

สารจากอธิการบดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ ลิ้มไขแสง

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ประธานคณะกรรมการอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

เนื่องในการจัดประชุมวิชาการระดับชาติด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องและรองรับนโยบายการพัฒนาประเทศไทยไว้อย่างชัดเจน ทั้งนโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยเน้นการบริหารจัดการมหาวิทยาลัย การพัฒนาบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะการพัฒนา นักศึกษา เพื่อให้เป็นบัณฑิตที่สมบูรณ์ มีนโยบายเน้นการจัดการเรียนการสอน เพื่อรองรับคลัสเตอร์หลัก 3 คลัสเตอร์ ได้แก่ Logistic & Tourism Agriculture Technology และ Food & Health โดยความร่วมมือของพื้นที่การจัดการศึกษาทั้ง 5 พื้นที่ของมหาวิทยาลัย ได้แก่ นครราชสีมา วิทยาเขตขอนแก่น วิทยาเขตสุรินทร์ วิทยาเขตสกลนคร และ วิทยาเขตร้อยเอ็ด



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น เป็นพื้นที่การจัดการเรียนการสอนที่มียุทธศาสตร์สำคัญในด้าน Logistic & Tourism คือ ระบบการจัดการการขนส่ง โลจิสติกส์ ระบบขนส่งทางราง ระบบขนส่งทางอากาศ ระบบเครื่องจักรกลหนัก และที่สำคัญคือ “การจัดการด้านการท่องเที่ยว” ด้วยความโดดเด่นของภูมิประเทศ และความโดดเด่นของทรัพยากรทางธรรมชาติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณลักษณะสำคัญในการให้บริการ และความเป็นมิตรต่อผู้มาเยือนจึงทำให้จังหวัดขอนแก่นมีเอกลักษณ์แห่งความเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์ จากการที่ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น โดยคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับเกียรติให้เป็นเจ้าภาพในการ “จัดประชุมวิชาการระดับชาติด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล แห่งประเทศไทย พ. ศ. 2562” ในครั้งนี้ ย่อมแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการ รวมทั้งศักยภาพในการจัดการด้านวิชาการ ได้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานในครั้งนี้ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 8 แห่ง ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น โดยเฉพาะ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมวิชาการในครั้งนี้ ขอขอบคุณหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และขออวยพรให้การดำเนินงานครั้งนี้ประสบความสำเร็จก่อให้เกิดประโยชน์อันสูงสุดแก่ทุกท่าน และเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น ของภูมิภาค และของประเทศตามลำดับต่อไป ขอขอบคุณครับ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ ลิ้มไขแสง)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

สารจากระองอธิการบดีประจำวิทยาเขตขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิษุทธ จันทะรี

รองอธิการบดีประจำวิทยาเขตขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
เนื่องในการจัดประชุมวิชาการระดับชาติด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญ ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย รวมทั้งยังเป็นการปรับเปลี่ยนบริบทของประเทศไทยให้กลายเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว โดยการใช้จุดแข็งในด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงาม ของโดยเฉพาะด้านทรัพยากรมนุษย์ การมีบุคลิกลักษณะอัธยาศัยที่ดี และเป็นมิตรกับทุกประเทศทั่วโลก เป็นคุณลักษณะที่เหมาะสมแก่การให้บริการเป็นอย่างมาก อีกทั้งภูมิประเทศ และแหล่งทรัพยากรธรรมชาติในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ยังเหมาะสมแก่การสร้างให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอีกด้วย



ปัจจุบันจังหวัดขอนแก่น ได้รับการประกาศให้เป็น SMART City และ MICE City เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ของประเทศ จังหวัด และกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการท่องเที่ยวและการบริการมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

จึงเป็นที่เรื่องที่น่ายินดีอย่างยิ่ง ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ได้ร่วมกันจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562 ภายใต้ชื่อ นวัตกรรม 4.0 เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการอย่างยั่งยืน โดยได้ใช้พื้นที่จังหวัดขอนแก่นเป็นสถานที่ในการจัดงานครั้งนี้ ในระหว่างวันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่นมีความภาคภูมิใจ ยินดีและดีใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับเกียรติจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ให้เป็นเจ้าภาพครั้งนี้ทางมหาวิทยาลัยต้องขอขอบคุณคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ขอขอบคุณวิทยาเขตขอนแก่น สำหรับการดำเนินงานอย่างดียิ่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานมุ่งหวังที่จะให้ทุกท่านที่มาร่วมงานได้รับประโยชน์อย่างสูงสุด ตลอดจนการดำเนินงานในทุกมิติของการจัดงานครั้งนี้ มีความสำเร็จส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและระดับกลุ่มจังหวัดและในระดับของประเทศต่อไปในอนาคต ภายใต้การนำของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานทั้ง 9 แห่ง

ในการจัดงานครั้งนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงลงได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากเจ้าภาพร่วมทั้งหมด วิทยาเขตขอนแก่นและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จึงขอขอบคุณเจ้าภาพร่วมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่ให้ความร่วมมือในการจัดงานเป็นอย่างดี ท้ายสุดนี้ขอเป็นตัวแทนชาวจังหวัดขอนแก่นกล่าวต้อนรับผู้มีเกียรติทุกท่านสู่จังหวัดขอนแก่น และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมวิชาการระดับชาติด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562 ในครั้งนี้จะสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับผู้มีเกียรติทุกท่าน อย่างสูงสุด ขอขอบคุณครับ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิษุทธ จันทะรี)
รองอธิการบดีประจำวิทยาเขตขอนแก่น
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

สารจากคณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

อาจารย์ ดร.ปภาวิน พชรโชติสุธี

คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

เนื่องในการจัดประชุมวิชาการระดับชาติด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ได้จัดการเรียนการสอน โดยมีวิสัยทัศน์ที่สำคัญในการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติเชิงสร้างสรรค์ด้านบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ภายใต้การบูรณาการด้านวิชาการกับเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน ตามนโยบายของสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานที่ชัดเจนในด้านการจัดการเรียนเพื่อตอบสนองนโยบายในภาครัฐ คือ การจัดการเรียนการสอนที่เน้นด้าน Logistic & Tourism กอปรกับศักยภาพ ความเข้มแข็ง และความมุ่งมั่นของบุคลากร ในคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทางคณะจึงได้ปฏิบัติงานภายใต้นโยบายดังกล่าวเรื่อยมา โดยเห็นเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน



การที่คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ได้รับเกียรติให้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมวิชาการระดับชาติด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562 ครั้งนี้ กระผมในฐานะตัวแทนของบุคลากรของคณะถือว่าเป็นเกียรติอันสูงสุด เป็นเกียรติในด้านการแสดงศักยภาพทางวิชาการ และที่สำคัญคือเกียรติแห่งการแสดงศักยภาพในด้านการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งนี้คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศมีความยินดีเป็นอย่างยิ่ง และมั่นใจว่าการดำเนินการในครั้งนี้จะสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์เป็นอย่างดี และเกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อทุกท่าน

ขอขอบคุณผู้มีเกียรติที่เข้าร่วมงานทุกท่าน ขอขอบคุณบุคลากรคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศทุกท่านที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจจัดงานอย่างเต็มความสามารถ ขอขอบคุณคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน และขอบคุณคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 8 แห่งที่สนับสนุนงบประมาณในการจัดงานครั้งนี้

ท้ายสุดนี้ กระผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562 ในครั้งนี้ จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดขอนแก่นเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการแสดงศักยภาพทางวิชาการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศสืบต่อไป

(อาจารย์ ดร.ปภาวิน พชรโชติสุธี)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

กลุ่มการนำเสนอ

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมการบริการ

กลุ่มที่ 3 บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ

กลุ่มที่ 4 ภาษา วัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการฝ่ายจัดประชุมวิชาการ

คณะกรรมการที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

คณะกรรมการอำนวยการ

รองอธิการบดีประจำวิทยาเขตสุรินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองอธิการบดีประจำวิทยาเขตขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยอธิการบดีประจำวิทยาเขตขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
คณบดีคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

คณะกรรมการดำเนินงาน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
คณบดีคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
คณบดีคณะคณะกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์
คณบดีคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ผู้อำนวยการวิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

อาจารย์ศศิธร	รัตนประยูร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
อาจารย์ธนาวัฒน์	ปัทมฤทธิกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
อาจารย์อชิรญา	พรมล้ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
อาจารย์ ดร.พิมพิกา	ทองรมย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์พอพิมพ์	ตันตอิจมงคล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์อัจฉิรา	ทิวะสิงห์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์มธูรา	สวนศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์ฐิฎาภา	เสถียรคมสรไกร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์ ดร.สุภาพ	อรรคพิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นานา	ศรีธรรมศักดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์เบญจา	จันทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์ ดร.วาสนา	เล็กเปลี่ยน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
อาจารย์ ดร.มนชिरดา	ทองเกิด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
อาจารย์รสรินทร์	พัฒน์เมธีวิชญ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
อาจารย์ณัฐกิตติ์	ตันสมรส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
อาจารย์ญาดา	ชอบทำดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
อาจารย์วารีท	วสยางกูร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
อาจารย์พัลลพ	หามะลิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์พัทยศ	เพชรวงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์ ดร.นิตินันท์	ศรีสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์ ดร.สุนันทา	ชูตินันท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์ภูมิพัฒน์	ทองคำ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์ ดร.นันทณพร	กิติศรีปัญญา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์ ดร.นิภารัตน์	สายประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อาจารย์พงศ์วัช	ศรีจำนอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

อาจารย์ปวีณา	ข้าพดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อาจารย์สุนันทา	ล่องวัด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อาจารย์ ดร.นวรรตน์	พรหมอุปถัมภ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ชูเกียรติ	ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์วรัญญูคมน์	รัตนมงคลชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์วรัญญา	ฐานะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์อำพร	กันทา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์จันทร์เพ็ญ	จิตตพงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
อาจารย์ ดร.ศิววงศ์	เพชรจุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
อาจารย์จตุมา	บุญมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
อาจารย์ ดร.สัมพันธ์	สุกใส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.ธารณี	นวัสนธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์สุชุม	คงดิษฐ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทนายวุฒิ	โพธิ์ทองแสงอรุณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
อาจารย์ ดร.กัญญาณฤกษ์	ไชเออร์ส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผู้ทรงคุณวุฒิ

รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย	ปัญญาดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดลฤทัย	โกวรรณระกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี	นันทศิริพล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมิตรา	จิระวุฒินันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐินี	ทองดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา	ศรีถาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นานา	ศรีธรรมศักดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทธร	ทวีจันทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีรัตน์	ปานศุภวัชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาดา	รียมธรรพพงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัคอร	ศรีตระกูล
อาจารย์ ดร.มงคล	เอกพันธ์
อาจารย์ ดร.ศุภโชค	สอนศิลปพงศ์
อาจารย์ ดร.วรรณภรณ์	บริพันธ์
อาจารย์ ดร.ณัฐพัชร์	วรพงศ์พัชร์
อาจารย์ ดร.กฤตยาวิ	เกตุวงศา
อาจารย์ ดร.จินตนา	ไต้สูงเนิน
อาจารย์ ดร.วาริชต์	มัธยมบุรุษ

อาจารย์ ดร.มัลลิกา	จำปาแพง
อาจารย์ ดร.ชัยวิช	ศิริบรรพิตักษ์
อาจารย์ ดร.ยุวดี	จิตต์โกศล
อาจารย์ ดร.พรชัย	ศักดิ์ศิริโสภณ
อาจารย์ ดร.จินณพัช	ปทุมพร
อาจารย์ ดร.ปานแพร	เชาวน์ประยูร
อาจารย์ ดร.สัญชัย	เกียรติทรงชัย
อาจารย์ ดร.สุภาพร	อรรคพิณ
อาจารย์ ดร.ภาคภูมิ	ภักวิภาส

คณะกรรมการฝ่ายจัดประชุมและประสานงาน

อาจารย์ ดร.กัญญาณุจน์	ไซเออร์ส
อาจารย์ ดร.จิรัฐติกาล	วุฒิพันธุ์
อาจารย์ ดร.กนกนภัส	โสเชียว
รองศาสตราจารย์ ดร.สายตา	บุญโฉม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฑารัตน์	บุญโท
อาจารย์อุษา	วัฒนชัย
อาจารย์รัตนาวดี	แสงมาลี
อาจารย์ปนัดดา	จันทะกล
อาจารย์อุกฤษณ์	พรรณะ
อาจารย์พรเทพินทร์	สุขแสงประสิทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี	นันทศิริพล
อาจารย์วัชร	เชียงกุล
อาจารย์กิตติชนทัต	สุพรรณ
อาจารย์เพชรภัทร	บุญประกอบ
อาจารย์ชลวัชร	ประवालปัทมกุล
อาจารย์ ดร.ชีวัน	ทองสอดแสง
อาจารย์นันทชา	โสภาพร

คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์และฐานข้อมูลสารสนเทศ

อาจารย์ ดร.ปัทมากร	เนตยวิจิตร
อาจารย์ ดร.พิชยะภาคย์	พิพิธพัฒนไพสิฐ
อาจารย์วิมลศรี	เกตุโสภณ
อาจารย์สาวิตรี	จุมเกตุ
อาจารย์ทรงศนี	ลุนราศรี
อาจารย์ศราวุธ	ชีอวุฒิกุล

คณะกรรมการฝ่ายลงทะเบียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นทยา	กัมพลานนท์
อาจารย์ ดร.อารีรัตน์	เชื้อบุญเกิด – โนท
อาจารย์ ดร.อชิตพล	พลเขต
อาจารย์ชลธิดา	แสวานี
อาจารย์สุภาวดี	คชรรัตน์

คณะกรรมการฝ่ายพิธีการ งานเลี้ยงรับรองและต้อนรับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นัฏพร	จิรเจษฎา
อาจารย์สุภาภรณ์	อนุภาพไพโรจน์
อาจารย์พรเทพินทร์	สุขแสงประสิทธิ์
อาจารย์วัชร	เชียงกุล
อาจารย์นันทา	โสภาพร
อาจารย์กิตติธนต์	สุพรรณ
อาจารย์เข็มพร	สุ่มมาตย์
อาจารย์ธัญ	ศรีอิสาน
นางสาวนิลเนตร	สีสา
นางสาวพิมพ์พร	คนสูง
อาจารย์ปริยากร	นักร้อง
นางสาวดวงตา	สีอินทร์มนต์

คณะกรรมการฝ่ายจัดทำเอกสารงานประชุม

อาจารย์ ดร.วนิดา	บุญโถม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธณดม	ราศรีรัตน์
อาจารย์ ดร.มูจรินทร์	แก้วหย่อง
อาจารย์ ดร.สุดาร์ตน์	พงษ์สถิตย์พัฒน์
อาจารย์อุกฤษฏ์	พรณะ
อาจารย์รัตนาวดี	แสงมาลี
อาจารย์จุฑารัตน์	คุณทุม
อาจารย์เอกชัย	คุปตาวาทิน
อาจารย์ปนัดดา	จันทะกล
นางสาวเบญจวรรณ	แสนเมืองชิน

คณะกรรมการฝ่ายการเงินและบัญชี

อาจารย์ ดร.กนกนภัส	โสเชียว
อาจารย์ ดร.จิรัฐติกา	วุฒิพันธุ์
อาจารย์จุฑารัตน์	คุณทุม
อาจารย์นันทา	โสภาพร
นางสาวดวงตา	สีอินทร์มนต์

คณะกรรมการฝ่ายตรวจรับพัสดุ

อาจารย์ปริญกร	นักร้อง
อาจารย์พัลลภ	พรมสาเพ็ชร
อาจารย์ธัญ	ศรีอิสาน
อาจารย์ ดร.ชีวัน	ทองสอดแสง
นายอภิวัฒน์	สุพรรณพุทธา

คณะกรรมการฝ่ายจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

คณบดีคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
หัวหน้าสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

อาจารย์ชนิสรา	เพชรพิเศษศักดิ์
อาจารย์ ดร.ศิวิตา	ภูมิวรณีย์
อาจารย์นันทนลิน	อินทพัฒน์
อาจารย์อัสระพงษ์	เขียนปัญญา
นางสาวสุกัญญา	ปลายงาม

คณะกรรมการฝ่ายประสานงานหน่วยงานภาครัฐและชุมชน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี	นันทศิริพล
อาจารย์ ดร.วนิดา	บุญโฉม
อาจารย์วัชร	เชียงกุล
อาจารย์กิตติชนทัต	สุพรรณ
อาจารย์พชรภัทร	บุญประกอบ
อาจารย์ชลวัชร	ประวาลปัทมกุล
อาจารย์รัตนาวดี	แสงมาลี
อาจารย์อุษา	วัฒนชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฑารัตน์	บุญโท
อาจารย์ปนัดดา	จันทะกล
อาจารย์นันทา	โสภาพร
นางสาวทิฆัมพร	คนสูง

คณะกรรมการฝ่ายยานพาหนะ

อาจารย์พัลลภ	พรมสาเพ็ชร
อาจารย์ฉัตรชัย	สุติภษณะ
อาจารย์อรรถนกุล	สัตย์ณชนม์
นางวาสนา	พ่วงพรพิทักษ์
นายเกริกเกียรติ	วโรรส
นายคุณากร	อินทะรังษี

กำหนดการดำเนินงาน

วันจันทร์ที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

เวลา 08.00 – 09.00 น.	ลงทะเบียน/รับเอกสาร
เวลา 09.00 – 09.10 น.	รับชม VCD Presentation แนะนำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
เวลา 09.10 – 09.45 น.	พิธีเปิด โดย นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กล่าวรายงาน โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ ลิ้มไขแสง อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
เวลา 09.45 – 10.30 น.	ประธานในพิธีเยี่ยมชมบูธนิทรรศการ “9 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนยั่งยืน”
เวลา 10.45 – 12.00 น.	ปาฐกถาพิเศษ “นวัตกรรม 4.0 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการอย่างยั่งยืน” โดย นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
เวลา 12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
เวลา 13.00 – 17.00 น.	การเสวนาเรื่อง “9 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน” ณ ห้องคอนเวนชัน
เวลา 13.00 – 17.00 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย (กลุ่มย่อย) ณ ห้องราชพฤกษ์ 1-5 กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ กลุ่มภาษา สังคม และวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
เวลา 18.30 – 22.30 น.	รับประทานอาหารกลางเย็น ณ ห้องประชุสมโสร

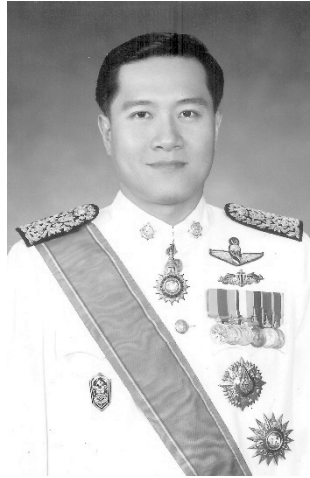
หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

วันอังคารที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

เวลา 09.00 – 12.00 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย (กลุ่มย่อย) ณ ห้องราชพฤกษ์ 1-5 กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ กลุ่มภาษา สังคม และวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
เวลา 12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
เวลา 13.00 – 16.00 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย (กลุ่มย่อย) ณ ห้องราชพฤกษ์ 1-5 กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ กลุ่มภาษา สังคม และวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

รายนามผู้บรรยายพิเศษ (Keynote Speaker)



นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กำหนดการการนำเสนอผลงาน

การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
หัวข้อ «นวัตกรรม 4.0 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการอย่างยั่งยืน»

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ห้อง ราชพฤกษ์ 1

Chairman ผศ.ดร.ดลฤทัย โกววรรณกุล มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Co – Chairman รศ.ดร.สายตา บุญโสม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Coordinator นางสาวเบญจวรรณ แสนเมืองจีน

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
1	13.00 - 13.15 น.	G1-020	สุดารัตน์ แก้วกรม และคณะ	พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวจีน ในจังหวัดภูเก็ต
2	13.15 - 13.30 น.	G1-021	สิปปกร สารอักษร และคณะ	แรงจูงใจและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แบบครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต
3	13.30 - 13.45 น.	G1-029	ดร.ณัฐพัชร์ วรพงศ์, วนิดา วาติเจริญ, เสาวลักษณ์ จิตติมงคล, และแก้วตา ผิวพรรณ	ความพร้อมของชุมชนในการมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไทย-หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม
4	13.45 - 14.00 น.	G1-002	รองศาสตราจารย์ไทย โรจน์ พวงมณี, มัทยา ราชวงษ์, ปัทมา ปัญญาใส, ตันติกร โนนศรี, วีระ อัสโร, และ อภิชา ปลัดทอง	การศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมโดยชุมชนบ้านคำข่า หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร
5	14.00 - 14.15 น.	G1-004	อชิรญา พรหมลัง และคณะ	รูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ ในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์
6	14.15 - 14.30 น.	G1-005	ดร.วันทกัญญา สีมาโรฤทธิ์	ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
7	14.30 - 14.45 น.	G1-007	ญาฎา ศรีวิฑูรย์ และ จิตติมา จันทพร	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยว ชาวจีน

