ชี้ว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่กับการพักผ่อน แต่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาความหมาย ความมั่นคงทางจิตใจ และความเชื่อทางศาสนา โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากสังคมพุทธ (Keyes, 1987) ขณะที่ Nguyen-Viet & Van Nguyen (2023) ระบุว่าตัวแปรสำคัญคือสิ่งเร้าประสบการณ์ที่แท้จริง ความพึงพอใจมักมาพร้อมกับความผูกพันกับสถานที่ และการตอบสนองนี้มักสะท้อนด้วยความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนอีก หรือการไปเล่าต่อ ส่วนการศึกษาของ Zhang et al. (2020) พบว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างแรงงานข้ามชาติและชุมชนเจ้าบ้านในพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งผลต่อรูปแบบพฤติกรรมการเดินทางและการรับรู้คุณค่าของสถานที่ ซึ่งสะท้อนว่าการท่องเที่ยวของแรงงานข้ามชาติไม่ใช่เพียงกิจกรรมส่วนบุคคล แต่เป็นส่วนหนึ่งของพลวัตทางสังคมในพื้นที่

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์จริง (Oliver, 1980) ในบริบทการท่องเที่ยว งานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่าคุณภาพการบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และการสื่อสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Parasuraman et al., 1988) Hassan et al. (2022) ระบุว่านักท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์เชิงบวกและมีความพึงพอใจสูง มีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งและแนะนำผู้อื่นให้มาสัมผัสประสบการณ์เดียวกัน งานวิจัยร่วมสมัยพบว่า ระดับการศึกษาและรายได้ส่งผลต่อระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงมักมีความพึงพอใจต่ำกว่าเมื่อคุณภาพบริการไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง (Cerisola & Panzera, 2024) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในเอเชียที่พบช่องว่างระหว่างคุณค่าทางจิตใจและมาตรฐานการบริการ (Timothy & Olsen, 2006)

4. บทบาททางเศรษฐกิจของแรงงานข้ามชาติในบริบทการท่องเที่ยว

แรงงานข้ามชาติถูกมองมากขึ้นในฐานะผู้บริโภคและผู้มีบทบาททางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น งานของ Cohen (1992) และ Daly & Winter (2012) ระบุว่าค่าใช้จ่ายของแรงงานข้ามชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยว การเดินทาง และการบริโภคในพื้นที่ สร้างการหมุนเวียนรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างต่อเนื่อง Balaga & Maravilla (2024) พบว่า พบว่าในประเทศอินโดนีเซีย การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยรอบสุสาน KH Abdul Hamid ทั้งจากค่าอาหาร ที่พัก การเดินทาง และสินค้าที่ระลึก การศึกษาล่าสุดของ Cerisola และ Panzera (2024) ชี้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีศักยภาพในการสร้างความมั่งคั่งในระดับท้องถิ่นมากกว่าการท่องเที่ยวมวลชน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวมีความผูกพันทางวัฒนธรรมกับจุดหมายปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับบริบทแรงงานชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์ที่มีความใกล้ชิดทางศาสนาและวัฒนธรรมกับพื้นที่ศึกษา

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

การบูรณาการความโดดเด่นเชิงพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติเข้ากับคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอเขาค้อที่เชื่อมโยงระบบนิเวศอันสมบูรณ์เข้ากับสมรภูมิเขาค้อและพระตำหนักเขาค้อ ถือเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการสร้างจุดดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ฉันทวิวัฒน์ แสงภูเขียว, 2563) ขณะเดียวกัน ทูทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งม้ง เย้า ลีซอ และไท ประกอบกับแรงศรัทธาในศาสนสถานสำคัญ เช่น เจดีย์พระบรมสารีริกธาตุ สะท้อนให้เห็นถึงต้นทุนทางปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมที่พร้อมต่อการยกระดับสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (รสสุคนธ์ ประดิษฐ์ และ รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์, 2557) อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางวิกฤตการณ์ภายนอกอย่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นฟันเฟืองหลักของเศรษฐกิจ (ร้อยละ 30) ต้องเผชิญภาวะรายได้หดตัวรุนแรงถึงร้อยละ 80 โดยลดลงจาก 2.2 ล้านล้านบาทเหลือเพียง 7 แสนล้านบาท การขับเคลื่อนโมเดลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงเป็นกลไกเชิงนโยบายที่จำเป็นอย่างยิ่งในการฟื้นฟูและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของพื้นที่อย่างยั่งยืน (สุนทรีย์ รอดดิษฐ์ และคณะ, 2566)

การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในฐานะเครื่องมือเชิงยุทธศาสตร์ที่ทรงพลานภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยยุคหลังโรคระบาด ปรากฏการณ์นี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านเชิงวิพากษ์ของมูลเหตุจูงใจนักท่องเที่ยวจากการชื่นชมความงามเชิงสถาปัตยกรรมไปสู่การแสวงหาที่พึ่งทางจิตวิญญาณภายใต้แนวคิด “Amazing Multiverse” หรือการท่องเที่ยวสายมู (Mutelu) ซึ่งมุ่งเน้นความเป็นสิริมงคลและการเยียวยาจิตใจ จากการวิเคราะห์ตรรกะเชิงพื้นที่ผ่านเทคนิคความหนาแน่นของเคอร์เนล (Kernel Density) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบการกระจุกตัวของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญในบริเวณที่ราบชายฝั่งตะวันออก โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 โซนตามระดับความหนาแน่น คือ โซนเหนือที่มีความหนาแน่นต่ำเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวอยู่ห่างไกลกัน โซนกลางที่มีความหนาแน่นสูงในเขตประวัติศาสตร์ และโซนเมืองที่มีการกระจุกตัวสูงสุด (Waiyasusri & Kiriwongwattana, 2025) การกระจายตัวเชิงพื้นที่นี้ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (GIS) มาบูรณาการเพื่อจัดการเส้นทางอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จเชิงพื้นที่ที่มีความยั่งยืนที่สำคัญกับระบบบริหารจัดการ ดังที่ปรากฏในกรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ซึ่งพบว่า แม้ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี จะเป็นตัวขับเคลื่อนเชิงบวกที่แข็งแกร่ง แต่การบริหารจัดการของภาครัฐในปัจจุบันกลับส่งผลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญและถูกมองว่าเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางความยั่งยืน (ธนารินทร์ สุภรัตน์กุล และ อุมาวดี เดช

ดำรง, 2568) ภาวะดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความตึงเครียดระหว่างอุปสงค์ทางการตลาดที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดกับนโยบายรัฐที่ยังไม่เท่าทันต่อความต้องการในพื้นที่ ดังนั้น การบูรณาการระหว่างพลังศรัทธาและเทคโนโลยีสมัยใหม่จะบรรลุความยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อมีการปฏิรูปบทบาทภาครัฐให้เปลี่ยนจากผู้กำกับดูแลที่ดึงตัวมาเป็นผู้อำนวยความสะดวกที่ทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

แรงงานเมียนมาในประเทศไทย

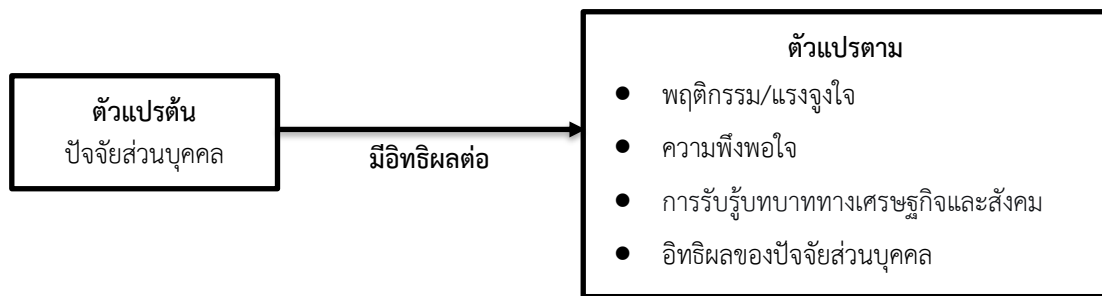
ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนผ่านทางประชากรที่ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของประชากรเพียงร้อยละ 0.2 แรงงานเมียนมาได้กลายเป็นปัจจัยเชิงโครงสร้างที่สำคัญในการเติมเต็มช่องว่างของตลาดแรงงานที่ตั้งตัวโดยเฉพาะในกลุ่มงาน 3D (Dirty, Dangerous, Demanding) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาคส่วนที่แรงงานภายในประเทศไม่ต้องการทำ กอปรกับวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศไทยที่ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างรวดเร็ว (โดยคาดการณ์ว่าประชากรสูงวัยจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 35 ภายในปี พ.ศ. 2593) ท่ามกลางภาวะตลาดแรงงานตั้งตัวที่มีอัตราการว่างงานเพียงร้อยละ 1.05 ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2566 ส่งผลให้เกิด "การพึ่งพิงเชิงโครงสร้าง" ต่อแรงงานต่างด้าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อรักษาเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทานในภาคการผลิตและขีดความสามารถในการแข่งขัน (United Nations Development Programme [UNDP], 2023) โดยแรงงานจากเมียนมาซึ่งคิดเป็นร้อยละ 75 ของแรงงานที่ลงทะเบียนทั้งหมด โดยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์พม่า ที่มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 82 ในพื้นที่ยุทธศาสตร์อย่างมหาชัย (ชยพล กล่ำปสี, 2559) ได้กลายเป็นฟันเฟืองหลักในอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น อาทิ ภาคบริการเกษตรกรรม อุตสาหกรรมต่อเนื่องประมง และภาคเครื่องนุ่งห่ม "พลวัตการย้ายถิ่น" นี้ถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยผลักดันทางเศรษฐกิจจากประเทศต้นทางเทียบกับค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่า 300 บาทในไทย ผ่านกลไก "แบบรูปการย้ายถิ่นแบบต่อเนื่อง" (Serial Migration) ซึ่งอาศัยโครงข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งทำหน้าที่เป็นเสมือน "ตัวแทนจัดหางานนอกระบบ" ที่ช่วยลดต้นทุนการทำธุรกรรมในการย้ายถิ่นให้ต่ำกว่าช่องทาง MOU ที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงถึง 766 ดอลลาร์สหรัฐ (UNDP, 2023) อย่างไรก็ตาม เสถียรภาพทางเศรษฐกิจของไทยปัจจุบันตั้งอยู่บนฐานรากที่เปราะบางและขาดการกำกับดูแลที่ทั่วถึง เนื่องจากแรงงานหลังปี พ.ศ. 2564 กว่าร้อยละ 37 ยังมีสถานะไม่ได้รับการลงทะเบียนและเผชิญความเปราะบางเชิงโครงสร้าง การเปลี่ยนผ่านจากนโยบายแก้ไขปัญหาลักษณะหน้า (เช่น การออกมติคณะรัฐมนตรี 18 ฉบับในรอบ 3 ปี) ไปสู่ "การบูรณาการเชิงกลยุทธ์ระยะยาว" จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยฐานข้อมูลที่ครอบคลุมเพื่อ "การออกแบบนโยบายเชิงประจักษ์" (Evidence-based policy design) ในระดับมหภาคต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาที่มีต่อพฤติกรรม ความพึงพอใจ และการรับรู้บทบาททางเศรษฐกิจและสังคม จากการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมี ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็น ตัวแปรต้น ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อ ตัวแปรตาม 4 มิติหลัก ได้แก่