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
8	14.45 - 15.00 น.	G1-008	พัทยศ เพชรวงษ์	การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
9	15.00 - 15.15 น.	G1-017	ดร.ชิดชนก อนันตมงคลกุล และอุมาภรณ์ สมกาย	นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยว 4.0
10	15.15 - 15.30 น.	G1-019	ชนิสรา เพชรพิเศษศักดิ์	ความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหนองเหล็ก อำเภोजอมพระ จังหวัดสุรินทร์

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ห้อง ราชพฤกษ์ 2

Chairman ดร.สัญญา เกียรติทรงชัย ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Co – Chairman ดร.จิรัฐติกา วุฒิพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Coordinator นางสาวอภิญญา จิวยงเจริญ

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
1	13.00 -13.15 น.	G1-030	สุชาติ อินกล้า	รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชน กิจกรรมธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา
2	13.15 - 13.30 น.	G1-033	วีรยา มีสวัสดิกุล, ศิวธิดา ภูมิวรรณ, และศุภฤกษ์ ชงกรานต์ทอง	การศึกษาศูนย์คศึกษาบ้านตากกลาง ที่มีต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษา ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์
3	13.30 - 13.45 น.	G1-035	อรัญญา ทะวะระ และคณะ	รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในชุมชน
4	13.45 - 14.00 น.	G1-038	เกียรติขจร ไชยรัตน์, ภัทรา สมประสงค์, สุภาพร กังจี้, และ ชรัสรา ปานทอง	ผลจากการรวมกลุ่มสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ ฝั่งอ่าวไทยที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ
5	14.15 - 14.30 น.	G1-042	ศิวธิดา ภูมิวรรณ และ วีรยา มีสวัสดิกุล	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชน บ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์
7	14.30 - 14.45 น.	G1-043	นัยนา คำกันศิลป์ และธงชัย นิติรัฐสุวรรณ	ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บูม้า โดยชุมชนประมง กรณีศึกษาบ้านหยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง
8	14.45 - 15.00 น.	G1-044	สุภาพร อรรถพิณ และคณะ	แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว สวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
9	15.00 - 15.15 น.	G1-045	สุภาพร อรรถพิณ และคณะ	การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ มรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยว
10	15.15 - 15.30 น.	G1-046	อรรถพล ก่องแก้ว, ชลธิชา จันทรพิลา, กรวรรณ คำลือ, และอำพร กันทา	ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่ สุนน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
11	15.30 - 15.45 น.	G1-047	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นานา ศรีธรรมศักดิ์ และคณะ	แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
12	15.45 - 16.00 น.	G1-048	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นานา ศรีธรรมศักดิ์ และคณะ	การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร124.ศ. จังหวัดกาญจนบุรี

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมการบริการ

ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ห้อง ราชพฤกษ์ 3

Chairman ผศ.ดร.อารีย์ นัยพินิจ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Co – Chairman ผศ.ดร.ทนายวุฒิ โพธิ์ทองแสนอรุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Coordinator นายภัทรพงศ์ เรืองฤทธิ์

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
1	13.00 - 13.15 น.	G2-037	กมลวรรณ ทาวัน และคณะ	คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2	13.15 - 13.30 น.	G2-039	จิรัฐติกา มานะจรรยาพงศ์ และ ชลธิชา เศรษฐศิลป์	การศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการห้องน้ำ สาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาห้องน้ำ สาธารณะสู่มาตรฐานระดับสากล กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่
3	13.30 - 13.45 น.	G2-054	ไพโรจน์ ธนเลิศโสภิต และ ธนศักดิ์ ต้นดินาคม	แนวทางการให้บริการสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
4	13.45 - 14.00 น.	G2-068	ประทีป พิษทองกลาง, มิ่งขวัญ กันจันะ, และ ประภา สนั่นก้อง	การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัด เชียงใหม่
5	14.00 - 14.15 น.	G2-073	ณัฐพร เครือหมาน และคณะ	ผลกระทบการปิดโรงแรมนันทารีสอร์ท แอนด์ สปา อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง
6	14.15 - 14.30 น.	G2-074	ศักดิ์สยามันต์ โยสามเสน และ ประทีป พิษทองกลาง	การบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
7	14.30 - 14.45 น.	G2-040	กนกภรณ์ ครุฑภาพันธุ์	พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวจีนที่ส่งผลต่อการ บริการภายในห้องอาหารของโรงแรมระดับ 4 ดาว

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

กลุ่มที่ 3 บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ

ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ห้อง ราชพฤกษ์ 4

Chairman ผศ.ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Co – Chairman ดร.พิชญะภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Coordinator นางสาวทิฆัมพร คนสูง

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
1	13.00 -13.15 น.	G3-036	กรรณิกา บัวทองเรือง, จิรัชญา บุญช่วย, และศุภพิชญ์ บุญเกื้อ	การจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดตรัง
2	13.15 - 13.30 น.	G3-060	อนาวิน สุวรรณะ, จินณพัช ปทุมพร, และ ดลฤทัย ไกรวรรณกุล	ตัวแบบการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการประชุม องค์กร จังหวัดเชียงราย
3	13.30 - 13.45 น.	G3-016	อิสระพงษ์ เขียนปัญญา	แนวทางความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไม่ซ์ จังหวัดสุรินทร์
4	13.45 - 14.00 น.	G3-023	สาลินี ยันตะพันธ์, สุญาดา พุ่มเกตุ, อรุณชัย กุลชาติ, และ สุภาวิตา อินทรพาณิชย์	ผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จัดจำหน่ายโตโยต้าแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสกลนคร
5	14.00 - 14.15 น.	G3-024	สุมินตรา สีนานวล, ปนัดดา คิตติโคต, ณัฐธยาน์ กองจันทร์, และ สุภาวิตา อินทรพาณิชย์	ผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงานที่มีผล ต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัทผลิตเสื้อผ้า สำเร็จรูปแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
6	14.15 - 14.30 น.	G3-026	อรอนงค์ อำภา	ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี และความน่าเชื่อถือกับความตั้งใจใช้แอปคอมเมอร์ช ของผู้บริโภคชาวไทย

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562

กลุ่มที่ 4 ภาษา วัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ห้อง ราชพฤกษ์ 5

Chairman ผศ.ดร.เด่นดีศักดิ์ ดอกจันทร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

Co – Chairman ดร.อารีรัตน์ เชื้อบุญเกิด-โนท

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วิทยาเขตขอนแก่น

Coordinator นายคุณากร อินทะรังษี

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
1	13.00 -13.15 น.	G4-003	ศศิธร รัตนประยูร	การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการสอน วิชาภาษาอังกฤษ และวัฒนธรรม
2	13.15 - 13.30 น.	G4-056	ชูเกียรติ ศิริวงศ์, กิริติญา ศิริกุล, เกศินี วรปัสสุ, และศิริพร มารังค์	เอกลักษณ์ร้านอาหารฟู้ดทรัคท้องถิ่นเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่
3	13.30 - 13.45 น.	G4-075	สุรวดี สิทธิสระ และคณะ	การพัฒนาคำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยการเรียนรู้ ที่เน้นภาระงาน
4	13.45 - 14.00 น.	G3-061	ดร.นวรรตน์ พรหมอุปถัมภ์	แนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบปริญญาตรี 2 ปริญญา หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว (นานาชาติ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้าน นา เชียงใหม่
5	14.00 - 14.15 น.	G3-027	นุชนาถ ทับครุฑ, ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ, และ ณพิชญา เด็ดโฉม	การเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจ ชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง
6	14.15 - 14.30 น.	G3-031	ภูมิพัฒน์ ทองคำ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพของ นักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม
7	14.30 - 14.45 น.	G3-072	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม	การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่ เกี่ยวข้องกันและวิธีกำหนดราคาของรายการ ระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการ บัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558)

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ห้อง ราชพฤกษ์ 1

Chairman ผศ.ดร.ดลฤทัย โกวรรณะกุล มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Co – Chairman ดร.อารีรัตน์ เชื้อบุญเกิด-โนท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Coordinator นางสาวเบญจวรรณ แสนเมืองจีน

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
1	9.00 - 9.15 น.	G1-049	นานา ศรีธรรมศักดิ์, รติรัตน์ เขียวมีสวน, และ อัดฉรา สาสี	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวนิทรรศน์ รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2	9.15 - 9.30 น.	G1-050	ณัฐธิดา คาแพง, ฐิติญาณ ตาตะ, ศินิทธา มุลทา, และ ชูเกียรติ ศิริวงศ์	พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยว ชาวไทย จังหวัดเชียงใหม่
3	9.30 - 9.45 น.	G1-053	วรัญญา ฐานะ, เจนจิรา กันทา, และ ศิริลักษณ์ แก้วมา	การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ชุมชนสันติดินแดง ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
4	9.45 - 10.00 น.	G1-055	ธนาวัฒน์ ปัทมฤทธิกุล	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดน ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง: ไทย-ลาว-เวียดนาม
5	10.00 - 10.15 น.	G1-058	ดร.กัญญาณฤจน์ ไชเออร์ส และ ดร.ภาคภูมิ ภักดีวิลาส	แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยว ของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่
6	10.15 - 10.30 น.	G1-059	พิรพงษ์ ไชยวงศ์ และภุรินทร์ เตชะเสนา	การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์:กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผล กระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่
7	10.30 - 10.45 น.	G1-067	วรพงษ์ ด้วน้อย, ประทีป พิษทองกลาง, และนิศรา จันทรเจริญสุข	การจัดการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพใน จังหวัดเชียงใหม่
8	10.45 - 11.00 น.	G1-069	ชัยวัฒน์ ต่อมดวงแก้ว, ประทีป พิษทองกลาง, และอาภากร ปัญญ	เส้นทางบุญ: แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน
9	11.00 - 11.15 น.	G1-070	ญาดาวิมินทร์ พิษทองกลาง, มิ่งขวัญ กันจันะ, และ ประทีป พิษทองกลาง	การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ สำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
10	11.15 - 11.30 น.	G1-018	ชลวัชร ประवालπίทมกุล	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการตีความวิถีชีวิตชาวอีสานและบทบาทสตรีอีสาน ในภาพจิตรกรรมฝาผนัง คະລຳ ຄນ วัดพระธาตุแก่นนคร ขอนแก่น
11	11.30 - 11.45 น.	G2-012	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี นันทศิริพล	แนวทางการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยว จังหวัดขอนแก่น
12	11.45 - 12.00 น.	G2-013	วัชรระ เชียงกุล	พฤติกรรมและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด
13	12.00 - 12.15 น.	G2-014	กิตติ์ธนต์ สุปรรณ, พชรภัทร บุญประกอบ, และวัชรระ เชียงกุล	พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562