- (1) พฤติกรรมและแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา
- (2) ระดับความพึงพอใจ ต่อกิจกรรมและการบริการ
- (3) การรับรู้บทบาททางเศรษฐกิจและสังคม ของตนเองต่อชุมชนท้องถิ่น
- (4) อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ต่อความพึงพอใจโดยรวม

กรอบแนวคิดดังกล่าวสะท้อนถึงสมมติฐานการวิจัยที่ว่าความแตกต่างทางเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ อาจมีอิทธิพลต่อประสบการณ์และมุมมองต่อการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ ระดับความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาต่อการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในจังหวัดเพชรบูรณ์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์มีจำนวนมากและไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ของ Roscoe (1975) ซึ่งเสนอว่าการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ควรมีก่อนมีกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 30-500 คน และควรมีจำนวนเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติขั้นสูง โดยเฉพาะการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจำนวน 227 คน ซึ่งมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์เชิงพรรณนา การทดสอบความแตกต่าง และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้คัดเลือกด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยมีคุณสมบัติ คือ (1) เป็นแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์ และ (2) มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวเชิงศรัทธา หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาในจังหวัดเพชรบูรณ์อย่างน้อย 1 ครั้ง

3. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และความคิดเห็นต่อบทบาททางเศรษฐกิจและสังคม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทั้งนี้คุณภาพเครื่องมือตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ (IOC = 0.96) และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ($\alpha = 0.82$)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือน มีนาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2568 โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่กำหนด ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยแก่ผู้ตอบแบบสอบถามก่อนการตอบ และเก็บข้อมูลจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบจำนวน 227 ฉบับ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนหลัก ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ใช้เพื่อสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ (1) ความถี่ และร้อยละ สำหรับการบรรยายข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ (2) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการอธิบายระดับของพฤติกรรม ความพึงพอใจ และการรับรู้ในตัวแปรต่าง ๆ

5.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานและหาความสัมพันธ์หรืออิทธิพลระหว่างตัวแปร ดังนี้ (1) การทดสอบความแตกต่าง ใช้การทดสอบค่าที เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่แบ่งตาม เพศ และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม เช่น อายุ อาชีพ, รายได้ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จะทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง (เช่น Scheffé) (2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (เช่น อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้) กับระดับความพึงพอใจ เนื่องจากข้อมูลบางส่วนมีลักษณะเป็นอันดับ และ (3) การวิเคราะห์การถดถอย ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลหรือการทำนายของปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้) ต่อความพึงพอใจ โดยรวม ทั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรม รูปแบบกิจกรรม และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์

หัวข้อนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์ ครอบคลุมลักษณะการเดินทาง รูปแบบกิจกรรมที่เข้าร่วม และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยมุ่งแสดงให้เห็นรูปแบบการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีส่วนกำหนดการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงศรัทธา

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (n=227)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	90	39.6
หญิง	137	60.4
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	20	8.8
20-30 ปี	84	37.0
31-40 ปี	82	36.1
41-50 ปี	25	11.0
มากกว่า 50 ปี	16	7.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	93	41.0
มัธยมศึกษา	101	44.5
อุดมศึกษา	29	12.8
อื่น ๆ	4	1.8