กลุ่มที่ 3 บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ

ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ห้อง ราชพฤกษ์ 2

Chairman ผศ.ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Co – Chairman ผศ.ดร.ทนายวุฒิ โพธิ์ทองแสงอรุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Coordinator นางสาวทิฆัมพร คนสูง

ลำดับ	เวลา	รหัสผลงาน	ชื่อนักวิจัย	ชื่องานวิจัย
1	9.00 - 9.15 น.	G3-001	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จุฑารัตน์ บุญโท และคณะ	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจ ค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครขอนแก่น
2	9.30 - 9.15 น.	G3-010	เอกชัย คุปตาวาทิน	ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ในการจัดสรรการขนส่ง น้ำมันดีเซล ไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย กรณีศึกษา คลังน้ำมัน จังหวัดสระบุรี
3	9.45 - 9.30 น.	G3-011	ปนัดดา จันทะกล, ชัยฤกษ์ เพชรทอง, และ กรรณก อ่อนศรีชัย	พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการ เลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของประชากรใน เขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น
4	10.00 - 9.45 น.	G3-015	ดร.ชีวัน ทองสอดแสง และ ดร.โสภิตา สัมปัตติกร	การรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีผลต่อความ สัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการประกอบอาชีพ กับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน
5	10.15 - 10.00 น.	G3-062	รองศาสตราจารย์ ดร.สายตา บุญโถม และคณะ	การศึกษาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน นานาชาติอุดรธานี
6	10.30 - 10.15 น.	G3-063	ดร.ปัทมากร เนตยวิจิตร	การพัฒนาบทเรียน โดยใช้แอปพลิเคชันของ Google คือ Google app for Education เพื่อ พัฒนาบทเรียนการสอนของวิชา Data Structure and Algorithm
7	10.45 - 10.30 น.	G3-064	วิมลศรี เกตุโสภณ	การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษา บนแอนดรอยด์
8	11.00 - 10.45 น.	G3-065	สาวิตรี จูมเกตุ, เก่งกวี อึ้งรัตนวงศ์, จักรวรรดิ เพ็ญศรี, และปณัสยา ประภูษะเนย์	ระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจ ศึกษาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่
9	11.15 - 11.00 น.	G3-066	ดร. พิษณุภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ	การประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุคใน การเรียนการสอน รายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บ แบบพลวัต
10	11.30 - 11.15 น.	G3-071	ศรารุช ชี้อุฒิกุล	ระบบการจองรถเช่าการให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ REST ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
11	11.45 - 11.30 น.	G1-022	นางสาวนันทา โสภภาพร	โอกาสที่ท้าทายและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพจังหวัดขอนแก่น

สารบัญ

หน้า

สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	ก
สารจากรองอธิการบดี ประจำวิทยาเขตขอนแก่น	ข
สารจากคณบดี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ	ค
กลุ่มการนำเสนอ	ง
กรรมการฝ่ายจัดประชุมวิชาการ	ง
กำหนดการดำเนินงาน	ญ
รายนามผู้บรรยายพิเศษ	ฉ
กำหนดการนำเสนอผลงาน	ฐ

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- G1-002 การศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมโดยชุมชนบ้านคำข้า
หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรมณานิคม จังหวัดสกลนคร
รองศาสตราจารย์ ไทยโรจน์ พวงมณี
- G1-004 รูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์
อชิรญา พรหมลิ่ง, ดนยา โคตรอินทร์, สิริรัตน์ สุขสมทรัพย์, ลภัสสรดา เอี่ยมเก็บ,
นงนภัส พิพัฒน์วัชร, และปิยะพงษ์ สรรพคุณ
- G1-005 ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
วันทกาญจน์ สีมารุทธี
- G1-007 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน
ของนักท่องเที่ยวชาวจีน
ญาฎา ศรีวิฑูรย์ และ จิตติมา จันทพร
- G1-008 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน
กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
พัทยศ เพชรวงษ์
- G1-017 นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยว 4.0
ดร. ชิตชนก อนันตมงคลกุล และ อุมารมณ์ สมกาย
- G1-018 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการตีความวิถีชีวิตชาวอีสานและบทบาทสตรีอีสาน
ในภาพจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ ณ วัดพระธาตุแก่นนคร ขอนแก่น
ชลวัชร ประवालปัญกุล
- G1-019 ความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหนองเหล็ก อำเภอจอมพระ
จังหวัดสุรินทร์
ชนิสรา เพชรพิเศษศักดิ์ และ นัชณลิน อินทพัฒน์

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- G1-020 พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดภูเก็ต
สุดาร์ตน์ แก้วกรม และคณะ
- G1-021 แรงจูงใจและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต
ลีปกร สารอักษร และคณะ
- G1-022 โอกาสที่ท้าทายและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น
นัทชา โสภาพร
- G1-029 ความพร้อมของชุมชนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน
หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ดร.ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์, วณิดา วาติเจริญ, เสาวลักษณ์ จิตติมงคล, และรุ่งทิวา ชูทอง
- G1-030 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชน กิจกรรมธรรมชาติ ที่ไม่ธรรมดา
สุชาติ อินกล้า
- G1-033 การศึกษาศูนย์ศึกษาศึกษาบ้านตากกลาง ที่มีต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็ง
กรณีศึกษาตำบลกระโพ อำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดสุรินทร์
วีรยา มีสวัสดิกุล, ศิวธิดา ภูมิวิรมณี, และ ศุภฤกษ์ ชงกรานต์ทอง
- G1-035 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน
อรัญญา ทะวะระ, อภิษฎา คงกุล, หงส์รดา บุญศรี, ปิยะกมล หนูเชื้อ, และจุติมา บุญมี
- G1-038 ผลจากการรวมกลุ่มสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัด
ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ
ดร.เกียรติขจร ไชยรัตน์, ภัทรา สมประสงค์, สุภาพร กังจี้, และชรัสรา ปานทอง
- G1-042 ศักยภาพการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์
ดร.ศิวธิดา ภูมิวิรมณี และ วีรยา มีสวัสดิกุล
- G1-043 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ป่าโดยชุมชนประมง กรณีศึกษาบ้านหยงสตาร์
ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง
นัยนา คำกันศิลป์ และ ธงชัย นิธิรัฐสุวรรณ
- G1-044 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวสวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร
ดร. สุภาพร อรรถพิณ และคณะ
- G1-045 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว
ดร.สุภาพร อรรถพิณ และคณะ

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- G1-046 ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุนน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
อรรถพล ก่องแก้ว, ชลธิชา จันทร์พิลา, กรวรรณ คำลือ, และอำพร กันทา
- G1-047 แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นานา ศรีธรรมศักดิ์ และคณะ
- G1-048 การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124
จังหวัดกาญจนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นานา ศรีธรรมศักดิ์ และคณะ
- G1-049 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นานา ศรีธรรมศักดิ์, รติรัตน์ เขียวมีส่วน, และ อัจฉรา สาลี
- G1-050 พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดเชียงใหม่
ณัฐธิดา คาแปง, ฐิติชญาณ์ ตาต๊ะ, คณิตรา มุลทา และ ชูเกียรติ ศิริวงศ์
- G1-053 การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนสันดินแดง
ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
ศิริลักษณ์ แก้วมา, เจนจิรา กันทา และวรัญญา ฐานะ
- G1-055 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภาคแม่น้ำโขง :
ไทย-ลาว-เวียดนาม
ธนาวัฒน์ ปัทมฤทธิ์กุล
- G1-058 แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง
ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่
ดร.กัญญากาญจน์ ไชเฮอร์ส และ ดร.ภาคภูมิ ภาควิภาส
- G1-059 การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์:กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับ
ผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่
พีรพงษ์ ไชยวงศ์ และภูรินทร์ เตชะเสนา
- G1-067 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่
วรพงษ์ ด้วงน้อย และ ประทีป พิษทองกลาง
- G1-069 เส้นทางบุญ: แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน
ชัยวัฒน์ ต่อมดวงแก้ว และ ประทีป พิษทองกลาง
- G1-070 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว
จังหวัดเชียงใหม่
ญาดาวิมินทร์ พิษทองกลาง และ มิ่งขวัญ กันจันะ

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมการบริการ

- G2-012 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยวจังหวัดขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี นันทศิริพล
- G2-013 พฤติกรรมและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา
กลุ่มฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด
วัชร เชียงกุล
- G2-014 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างบริษัทไทยและ
ต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น
กิตติธนต์ สุพรรณิ, พชรภัทร บุญประกอบ, และวัชร เชียงกุล
- G2-037 คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
กมลวรรณ ทาว์น, สยมภู อุณยะพันธ์, เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร, กนกพร ล้นเทพ,
ธวัชชัย ทำทอง, และกนกอร ศิริวิธิต
- G2-039 การศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อพัฒนาห้องน้ำสาธารณะสู่มาตรฐานระดับสากล กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติ
ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่
จิรัฐติกาล มานะจรรยาพงศ์ และชลธิชา เศรษฐศิลป์
- G2-040 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวจีนที่ส่งผลต่อการบริการภายในห้องอาหาร
ของโรงแรมระดับ 4 ดาว
กนกภรณ์ ครุฑภาพพันธ์, ทัดพิชา หฤทัยวรกุล, และบุศรา ตั้งศิริพัฒน์ภรณ์
- G2-054 แนวทางการให้บริการสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่เอน จังหวัดเชียงใหม่
ดร.ไพโรจน์ ธนเลิศโคภิต และธนกัณฑ์ ดันตินาคม
- G2-068 การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประทีป พิษทองกลาง, มิ่งขวัญ กันจันะ, และประภา สนน้อง
- G2-073 ผลกระทบการปิดโรงแรมนันทารีสอร์ท แอนด์ สปา อำเภอสีเกา จังหวัดตรัง
ณัฐพร เครือหมาน
- G2-074 การบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ศักดิ์สายันต์ ไยสามเสน และประทีป พิษทองกลาง

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

กลุ่มที่ 3 บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ

- G3-001 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป
เขตเทศบาลนครขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จุฑารัตน์ บุญโท
- G3-010 ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ในการจัดสรรการขนส่งน้ำมันดีเซล ไปยังภาคตะวันออก
เฉียงเหนือของไทย กรณีศึกษา คลังน้ำมัน จังหวัดสระบุรี
เอกชัย คุปตาวาทิน
- G3-011 พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car
ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น
ปนัดดา จันทะกล, ชัยฤกษ์ เพชรทอง, และกรรณก อ่อนศรีชัย
- G3-015 การรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการ
ประกอบอาชีพกับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน
ดร.ชีวัน ทองสอดแสง และ ดร.โสภิตา สัมปัตติกร
- G3-016 แนวทางความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์
อิสระพงษ์ เขียนปัญญา
- G3-023 ผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
ของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้า กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร
สาลิณี ยันตะพันธ์, สุธาดา พุ่มเกตุ, อรุณชัย กุลชาติ, และสุภาวิตา อินทรพาณิชย์
- G3-024 ผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน
บริษัทผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
สุมินตรา สีนานวล, ปนัดดา คิตุโคต, ณัฐธยาน์ กองจันทร์ และสุภาวิตา อินทรพาณิชย์
- G3-026 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและความน่าเชื่อถือกับความตั้งใจใช้
แอปคอมเมอร์ซของผู้บริโภคชาวไทย
อรอนงค์ อำภา
- G3-027 การเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง
นุชนาถ ทับครุฑ
- G3-031 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม
ภูมิพัฒน์ ทองคำ, สุภาวดี พุ่มไสว, กรรณิการ์ บุรพาพิชิตภัย, วาริรัตน์ ทิพวารี
และ หทัยรัตน์ ปัทมาวิวัฒน์
- G3-036 การจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิผลต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดตรัง
กรรณิกา บัวทองเรือง

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

กลุ่มที่ 3 บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสารสนเทศ

- G3-060 ตัวแปรการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการประชุมองค์กร จังหวัดเชียงราย
อนาวิน สุวรรณะ
- G3-061 แนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบปริญญาตรี 2 ปริญญา หลักสูตรการจัดการการ
ท่องเที่ยว (นานาชาติ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
ดร.นวรรตน์ พรหมอุปถัมภ์
- G3-062 การศึกษาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.สายตา บุญโถม, พรเทพินทร์ สุขแสงประสิทธิ์, วนิดา บุญโถม
รัตนาวดี แสงมาลี และอภิญญา จิวยงเจริญ
- G3-063 การพัฒนาบทเรียน โดยใช้แอปพลิเคชันของ Google คือ Google app for Education
เพื่อพัฒนาบทเรียนการสอนของวิชา Data Structure and Algorithm
ดร. ปัทมากร เนตยวิจิตร
- G3-064 การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์
วิมลศรี เกตุโสภณ
- G3-065 ระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่
สาวิตรี จุมเกตุ, เก่งกวี อึ้งรัตนวงษ์, จักรวรรดิ เพ็ญศรี, และปณัสยา ประภูษะเนย์
- G3-066 การประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการเรียนการสอน
รายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต
ดร. พิษณุภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ
- G3-071 ระบบการจองรถเช่าการให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ REST ผ่านระบบ
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต
ศราวุธ ชี้อุฒิกุล
- G3-072 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันและวิธีกำหนดราคาของ
รายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุนันทร เป้าธรรม และคณะ

กลุ่มที่ 4 ภาษา วัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

- G4-003 การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษ และวัฒนธรรม
ศศิธร รัตนประยูร
- G4-056 เอกลักษณ์ร้านอาหารฟู้ดทรัคท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อาหาร
จังหวัดเชียงใหม่
ชูเกียรติ ศิริวงศ์, กীরติญา ศิริกุล, เกศินี วรรณสุ และศิริพร มารังค์
- G4-075 การพัฒนาคำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยการเรียนรู้ที่เน้นภาระงาน
สุรวดี ลิทธิสระ

การศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมโดยชุมชนบ้านคำข่า หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร

A STUDY OF LIFESTYLE-CULTURE BASED TOURISM MANAGEMENT POTENTIAL OF KHAM KA VILLAGE, MOO 4, RAI SUB-DISTRICT, PANNANIKHOM DISTRICT, SAKHONNAKON PROVINCE

ไทยโรจน์ พวงมณี¹ มัสยา ราชนวงศ์² ปัทมา ปัญญาใส³ ตันติกร โนนศรี⁴ วีระ อิสโร⁵ อภิชา ปลัดทอง⁶
Thairoj Phoungmanee¹ Masaya Rachawong² Pattama Panyasai³ Tuntigon Nonsri⁴ Veera Issaro⁵
Apicha Paludkong⁶

¹⁻³คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ⁴คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
⁵⁻⁶สำนักวิชาการศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจบริบทของพื้นที่การท่องเที่ยวและ 2) ศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม บ้านคำข่า หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย นายกเทศบาลตำบล ตัวแทนเทศบาลตำบล ผู้ใหญ่บ้าน ประธานกลุ่มวิสาหกิจ ผู้สื่อความหมาย ปราชญ์ชาวบ้าน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือการประชุม การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์และการศึกษาเอกสารวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า

1. ชุมชนบ้านคำข่า หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร เริ่มต้นเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวเมื่อ ปี พ.ศ.2561 ตามโครงการ OTOP นวัตกรรม ของกรมพัฒนาชุมชน โดยเป็นหมู่บ้านที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งเชิงวิถีวัฒนธรรมและเชิงธรรมชาติ

2. ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม มีดังนี้ 2.1) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีการจดทะเบียนการจัดตั้งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว เน้นกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วม 2.2) ด้านบุคลากร พบว่า มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเกี่ยวกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โฮมสเตย์ การเป็นผู้สื่อความหมาย การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 2.3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่า มีการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสถึงคุณค่าและประสบการณ์ทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม 2.4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีการจัดที่พัก อาหารได้มาตรฐาน และมีพาหนะพานักท่องเที่ยวไปตามเส้นทางท่องเที่ยว และการสร้างความปลอดภัยภาพรวม

คำสำคัญ : การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านคำข่า การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อม

¹ E-mail : thai-roj@hotmail.com Tel : 0897094272

Abstract

The purposes of this research were to 1) survey the geographical location of tourism of Kham Kha village, Moo 4, Rai Subdistrict, Pannanikom District, Sakhonakhon Province, 2) and to study the lifestyle-culture based tourism management potentials of Kham Kha village, Moo 4, Rai Subdistrict, Pannanikom District, Sakhonakhon Province. The target group was consisted of the mayor of Rai Sub-district, representatives of Rai Sub-District municipality officers, Tourism academic persons, heads of the villages, community enterprise chairpersons, tourism interpreters, and local scholars. Methodology and instruments for collecting data were meeting, focus-group, interview, and documentary review. Content analysis was used for analyzing the data and descriptive analysis was used for presenting the data. Results of the study were as follows.

1. Kham Kha community, Moo 4, Rai Sub-District, Pannankom, Sakonnakhon Province, became a tourism village in พ.ศ.2018 according to the OTOP Nawawitee Project created by the Community Development Department. The village had potential resources for tourism included both cultural and natural resources.

2. The Result of the Lifestyle-Culture based Tourism management potential of Kham Kha Village Tourism Management group were found as follow. 2.1) Management aspect: it was registered for establishing tourism management group with certain roles and responsibilities focusing on the participation of the people in community ; working together 2.2) Personnel aspect, there was a potential development program for staff to obtain knowledge of being good hosts, homestay manager, interpreters, and holding tourism activity; organizers 2.3) Tourism aspect, the tourism route map and activity for tourists were conducted for tourists to realize the value and experience of true lifestyle and culture. 2.4) Facility aspect, there was a tourism area appropriated for learning along with standard accommodation, local food and vehicles taking tourists to travel from place to place following the tourism route and providing safety for tourists all over the area.

Keywords : Village Tourism Management Kham Kha Village Lifestyle-Based Tourism local wisdom of Indigo dyes

บทนำ

ชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวมักจะมีองค์ประกอบหลักเพื่อนำมาสู่การจัดการท่องเที่ยวเช่น 1) การมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น การมีแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ 2) เน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติ มีการจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และมีการควบคุมการพัฒนาอย่างมีขอบเขต 3) มีกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ความประทับใจ การสร้างความตระหนักและการปลูกจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และ 4) ชุมชน มีส่วนร่วมที่เริ่มจากการร่วมคิด ร่วมวางแผนและร่วมปฏิบัติตามแผน ร่วมได้รับประโยชน์ ร่วมติดตาม ร่วมตรวจสอบร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวที่จะก่อประโยชน์ต่อท้องถิ่น และยังสมารถที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ได้มาจากผลตอบแทนของการบริหารจัดการท่องเที่ยว และมีผลตอบแทนกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่อไปด้วย (อรัญญา ปฐมสกุลวิศาล ศรีมหาโร และสมคิด รัตนพันธุ์, 2560 : 177-194)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีชุมชนเป็นผู้ดำเนินการและชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนถือว่าเป็นระบบการจัดการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายและมีการนำมาปรับประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมีเป้าหมายที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลด้านเศรษฐกิจ สังคม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น ทั้งช่วยกระตุ้นการรักษาสีเขียว การสร้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชน และแก้ไขปัญหาความยากจน อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงของ

การจัดการท่องเที่ยวชุมชนก็มักจะไม่คำนึงถึงศักยภาพและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมซึ่งเป็นรากฐานและรากเหง้าของชุมชน (พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, 2557 : 650-655)

การจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบความสำเร็จนั้นจะมีองค์ประกอบหลักคือศักยภาพทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกระบวนการคิดแบบยั่งยืน ที่เน้นการมีจิตสำนึกที่ดี การให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการสร้างความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ด้านรายได้ แต่มุ่งที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งตัวผู้นำชุมชนที่มีการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ (พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, 2557 : 650-655) ซึ่งการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนถือว่ามีสำคัญในการที่จะช่วยให้การดำเนินการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ นับตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมแก้ปัญหาและร่วมรับผลประโยชน์