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	34	15.0
เกษตรกรกรรม/ชาวนา	22	9.7
คนงาน	147	64.8
ยังหางานอยู่	8	3.5
อื่นๆ	16	7.0
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	68	30.0
10,001-15,000 บาท	107	47.1
15,001-20,000 บาท	32	14.1
20,001-25,000 บาท	10	4.4
25,001-30,000 บาท	5	2.2
มากกว่า 30,001 บาท	5	2.2
รวม	227	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 227 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 และเพศชาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6

ด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 84 คน (ร้อยละ 37.0) รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 82 คน (ร้อยละ 36.1) และน้อยที่สุดคือช่วงอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 16 คน (ร้อยละ 7.0)

ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 101 คน (ร้อยละ 44.5) รองลงมาคือระดับประถมศึกษา จำนวน 93 คน (ร้อยละ 41.0) ส่วนระดับอื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 คน (ร้อยละ 1.8)

ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพคนงาน จำนวน 147 คน (ร้อยละ 64.8) รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 34 คน (ร้อยละ 15.0) และน้อยที่สุดคือผู้ที่ยังหางานอยู่ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 3.5)

สำหรับรายได้ต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 107 คน (ร้อยละ 47.1) รองลงมาคือต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 68 คน (ร้อยละ 30.0) ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,001 บาท มีจำนวนเท่ากันคือกลุ่มละ 5 คน (ร้อยละ 2.2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการรับรู้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (n=227)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่องทางที่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว		
โซเชียลมีเดีย	77	33.9
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	2	0.9
วิทยุ/โทรทัศน์	137	60.4
คำแนะนำจากเพื่อน/ครอบครัว	153	67.4
อื่น ๆ	0	0.0
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		
การแสวงบุญ	63	27.8
การพักผ่อน	151	66.5
การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	14	6.2

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา	141	62.1
อื่น ๆ	0	0.0
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด		
การเยี่ยมชมวัด	199	87.7
การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (มูเตลู/แก้ขง)	153	67.4
การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	8	3.5
การชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	36	15.9
อื่น ๆ	2	0.9

จากตารางที่ 2 พบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการรับรู้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์มากที่สุด คือ คำแนะนำจากเพื่อนหรือครอบครัว (ร้อยละ 67.4) รองลงมาคือสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ (ร้อยละ 60.4) และโซเชียลมีเดีย (ร้อยละ 33.9) ตามลำดับ ในด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ต้องการมาเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 66.5) และเพื่อการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (ร้อยละ 62.1) ในขณะที่การแสวงบุญมีสัดส่วนรองลงมา (ร้อยละ 27.8) สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด พบว่าเป็น การเยี่ยมชมวัด ซึ่งมีจำนวนสูงถึงร้อยละ 87.7 รองลงมาคือ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (เช่น การทำบุญสวดมนต์ วัตถุประสงค์) ร้อยละ 67.4 ส่วนการชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มีร้อยละ 15.9

2. ความพึงพอใจของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาต่อกิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

หัวข้อนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาต่อกิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา โดยพิจารณาจากนำเสนอทั้งภาพรวมและรายด้าน พร้อมทั้งแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสะท้อนความแตกต่างของการรับรู้และการประเมินประสบการณ์การท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มย่อย

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (n=227)

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การเยี่ยมชมวัด	4.28	0.72	มาก
2. การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา (มูเตลู/แก้ขง)	4.26	0.74	มาก
3. การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	4.35	0.70	มาก
4. การชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	4.20	0.75	มาก
5. อื่น ๆ	4.26	0.74	มาก
รวมเฉลี่ย	4.27	0.73	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับสูงทั้งหมด โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27 (S.D. = 0.73) ซึ่งจัดอยู่ในระดับ “มาก” กิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ “การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น” (\bar{x} = 4.35) รองลงมาคือ “การเยี่ยมชมวัด” (\bar{x} = 4.28) และ “การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา/อื่น ๆ” (\bar{x} = 4.26) ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ “การชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์” (\bar{x} = 4.20) แต่ยังคงอยู่ในระดับความพึงพอใจ “มาก” เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อบริการ (n=227)

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	2.82	1.26	ปานกลาง
2. ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยว	2.88	1.26	ปานกลาง
3. คุณภาพของไกด์นำเที่ยว/ผู้ให้ข้อมูลสถานที่	3.07	1.34	ปานกลาง
4. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.11	1.30	ปานกลาง
5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.19	1.31	ปานกลาง
6. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (ป้ายสื่อสาร, แผ่นพับ, แอปพลิเคชัน)	3.15	1.30	ปานกลาง
7. คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (ห้องน้ำ, ที่นั่งพัก, ร้านอาหาร)	3.20	1.33	ปานกลาง
8. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร (ภาษาพม่า/ภาษาอังกฤษ)	3.15	1.35	ปานกลาง
9. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.14	1.41	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.08	1.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}=3.08$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=3.20$) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย ($\bar{x}=3.19$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ($\bar{x}=2.82$) และ ความสะอาดและความเป็นระเบียบ ($\bar{x}=2.88$) ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสังเกตสำหรับการปรับปรุง

3. การรับรู้ของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาต่อบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในระดับท้องถิ่น

หัวข้อนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์การรับรู้ของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาต่อบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในระดับท้องถิ่น โดยมุ่งแสดงให้เห็นการประเมินของกลุ่มตัวอย่างต่อการสร้างรายได้ การจ้างงาน การขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ระหว่างแรงงานข้ามชาติกับชุมชนในพื้นที่ศึกษา

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อบทบาททางเศรษฐกิจและสังคม (n=227)

รายการประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น		
1.1 สร้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการ	153	67.4
1.2 ขยายธุรกิจท้องถิ่น (เช่น ร้านค้า ที่พัก ร้านอาหาร)	153	67.4
1.3 สร้างรายได้ให้กับชุมชน	58	25.6
1.4 อื่น ๆ	2	0.9
2. ผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและวัฒนธรรม		
2.1 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน	155	68.3
2.2 การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาวพม่าและคนท้องถิ่น	58	25.6
2.3 การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น	12	5.3
2.4 อื่น ๆ	0	0.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ในด้านผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมากที่สุด ใน 2 ประเด็นหลัก คือ การสร้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการ และการขยายธุรกิจท้องถิ่น ซึ่งมีจำนวนเท่ากันที่ร้อยละ 67.4 รองลงมาคือการช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน (ร้อยละ 25.6) สำหรับผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและวัฒนธรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยในเรื่อง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือเกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาวพม่าและคนท้องถิ่น (ร้อยละ 25.6) และน้อยที่สุดคือเรื่องการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น (ร้อยละ 5.3)

4. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA นอกจากนี้ ยังได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงผลในตารางที่ 6 ถึงตารางที่ 11

(1) การเปรียบเทียบจำแนกตามเพศ

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจที่ได้รับหรือไม่ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	\bar{x}	S.D.	t	p-value
ชาย	90	2.61	1.30	-4.68*	0.000
หญิง	137	3.39	1.08		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t=-4.68$, $p=.000$) โดย เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย ($\bar{x}=3.39$) สูงกว่าเพศชาย ($\bar{x}=2.61$)

(2) การเปรียบเทียบจำแนกตามอายุ

สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจจำแนกตามช่วงอายุ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มอายุ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อตรวจสอบว่านักท่องเที่ยวและแรงงานพม่าที่มีช่วงวัยต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ดังรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	49.33	4	12.33	9.54*	0.000
ภายในกลุ่ม	286.91	222	1.29		
รวม	336.24	226			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามช่วงอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=9.54, p=.000$)

ตารางที่ 7.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามช่วงอายุ (เฉพาะคู่ที่มีนัยสำคัญ)

คู่ที่เปรียบเทียบ (ช่วงอายุ)	ผลต่างค่าเฉลี่ย (I-J)	p-value	แปลผล
31-40 ปี vs ต่ำกว่า 20 ปี	-1.05	.003**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจ น้อยกว่า
31-40 ปี vs 20-30 ปี	-0.66	.002**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจ น้อยกว่า
31-40 ปี vs 41-50 ปี	-0.90	.006**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจ น้อยกว่า
31-40 ปี vs มากกว่า 50 ปี	-1.56	.000**	กลุ่ม 31-40 ปี พึงพอใจ น้อยกว่า

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(3) การเปรียบเทียบจำแนกตามอาชีพ

ในด้านการประกอบอาชีพ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาททางสังคมและลักษณะการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำแนกตามกลุ่มอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อหาข้อสรุปทางสถิติ ดังแสดงผลในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	69.36	4	17.34	14.42*	0.000
ภายในกลุ่ม	266.88	222	1.20		
รวม	336.24	226			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=14.42, p=.000$)

ตารางที่ 8.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามอาชีพ (เฉพาะคู่ที่มีนัยสำคัญ)

คู่ที่เปรียบเทียบ (อาชีพ)	ผลต่างค่าเฉลี่ย (I-J)	p-value	แปลผล
คนงาน vs ธุรกิจส่วนตัว	-1.27	.000**	กลุ่มคนงาน พึงพอใจ น้อยกว่า
คนงาน vs เกษตรกรรม/ชาวนา	-1.33	.000**	กลุ่มคนงาน พึงพอใจ น้อยกว่า

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8.1 พบว่า กลุ่มอาชีพ "คนงาน" มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวและเกษตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(4) การเปรียบเทียบจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การวิเคราะห์เปรียบเทียบในประเด็นด้านเศรษฐกิจ ผู้วิจัยได้จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับรายได้ต่อเดือนและทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้วยสถิติ F-test เพื่อศึกษาว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันหรือไม่ ผลการศึกษาปรากฏดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	107.67	5	21.53	20.91*	0.000
ภายในกลุ่ม	228.57	221	1.03		
รวม	336.24	226			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=20.91, p=.000$)

ตารางที่ 9.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (เฉพาะคู่ที่มีนัยสำคัญ)