หมู่บ้านการท่องเที่ยวบ้านคำเช่า หมู่ที่ 4 เทศบาลตำบลไร่ อำเภอพรรณนานิคม จังหวัดสกลนคร เป็นหมู่บ้านหนึ่งใน 3 หมู่บ้านของอำเภอที่มีการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยเริ่มต้นจากการเป็นหมู่บ้านที่มีปราชญ์ชาวบ้านเฉพาะศาสตร์เช่น ปราชญ์เกี่ยวกับการย้อมคราม ปราชญ์เกี่ยวกับการปลูกเห็ด ปราชญ์เกี่ยวกับการทอผ้า รวมถึงเป็นหมู่บ้านที่มีการตั้งมากกว่า 200 ปีและมีความเชื่อเกี่ยวกับวัดและพระสงฆ์องค์เจ้าที่มีชื่อเสียงดังปรากฏว่ามีญาติโยมเดินทางเข้ามาในพื้นที่บ้านคำเช่าเพื่อมานมัสการ “หลวงปู่เทสก์ เทสรังสี” วัดถ้ำขาม การมีทุนทางปัญญาและทุน

ทางธรรมชาติทำให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนความรู้และนำชาวบ้านในหมู่บ้านอื่นๆมาเรียนรู้โดยการเข้าพักบ้านของชาวบ้านในชุมชนและมีการศึกษาเรียนรู้ อบรมความรู้ต่างๆโดยมีชาวบ้านในชุมชนเป็นวิทยากรผู้ให้ความรู้ เช่นเดียวกับยุทธศาสตร์ของเทศบาลตำบลไร่ที่มีการระบุไว้ในแผนเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสร้างการกินดีอยู่ดีให้กับชาวบ้านในชุมชน จึงทำให้เกิดการพัฒนาการมาสู่การจัดการท่องเที่ยวชุมชนและมาชัดเจนเมื่อมีกระแสและการดำเนินการของพัฒนาชุมชนในการคัดเลือกหมู่บ้านมาพัฒนาให้เป็นหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรม โดยดึงเอาอัตลักษณ์ที่มีคุณค่ามานำเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านคำข่อยต้องมีจุดที่จะต้องพัฒนา เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่องจากการศึกษาพบว่าในรอบปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้และมีประสบการณ์กับการท่องเที่ยวของชุมชนมากกว่า 5,000 คน โดยมาจากภาคส่วนราชการและเดินทางเข้ามาผ่านการรับรู้จากสื่อออนไลน์ที่มีนักท่องเที่ยวนำข้อมูลและภาพวิถีชีวิตของชุมชนไปนำเสนอ จากการศึกษาของ อรัญญา ปฐมสกุล วิชาล ศรีมหาวโร และสมคิด รัตนพันธุ์ (2560 : 177-194) พบว่า คนในชุมชนการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ขาดความร่วมมือ และขาดผู้นำความคิดด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่นเดียวกับการความความต้องการในการที่จะพัฒนาทำให้พื้นที่เป็นการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน ทั้งโฮมสเตย์กลุ่มสื่อสารทางวัฒนธรรมและกลุ่มที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชนอื่นๆ คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านคำข่อย หมู่ที่ 4 อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจบริบทของพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนบ้านคำข่อย หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนบ้านคำข่อย หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึงการเดินทางออกไปจากบ้านหรือที่พักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา เพื่อการสร้างสรรค์หรือการเรียนรู้ส่งผลทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นระหว่างคนในชุมชน ธุรกิจและการบริการในชุมชนและนักท่องเที่ยว (ปฐม หงส์สุวรรณ, 2560 : 2341) โดยชุมชนจะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวนำมาเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว ที่อาจเป็นสิ่งที่มีมาแต่เดิมเช่นประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ การดำเนินชีวิต ความเชื่อความศรัทธา สถาปัตยกรรมและศิลปหัตถกรรม คำว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมที่แต่ละประเภทจะทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้และเกิดผลทางความสนใจที่ได้เข้าใจในความงดงามของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ผ่านการจัดการผ่านการท่องเที่ยวภายใน 1-2 วัน (ไทยโรจน์ พวงมณี, 2560 : 98-117)

การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนที่เริ่มโดยชุมชนเองอาจมีลักษณะที่ยังไม่เป็นระบบทั้งเรื่องของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริหารจัดการคน และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เริ่มต้นจากชุมชนเองการที่มีนักวิชาการและนักวิจัยจากภายนอกเดินทางเข้าไปเป็นพี่เลี้ยงหรือจัดกระบวนการเรียนรู้ให้ก็จะส่งผลทำให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

(ไทยโรจน์ พวงมณี, 2560 : 118-132) คำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หมายถึง การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบันโดยไม่ส่งผลกระทบต่อคนรุ่น ส่วนการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นจะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอเหมาะ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ใช้ต่อไปได้ ในระยะยาวและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างผู้เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย (ไพฑูรย์ พงษ์ศະบุตรและ วิลาสวงษ์ พงษ์ศະบุตร, 2554 : 1) ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นการนำเอาทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางปัญญา และทุนทางวัฒนธรรมมาสู่การพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวและการสร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับตนเองผ่านกระบวนการวางแผนการดำเนินการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเองจะส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเองพึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นมีการรวมตัวกัน สร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม และ 3) สิ่งแวดล้อม (วีระพล ทองมา, 2547 : 17-22)

กล่าวได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนล้วนเกิดขึ้นจากการมีต้นทุนทางธรรมชาติและต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ต้องมีความเฉพาะ แตกต่างและโดดเด่นจึงจะสามารถนำมาสู่การสร้างเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวและเชื่อมโยงมาสู่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

2. แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชนนับว่าจำเป็นต่อการนำมาใช้เพราะสามารถช่วยสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน เสริมสร้างเศรษฐกิจ สังคม และสร้างองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อเป็นการลดช่องว่างของคนในชุมชนให้เกิดความเท่าเทียมกัน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา

(2542 : 12-20) กล่าวว่าแนวคิดของการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังนี้ 1) การให้องค์กรชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการเจรจาต่อรองสำหรับวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 2) การให้ชุมชนท้องถิ่นจัดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยตนเอง

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจคณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพโดยมีการประสานงานไปยังกลุ่มประชากรเป้าหมายในพื้นที่มีรายละเอียดของการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรเป้าหมาย ประกอบด้วย นายกเทศบาลตำบลไร่ ตัวแทนของเทศบาลตำบลไร่ ผู้ใหญ่บ้าน ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้สื่อสารความหมายทางการท่องเที่ยว ปราชญ์ชาวบ้าน ตัวแทนชาวบ้านจำนวน 35 คน ได้มาโดยวิธีการเจาะจง โดยพิจารณาจากการ 1.1) การเป็นผู้บริหารจัดการกลุ่มการท่องเที่ยว 1.2) มีความรู้ความเข้าใจและมีประสบการณ์ในการฝึกอบรมและการต้อนรับนักท่องเที่ยว 1.3) มีทักษะและความสามารถในการสื่อสาร และ 1.4) มีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว โฮมสเตย์ และการเป็นผู้สื่อความหมาย

2. วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 2.1) การประชุม เพื่อการระดมความคิดเห็นและการวิเคราะห์สถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชน (SWOT) ทรัพยากรการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากร 2.2) การสนทนากลุ่ม มีแนวคำถามถึงศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน 2.3) การสัมภาษณ์ มีแนวคำถามเกี่ยวกับศักยภาพของหมู่บ้านในการจัดการท่องเที่ยว และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนที่เป็นอยู่ และ 2.4) การศึกษาเอกสาร

3. วิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4. การนำเสนอข้อมูล ด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย

1. บริบทของพื้นที่การจัดการท่องเที่ยว

บ้านคำข่า หมู่ที่ 4 ตำบลไร่ อำเภอพรณานิคม จังหวัดสกลนคร ตามประวัติระบุว่ามีการตั้งหมู่บ้านมากกว่า 200 ปี ชาวภูไทในพื้นที่อพยพมาจากเมืองน้ำน้อยอ้อยหนูที่อยู่ในบริเวณสิบสองจุไทยในดินแดนสิบสองปันนาใกล้กับประเทศจีนอันเนื่องมาจากเกิดภัยแล้งและเกิดโรคระบาดอย่างรุนแรง จึงได้เคลื่อนตัวอพยพหนีภัยกันมาอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เวียงจันทน์ ต่อมาได้ย้ายไปอาศัยอยู่ที่เมืองวัง (เมืองไชยยะบูลี) โดยอยู่อาศัยมาจนถึงราวสมัยรัชกาลที่ 3 จึงได้มีการอพยพมาอยู่ที่ฝั่งไทยโดยมีกลุ่ม 2 ฝั่งคือ ตาเพชรและตาเพ ที่เป็นแนวหน้าพากันเดินทางบุกป่าฝ่าดงเข้ามา และเลือกพื้นที่บริเวณที่มีหนองน้ำและมีน้ำซับออกมาตั้งบ้านเรือนและทำมาหากิน ซึ่งบริเวณโดยรอบเป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์ทั้งสรรพสัตว์ต่างๆ และพืชโดยเฉพาะต้นข่าที่มีอยู่มากในบริเวณแหล่งน้ำต่อมาเมื่อมีชาวบ้านอพยพมาอยู่มากขึ้น จึงมีการแต่งตั้งผู้นำเพื่อปกครองชุมชน จึงมีการตั้งชื่อหมู่บ้านร่วมกันว่า “บ้านคำข่า” ตั้งแต่นั้นมา ปัจจุบันมีนายประวิทย์ จุลณีย์เป็นผู้ใหญ่บ้านปกครองหมู่บ้านและเป็นผู้นำชาวบ้านจัดการท่องเที่ยวในชุมชนมาจนถึงปัจจุบัน

บ้านคำข่าหมู่ที่ 4 มีพื้นที่ทั้งสิ้น 1,665 ไร่ โดยแบ่งเป็นพื้นที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำการเกษตรกรรมจำนวน 1642 ไร่ มีอาณาเขตทิศเหนือติดบ้านวังยาง ตำบลวังยาง อำเภอพรณานิคม ทิศใต้ ติดบ้านคำเจริญ ตำบลไร่ อำเภอพรณานิคมทิศตะวันออก ติดบ้านคำข่า ตำบลไร่ และทิศตะวันตกติดบ้านโนนอุดม ตำบลไร่ มีจำนวนครัวเรือน 152 ครัวเรือน มีประชากรทั้งสิ้น 667 คน แยกเป็นชายจำนวน 333 คนและหญิง

จำนวน 334 คน มีภาษาพูดเฉพาะคือ ภาษาภูไท หรือ ไทภูหอ ชาวบ้านส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนา มีวัดประจำหมู่บ้าน 5 วัด คือวัดอาจาโรรังสี วัดศรีชมพู วัดถ้ำขาม สำนักสงฆ์หนองชุมเงิน โดยทุกเข้าพระในแต่ละวัดจะออกมาบิณฑบาต โดยการแยกออกไปในแต่ละคุ้มเพื่อให้ชาวบ้านที่ร่อยุ่หน้าบ้านได้ใส่บาตรตามครรลองแห่งวิถีชาวบ้าน

บ้านคำข่ามีคำขวัญประจำหมู่บ้านคือ “วัฒนธรรมภูไทรักษ์ชีวิต วัดศรีชมพูศักดิ์ศรี วัดอาจาโรรังสีงาม วัดถ้ำขามร่มรื่น ภาคพื้นเกษตรกรรม น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง โรงเรียนเลิศล้ำวิชา ภาษาเว้าภูไท” และ “ถิ่นผ้าครามงามธรรมชาติ วัดถ้ำขามงามล้ำค่า เสนาสนะอริยสงฆ์” ส่วนการระดมความคิดเห็นของชาวบ้านจนเกิดอัตลักษณ์หมู่บ้านที่มาจากมีส่วนร่วมพบว่าเลือกมาจาก “เทศกาลเจดี๋หลวงปู่เทสก์”

2. บริบทและสภาพของการจัดการท่องเที่ยว

2.1 บริบทของการจัดการท่องเที่ยว
พบว่า ก่อนที่กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคำข่า อำเภอพรณานิคม ตำบลไร่ จังหวัดสกลนครจะเกิดขึ้นมาและใช้พื้นที่ในหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น บ้านคำข่าเป็นหมู่บ้านแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตรกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นการย้อมผ้ามาก่อน โดยการสนับสนุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ที่เห็นว่าหมู่บ้านมีปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับอาชีพน่าจะใช้เป็นพื้นที่ในการอบรมอาชีพให้กับชาวบ้านในพื้นที่อื่นๆทั้งในจังหวัดและนอกจังหวัดที่เป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ โดยการสนับสนุนงบประมาณเป็นค่าวิทยากรค่าอาหาร ค่าที่พัก และมีการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนร่วมเข้าไปด้วยโดยเฉพาะวิถีเชิงพุทธศาสนาโดยมีพระอาจารย์ชื่อดังหลายท่านได้เข้ามาปฏิบัติธรรมและพัฒนาในพื้นที่เช่นที่วัดถ้ำขาม

2.2 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน พบว่า

2.2.1 ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีการตั้งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวขึ้นมา สมาชิกกลุ่มนำโดยผู้ใหญ่บ้านและคณะกรรมการมีศักยภาพในการเป็นผู้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ผ่านหลักสูตรการบริหารจัดการท่องเที่ยว การเป็นผู้สื่อสารวัฒนธรรม การเป็นเจ้าของที่ดี การแปรรูปอาหารและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน มีการประชุมเดือนละ 2 ครั้งโดยใช้ศูนย์การเรียนรู้การท่องเที่ยวเป็นสถานที่จัดประชุม

2.2.2 ศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อม สะดวก พบว่า บ้านคำข่ามีการพัฒนาจากบ้านพัก โดยมีการอบรมการจัดที่นอนและการทำความสะอาดบ้านเรือนและสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในหมู่บ้าน เช่นเดียวกับภายในหมู่บ้านก็มีร้านค้า โรงพยาบาลศูนย์ และการสร้างกลุ่มรักษาความปลอดภัยขึ้นในหมู่บ้าน จากการศึกษาพบว่าบ้านคำข่าเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยคนในชุมชนที่มีความปลอดภัยสูงเนื่องจากวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายและรักสงบ มีการสวดส้องและช่วยกันดูแลชีวิตและทรัพย์สินระหว่างกัน

2.2.3 ศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงศิลปะสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาและความเชื่อท้องถิ่น วัฒนธรรมความเป็นอยู่และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ศิลปะพื้นบ้านเช่นการจักสาน การถักและทอผ้าพื้นบ้าน และการย้อมหมักผ้าจากครามที่ถือว่ามียอดลักษณะเฉพาะในพื้นที่ของบ้านคำข่า ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาสัมผัสเชิงคุณค่าผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และทำกิจกรรมของชุมชนตามจุดต่างๆที่กลุ่มการท่องเที่ยวได้มีการออกแบบไว้ ประกอบด้วยการเรียนรู้การปลูกเห็ดการเรียนรู้การทำครามและการมัดย้อมผ้า การทอผ้าและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ การเข้าวัดเรียนรู้วัดมหาธาตุ การไหว้ศาลเจ้าบ้านเพื่อการบอกกล่าวถึงการเข้ามาเยือนเพื่อการเรียนรู้คุณค่าเชิงวิถีชีวิตและ

วัฒนธรรม และเป็นพิธีกรรมที่ ช่วยสร้างขวัญกำลังใจและความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต

2.2.4 การเข้าถึงพื้นที่การท่องเที่ยว พบว่า บ้านคำข่าสามารถเดินทางเข้าถึงได้แก่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผ่านรถยนต์รถบัสจ้างเหมา หรือรถโดยสารได้ง่าย อยู่ห่างจากตัวอำเภอประมาณ 15 กิโลเมตร ถนนก่อนเข้าหมู่บ้านมีลักษณะเป็นหลุมเป็นบ่อบ้าง ส่วนภายในหมู่บ้านเรียบร้อย

2.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า

2.3.1 วัดศรีชมพู

วัดศรีชมพูเป็นวัดประจำหมู่บ้านคำข่า ภายในมีเสนาสนะและถาวรวัตถุที่ช่วยเอื้อและสนับสนุนความเป็นวัดได้ชัดเจนขึ้น ประกอบด้วยสิมแบบมหาธาตุ มีประตูทางเข้าภายในสิมทางเดียวและมีข้อห้ามผู้หญิงขึ้นด้านบน มีลักษณะเป็นสิมขนาดเล็ก ภายในวัดยังมีหอระฆังและยุงข้าวขนาดใหญ่ที่ชาวบ้านและวัดร่วมกันสร้างไว้ใช้เก็บข้าวเปลือกที่ชาวบ้านร่วมกันมาทำบุญให้กับวัดโดยวัดจะเก็บไว้และนำออกบริจาคให้กับชาวบ้านที่มีฐานะยากจนต่อไป

2.3.2 วัดถ้ำขาม

วัดถ้ำขาม หรือ วัดภูขาม เป็นวัดสายวิปัสสนากรรมฐาน สร้างขึ้นโดย “หลวงปู่ฝั้น อาจาโร” ที่จำพรรษาอยู่จนถึง ปี พ.ศ.2507 และยังเป็นพระกรรมฐานศิษย์ชั้นผู้ใหญ่ของ “หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต” นอกจากนี้ยังเป็น “หลวงปู่เทศก์ เทสรังสี” หรือ “พระราชนิเวศธรรมรังษี” พระกรรมฐานที่มีชื่อเสียงอีกองค์แห่งวัดหินหมากเป้ง จังหวัดหนองคาย ที่เคยมาจำพรรษาและมรณภาพ ภายในวัดจึงได้จัดสร้างเจดีย์เพื่อเป็นอนุสรณ์สถานให้แก่องค์ “หลวงปู่เทศก์ เจดีย์เป็นสถาปัตยกรรมทรงเหลี่ยมเป็นแบบเจดีย์จัตุรมุข ตามแนวศิลปะอีสานผสมกับอยุธยา ภายในเทศกเจดีย์ เทสรังสีอนุสรณ์ ประดิษฐานพระพุทธรูปปางห้ามสมุทร ด้านหน้าเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ และอัฐิธาตุของอาจารย์ฝั้น และ

หลวงตามหาบัว อยู่คนละด้าน ชาวบ้านและศิษยานุศิษย์จะนำเอาดอกไม้มาสักการะ รอบๆ ผนังด้านในของเจดีย์ มีเครื่องัฐบริวารของเก็บรักษาไว้ มีหนังสือเกี่ยวกับธรรม จริยวัตรแสดงอยู่ในตู้กระจก ทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ

2.3.3 วิถีชีวิตผ้าฮ่อมคราม

วิถีชีวิตการทอผ้าเป็นวิถีวัฒนธรรมของบ้านคำข่าที่ทุกบ้านต้องมี โดยแม่จะเป็นผู้สอนลูกสาวให้ทอเพื่อใช้ในครัวเรือน ส่วนการย้อมครามเป็นกระบวนการก่อนทอที่เป็นการนำเอาวัตถุดิบในธรรมชาติอย่างต้นครามมาหมักจนใบครามและต้นครามหลายตัวไปเป็นโคลนการนำมาใช้ต้องผ่านกระบวนการเลี้ยงที่ต้องใช้ทั้งปูนแดงน้ำขี้เถ้าจากต้นขี้เหล็กมาเป็นตัวผสมเพื่อนำครามเกิดปฏิกิริยาในการย้อมติดสี สำหรับปราชญ์ท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการทอผ้าคือแม่พี่ระ ประเสริฐก้านดง จากการศึกษาพบว่าแม่พี่ระเคยเป็นแม่ค้าขายผลไม้ในตลาดมาก่อน และก็มีประสบการณ์พื้นฐานในการทอผ้ามาก่อน โดยได้รับการถ่ายทอดมาจากครอบครัวและปู่ย่าตายายอยู่เดิมเป็นทุน จึงได้เริ่มการทอผ้าฝ้ายย้อมครามธรรมชาติ และเมื่อปี พ.ศ. 2537 ได้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นมีการระดมทุนของสมาชิกภายในกลุ่ม และได้ยกระดับสินค้าในปี พ.ศ. 2547 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้มีการย้อมสีฝ้ายจากเปลือกไม้ต่างๆมาผสมกับคราม เช่น ประดู่ หว้า และสะเดา