คู่ที่เปรียบเทียบ (รายได้)	ผลต่างค่าเฉลี่ย (I-J)	p-value	แปลผล
10,001-15,000 vs ต่ำกว่า 10,000	-1.29	.000**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs 15,001-20,000	-1.54	.000**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs 20,001-25,000	-1.00	.041*	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs 25,001-30,000	-1.75	.003**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า
10,001-15,000 vs มากกว่า 30,001	-1.64	.007**	กลุ่ม 10k-15k พึงพอใจ น้อยกว่า

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9.1 พบว่า กลุ่มผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท (ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่) มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มรายได้อื่นๆ เกือบทุกกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(5) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์

นอกเหนือจากการเปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่ม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับความพึงพอใจทั้งในด้านกิจกรรมและด้านบริการ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน เพื่อพิจารณาทิศทางและขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้ ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจ

ตัวแปร	1. อายุ	2. ระดับการศึกษา	3. รายได้	4. ความพึงพอใจ (กิจกรรม)	5. ความพึงพอใจ (บริการ)
1. อายุ	1.00				
2. ระดับการศึกษา	-0.108	1.00			
3. รายได้ต่อเดือน	.210**	.199**	1.00		
4. ความพึงพอใจ (กิจกรรม)	.152*	.141*	.182**	1.00	
5. ความพึงพอใจ (บริการ)	-.014	-.384**	-.005	-.341**	1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษากับความพึงพอใจ พบความสัมพันธ์ใน ทิศทางลบ อย่างมีนัยสำคัญ ($r=-.384$) หมายความว่า ยิ่งระดับการศึกษาสูง ความพึงพอใจต่อบริการยิ่งลดลง ขณะที่รายได้กับความพึงพอใจ ไม่พบความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ($r=-.005$) ในภาพรวม (แต่เมื่อแยกกลุ่ม ANOVA พบความต่าง ซึ่งแสดงว่าความสัมพันธ์อาจไม่เป็นเส้นตรง)

(6) การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจ

เพื่อให้ทราบถึงน้ำหนักของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมอย่างชัดเจน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยนำตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ เข้าสู่สมการเพื่อค้นหาปัจจัยที่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทำนายความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตัวแปรพยากรณ์	B (Coeff)	S.E.	t	p-value
(ค่าคงที่)	2.137	.451	4.739	.000
เพศ (1=ชาย, 2=หญิง)	0.831	.157	5.291	.000*
อายุ	0.005	.080	0.057	.955
ระดับการศึกษา	-0.546	.104	-5.270	.000*
รายได้ต่อเดือน	0.266	.075	3.568	.000*

- $R^2 = 0.227$ (ตัวแปรเหล่านี้ร่วมกันทำนายความพึงพอใจได้ร้อยละ 22.7)
- $F = 16.311$, $p < .001$ (โมเดลนี้มีความเหมาะสมเชื่อถือได้)

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยยืนยันว่ามี 3 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

1. เพศ เพศหญิงมีความพึงพอใจสูงกว่าเพศชาย ($B=0.831$)
2. ระดับการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีแนวโน้มพึงพอใจ ลดลง ($B=-0.546$) (อาจเนื่องมาจากมีความคาดหวังสูงกว่า)
3. รายได้ ผู้ที่มีรายได้สูงกว่าจะมีแนวโน้มพึงพอใจ เพิ่มขึ้น ($B=0.266$) (เมื่อควบคุมปัจจัยอื่นๆ แล้ว ส่วน "อายุ" เมื่อวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยอื่นแล้ว ไม่พบผลอย่างมีนัยสำคัญ ($p=.955$))

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติชาวมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมหลักได้แก่การเยี่ยมชมวัดและการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการศึกษาหาความหมายทางจิตวิญญาณและการพักผ่อนหย่อนใจ แนวโน้มนี้สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาในระดับประเทศที่เน้น "การท่องเที่ยวสายบุญ" หรือการศึกษาสิริมงคลและการเยียวยาจิตใจ (Waiyasusri & Kiriwongwattana, 2025) มากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมเชิงลึก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Pilgrim-Tourist Continuum ของ Cohen (1992) ที่เสนอว่านักท่องเที่ยวมิได้แยกแยะระหว่างการศึกษาบุญกับการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

แรงจูงใจหลักของกลุ่มตัวอย่างคือการพักผ่อน (ร้อยละ 66.5) และการเข้าร่วมพิธีกรรม (ร้อยละ 62.1) ซึ่งอาจสะท้อนถึงการแสวงหาความมั่นคงทางจิตใจและความคุ้นเคยทางวัฒนธรรมในบริบทของการใช้ชีวิตและ

การทำงานในต่างถิ่น (Daly & Winter, 2012) จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาและประเพณีท้องถิ่น (ณัฐวิวัฒน์ แสงภูเขียว, 2563; รสสุคนธ์ ประดิษฐ์ และ รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์, 2557) ซึ่งอาจเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญที่ทำให้แรงงานเมียนมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่นี้

ในด้านความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมในระดับสูง ($\bar{x}=4.27$) แต่มีความพึงพอใจต่อบริการการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.08$) โดยเฉพาะด้านความสะดวกในการเดินทางและความสะอาด ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างคุณค่าทางจิตวิญญาณของกิจกรรมกับคุณภาพของการบริการและการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งอาจจำกัดศักยภาพในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ (Timothy & Olsen, 2006)

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจสูงกว่าเพศชาย ขณะที่กลุ่มอายุ 31-40 ปี กลุ่มอาชีพคนงาน และกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท (ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่สุดในตัวอย่าง) มีความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจต่อบริการ ($r = -.384$) และสามารถทำนายความพึงพอใจได้ในทิศทางลบ ($B = -0.546$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Expectancy-Disconfirmation Theory (Oliver, 1980) ที่ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีความคาดหวังต่อมาตรฐานบริการที่สูงกว่า

มิติทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นประเด็นสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ในเชิงบวก โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของตนมีส่วนในการสร้างงาน ขยายธุรกิจท้องถิ่น (ร้อยละ 67.4) และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน (ร้อยละ 68.3) ข้อค้นพบนี้ตอกย้ำบทบาทของแรงงานข้ามชาติในฐานะ "ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว" และ "ผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก" ซึ่งมีความสอดคล้องกับบริบทเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยที่พึ่งพาแรงงานเมียนมาในภาคส่วนสำคัญ (UNDP, 2023) อย่างไรก็ตาม แรงงานกลุ่มนี้ยังเผชิญกับความเปราะบางด้านสถานะทางกฎหมาย (กว่าร้อยละ 37 ไม่ได้ลงทะเบียนหลังปี 2564) ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (UNDP, 2023) และสะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายด้านนโยบายและการจัดการที่ยังไม่เท่าทันต่อพลวัตทางสังคมในหลายพื้นที่ (ธนารินทร์ สุภรัตนกุล และ อุมาวดี เดชธำรง, 2568)

งานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเดียวซึ่งอาจจำกัดการนำผลไปประยุกต์ใช้ การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการรับรู้แทนที่จะใช้ข้อมูลการใช้จ่ายจริง และการมุ่งศึกษาเฉพาะแรงงานเมียนมา ซึ่งอาจแตกต่างจากแรงงานข้ามชาติกลุ่มอื่น การศึกษาต่อไปควรขยายขอบเขตพื้นที่ ใช้ข้อมูลการใช้จ่ายจริงประกอบการวิเคราะห์ และอาจศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มสัญชาติหรือกลุ่มจังหวัด เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่รอบด้านและเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบนโยบายการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า แรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาในจังหวัดเพชรบูรณ์มีบทบาททั้งในฐานะแรงงานและนักท่องเที่ยวเชิงศรัทธา พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะผสมผสานระหว่างการแสวงหาความหมายทางศาสนาและการพักผ่อน โดยมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมในระดับสูง แต่มีข้อจำกัดด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจได้รับอิทธิพลจากเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีการศึกษาสูงซึ่งมีความคาดหวังมากกว่ามาตรฐานบริการที่มีอยู่

ผลการวิจัยต่อกันว่า การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาของแรงงานข้ามชาติเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่ การยอมรับแรงงานข้ามชาติในฐานะกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ จะช่วยเปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและยั่งยืนมากขึ้น หากคุณภาพการบริการและการสื่อสารได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการและวัดควรปรับปรุงความสะอาดห้องน้ำ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x} = 2.88$) จัดทำป้ายบอกทางและสื่อประชาสัมพันธ์เป็น "ภาษาพม่า" เพื่อลดช่องว่างการสื่อสารและสร้างความประทับใจ ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.15$)

2. ภาครัฐควรส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว "สายศรัทธา" อย่างเป็นทางการ โดยผนวกวัดและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเข้าด้วยกัน รวมถึงพิจารณาเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์เข้ากับ "เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก" (พระมหาสุเทพ สุธฤติญาโณ และคณะ, 2566) เพื่อขยายฐานตลาดแรงงานเมียนมาที่ทำงานในจังหวัดใกล้เคียง เช่น สระบุรี หรือพระนครศรีอยุธยา ให้เดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะเชื่อมโยงภูมิภาค

3. ผู้ประกอบการควรพัฒนาแพ็คเกจท่องเที่ยวสายศรัทธาแบบ ราคาจับต้องได้ ซึ่งสอดคล้องกับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมาย (10,000-15,000 บาท) ซึ่งจากผลการวิจัยเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.1) เน้นความคุ้มค่าและความสะดวกสบาย ใช้ช่องทางดิจิทัลอย่าง TikTok และ Line OA ภาษาพม่าในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดียถึงร้อยละ 33.9

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยที่สนใจควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับมูลค่าการใช้จ่ายต่อหัวและบทบาททางเศรษฐกิจเชิงตัวเงินที่แท้จริง เปรียบเทียบกับแรงงานสัญชาติอื่นในกลุ่ม CLMV และติดตามผลกระทบจากนโยบายผ่อนผันแรงงานปี 2568-2569

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ 2568 ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลชาวเมียนมา พระสงฆ์ ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่ง

บรรณานุกรม

- ชยพล กล้าปลี. (2559). การศึกษาการย้ายถิ่นของแรงงานชาวเมียนมา: กรณีศึกษาชุมชนมหาชัยนิเวศน์ จังหวัดสมุทรสาคร (รายงานการวิจัย). ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐวัฒน์ แสงภูเขียว. (2563). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(3), 265-278. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/245743/168721>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566, 13 สิงหาคม). *แรงงานเมียนมาสายบุญ ศรัทธาแรง กระเป๋าหนัก นิยมตระเวนแหมารถเที่ยววัดไทย*. <https://www.thairath.co.th/scoop/interview/2717034>

- ธนารินทร์ สุภรัตน์กุล และ อุมาวดี เดชธำรง. (2568). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดกาฬสินธุ์อย่างยั่งยืน. *วารสารการบริหารปกครอง มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 14(2), 106-134. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/article/view/280915/181365>
- พระมหาสุเทพ สุทธิญาโณ, พระครูพิพิธ ปริยัติกิจ, เมธาวี อุดมธรรมนุภาพ, และ สรายุทธ อุดม. (2566). *อัจฉริยภาพของควม คุ่มค่า คุณค่า และเพิ่มพูนการท่องเที่ยวมิติใหม่: รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงพุทธย้อนรอยประวัติศาสตร์ลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- รสสุคนธ์ ประดิษฐ์ และ รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2557). ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารสังคมศาสตร์*, 10(2), 127-149. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jssnu/article/view/211185/146312>
- สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์. (2563). *รายงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2563*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. https://phchabun.nso.go.th/downloads/phetchabun_provincial_statistical_report_2563.pdf
- สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์. (2564). *รายงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2564*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. <https://phchabun.nso.go.th/reports-publications/ebook.html?view=book&id=17:report-stat-2564&catid=5:provincial-statistics-report>
- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. (2567). *ข้อมูลสถิติจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือที่ราชอาณาจักร ปี 2567*. กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. <https://www.doe.go.th/prd/alien/statistic/param/site/152/cat/82/sub/0/pull/module/view/list-label>
- สุนทรีย์ รอดดิษฐ์, ภรวลัญช์ มาอยู่, นันทกานต์ ศรีปลั่ง, และ ชีรภัทร ดีเอม. (2566). โมเดลเชิงสาเหตุศักยภาพการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์: มุมมองนักท่องเที่ยว. *วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์*, 5(2), 58-72. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jams/article/view/531/539>
- Balaga, C. M. P., & Maravilla, V. S. (2024). Residents' perceptions of religious tourism and its socio-economic impacts In Brgy. Pomponan, Baybay City, Leyte. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 10(1), 315-325. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v10i1.366>
- Cerisola, S., & Panzera, E. (2024). Heritage tourism and local prosperity: An empirical investigation of their controversial relationship. *Tourism Economics*, 31(5), 964-983. <https://doi.org/10.1177/13548166241234099>
- Cohen, E. (1992). Pilgrimage centers: Concentric and excentric. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 33-50.
- Daly, P., & Winter, T. (2012). *Routledge handbook of heritage in Asia*. Routledge.
- Data Bridge Market Research. (2025). *Global cultural tourism market: Industry trends and forecast*. <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-cultural-tourism-market>
- Dickman, S. (1997). *Tourism: An introductory text* (3rd ed.). Hodder Headline.
- Hassan, T., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., & Carvache-Franco, O. (2022). Segmentation of religious tourism by Motivations: A study of the pilgrimage to the City of Mecca. *Sustainability*, 14(13), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su14137861>
- Keyes, C. F. (1987). *Thailand: Buddhist kingdom as modern nation-state*. Routledge.
- Nguyen-Viet, B., & Van Nguyen, S. (2023). Authentic experience, place attachment, and behavioral intention: Vietnamese religious tourism. *SAGE Open*, 13(4), 1-14. <https://doi.org/10.1177/21582440231216193>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.
- United Nations Development Programme. (2023). *Seeking opportunities elsewhere: Exploring the lives and challenges of Myanmar migrant workers in Thailand*. UNDP Bangkok Regional Hub. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-12/undp-mmr_seeking-opportunities-elsewhere_nov_2023_final.pdf
- UNWTO. (2017). *UNWTO tourism highlights 2017 edition*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419029>
- Waiyasuri, K., & Kiriwongwattana, K. (2025). Spatial distribution of the buddhism faith-based cultural tourism attractions in Nakhon Si Thammarat, Thailand. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 58(1), 315–324. <https://doi.org/10.30892/gtg.58128-1413>
- Zhang, H., Su, Q., Qiao, G., Yin, Y., Wu, X., & Xie, W. (2020). Local–migrant interaction in everyday life in an ancient tourism town. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(266), 1–20. <https://doi.org/10.3390/ijerph17010266>