2.3.4 ศาลหลักบ้าน เป็นศาลที่ตั้งใจกลางหมู่บ้านมีลักษณะเป็นไม้น้ำมาปักเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความศักดิ์สิทธิ์ประจำหมู่บ้าน เมื่อมีนักท่องเที่ยวหรือคนนอกหมู่บ้านเข้ามาพักอาศัยหรือมาทำกิจกรรมภายในหมู่บ้าน จะมีตัวแทนของชุมชนพาไปประกอบพิธีกรรมเพื่อขอให้เจ้าบ้านอยู่ให้คุ้มครองตลอดระยะเวลาในการอยู่และการเดินทางกลับบ้าน

2.4 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

รูปแบบการดำเนินการจัดการท่องเที่ยว

เที่ยวของกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

2.4.1 รูปแบบการท่องเที่ยว 1 วัน
ในลักษณะของการเข้ามาศึกษาดูงานจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเช่นกลุ่มทอผ้าฮ่อมคราม กลุ่มเลี้ยงสัตว์ กลุ่มการเพาะปลูกเห็ด และกิจกรรมการเดินทางไปสักการะพระอาจารย์ในวัดถ้ำขาม และวัดศรีชมพู รวมถึงการขอพรในพื้นที่ของศาลหลักบ้านหลักเมือง

2.4.2 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจและการอาชีพเต็มรูปแบบทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติการ และมีการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเกี่ยวกับชุมชนและศาสนาในวัดศรีชมพู และวัดถ้ำขาม

2.4.4 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว 3 วัน 2 คืน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบทั้งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชนตามกลุ่มอาชีพต่างๆและการเรียนรู้วัฒนธรรมทางศาสนา แต่มีการใส่บาตรพระในช่วงเช้าและกิจกรรมที่มีการพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้และรับประทานอาหารร่วมกันก่อนกลับบ้าน

3. การวิเคราะห์SWOT พบว่า

2.1 จุดแข็ง

- มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งโดยเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการ เช่น ผู้ใหญ่บ้านและมีการดึงผู้มีศักยภาพในชุมชน เช่น ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้ามาเป็นทีมงานดำเนินการจัดการท่องเที่ยว

- ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการและพัฒนาหมู่บ้านและการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวเช่นการพัฒนาหน้าบ้านน่ามอง การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

- คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในบริบทของพื้นที่และบริบทเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

- มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งเชิงธรรมชาติ เชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

- ผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการมีการเตรียมความพร้อมในการเป็นพื้นที่การเรียนรู้และการท่องเที่ยวมาแล้ว

- มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งเชิงธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยเฉพาะความเชื่อความศรัทธาในพุทธศาสนา

- มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่นกิจกรรมการเดินชมพื้นที่ในหมู่บ้านกิจกรรมการมัดย้อมผ้าย้อมคราม กิจกรรมการทอผ้า กิจกรรมทางการเกษตรกรรมเช่นการเพาะเห็ด การเก็บผลผลิตทางการเกษตรกรรม เช่นมะขาม

- ชาวบ้านมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี

- พื้นที่ในหมู่บ้านมีความปลอดภัย
- หมู่บ้านมีความสะอาด ไม่มีถังขยะหน้าบ้านโดยแต่ละบ้านจะมีการจัดการขยะในบ้านตนเอง ครุฑเรือนจึงไม่สร้างขยะเพิ่มขึ้น

- ชาวบ้านมีการช่วยเหลือกันทั้งกิจกรรมส่วนตัว เช่นงานศพหรือกิจกรรมสาธารณะ มีการตั้งกลุ่มขึ้นมาอย่างหลากหลายเพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนกันในยามมีปัญหาเช่นกลุ่มสหกรณ์อมทรัพย์ กลุ่มผู้เลี้ยงโคกระบือ กลุ่มทอผ้าย้อมคราม กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มโฮมสเตย์

- คนในชุมชนมีประสบการณ์ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว การศึกษาดูงานและการอบรมเกี่ยวกับอาชีพและการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย

2.2 จุดอ่อน

- ขาดการดึงอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อนำมาสร้างสื่อ ป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย

- ขาดป้ายบอกเส้นทางหรือข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละจุดและภาพรวม

- ขาดการสร้างตราสินค้าและการ

ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีอัตลักษณ์

2.3 อุปสรรค

- เส้นทางในการเข้าถึงชุมชนบ้านคำข้ายาก ยังขาดการพัฒนาให้เกิดความสะดวก

2.4 โอกาส

- มีหน่วยงานจากภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษาเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนความรู้ งบประมาณในการดำเนินการและการศึกษาดูงานชุมชนอื่นๆอย่างต่อเนื่อง

- มีนักท่องเที่ยวจากชุมชนอื่นๆเข้ามาศึกษาดูงานกลุ่มอาชีพที่มีอยู่ในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

3.1 ปัจจัยภายใน

3.1.1 การมีผู้นำชุมชนที่เป็นทางการอย่างผู้ใหญ่บ้านและผู้นำที่ไม่เป็นทางการ เช่น พระพรชาญท้องถิ่นและผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างๆที่มีความต้องการที่จะพัฒนากลุ่มและหมู่บ้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น

3.1.2 การมีทุนทางปัญญาของคนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการทอผ้าและการใช้วัสดุในธรรมชาติอย่างครามมาเป็นเครื่องมือในการย้อมเพื่อให้ผ้าที่ทอมีความสวยงามและแตกต่าง

3.1.3 การมีทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น ถ้ำผาขามที่มีความสวยงาม

3.1.4 มีภูมิวัฒนธรรมทั้งประวัติของการสร้างหมู่บ้าน การก่อสร้างสิมแบบมหาอุดที่อยู่ในวัดศรีชมพู

3.2 ปัจจัยภายนอก

3.2.1 หน่วยงานภาครัฐ เช่น เทศบาลตำบลไร่ ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยว

3.2.2 สถาบันการศึกษาเข้ามาสนับสนุนให้ชุมชนสร้างความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้

สื่อสารทางศิลปวัฒนธรรม การผ่อนร่ำ การเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้กับชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง

3.2.3 หน่วยงานเกษตร อุตสาหกรรม จังหวัด พัฒนาชุมชนเข้ามาส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

3.2.4 กรมพัฒนาชุมชนมีโครงการชุมชนการท่องเที่ยวหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรม จึงมีการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในชุมชนการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและมีศักยภาพ เช่น โฮมสเตย์ การจัดสร้างอาหารการผ่อนร่ำและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีพร้อมทั้งการพาไปทัศนศึกษาดูงานในพื้นที่ทำการท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบความสำเร็จ

4. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า

4.1 ด้านการบริหารจัดการ

4.1.1 ต้องมีการสร้างธรรมณูญประจำหมู่บ้านการท่องเที่ยว มีการออกกฎกติกาทางสังคมและกฎกติกาการจัดการท่องเที่ยวร่วมกันภายในหมู่บ้านและกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการยอมรับร่วมกันและความยั่งยืน

4.1.2 ต้องมีการพัฒนาบุคลากรด้วยการส่งคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวเข้าร่วมอบรมและศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษาในพื้นที่และนอกพื้นที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4.1.3 ต้องมีการจัดประชุมคณะกรรมการอย่างต่อเนื่องและมีการพัฒนาเพิ่มพูนความรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การอบรม การศึกษาดูงานจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

4.1.4 ต้องมีการตรวจประเมินปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น โฮมสเตย์ อาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาและการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับได้กับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4.2 ด้านบุคลากร

4.2.1 ต้องมีการจัดอบรมเพื่อการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับคณะกรรมการและชาวบ้านได้ทราบความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง

4.2.2 ต้องมีการอบรมและการพัฒนาบุคลากรด้านโฮมสเตย์ กลุ่มอาหาร กลุ่มผู้สื่อความหมาย กลุ่มทอผ้าและย้อมคราม และกลุ่มเยาวชนให้มีการเรียนรู้เฉพาะด้านอย่างต่อเนื่อง

4.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

4.3.1 ต้องมีการพัฒนาถนนหนทางในช่วงทางหมู่บ้านคำข้าให้เกิดความสะดวก พัฒนาถนนให้มีหลุมบ่อตลอดเส้นทางเดินทาง

4.3.2 ต้องมีการจัดทำป้ายบอกเส้นทางและป้ายสื่อความหมายตลอดเส้นทางท่องเที่ยวของหมู่บ้านในมีความชัดเจน

4.3.3 ต้องมีการพัฒนาป้ายบอกชื่อบ้านที่เป็นโฮมสเตย์ให้มีความชัดเจน

4.4 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

4.4.1 ต้องมีการพัฒนาพื้นที่และจุดต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามและเอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

4.4.2 ต้องมีการค้นหาทรัพยากรการท่องเที่ยวใหม่ๆในพื้นที่อยู่เสมอ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคำข้า หมู่ที่ 4 เทศบาลตำบลไร่ อำเภอยะรัง จ.สงขลา คณะผู้วิจัยมีประเด็นการอภิปรายดังนี้

1. บริบทของพื้นที่และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน พบว่า

การเป็นหมู่บ้านที่มีทุนทางวัฒนธรรมในเรื่องของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความเชื่อความศรัทธาเฉพาะและเชื่อมโยงเข้ากับเชื่อในพุทธศาสนา ในพื้นที่

บ้านคำข่า หมู่ที่ 4 จึงมีวัดศรีชมพู วัดถ้ำขามที่เป็นพื้นที่ทางศาสนาเหมาะกับการทำบุญ กราบไว้พระประจำวัด การเข้าไปนมัสการและขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้คุ้มครองชีวิตตนเองและครอบครัว สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นจุดแข็งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและสัมผัสกับความงดงามของชุมชนที่มีความยืดหยุ่นและศรัทธาในพุทธศาสนาอย่างเต็มเปี่ยม เช่นเดียวกับการเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวที่มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมามากมายโดยเป้าหมายหวังผลด้านเศรษฐกิจและรายได้ของชุมชน ทั้งกลุ่มการเลี้ยงโค กลุ่มสหกรณ์การผลิต กลุ่มทอผ้าฮ่อมคราม กลุ่มการปลูกพืชและเกษตรกรรมแบบอินทรีย์จึงส่งผลทำให้ในระยะแรกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในหมู่บ้านจะมีลักษณะของการศึกษาดูงานและเข้ามาพักแรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชน เหล่านี้จึงเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นทุนทางธรรมชาติและทุนทางปัญญาที่เหมาะสมกับการเข้ามาเรียนรู้การค้นพบและสร้างองค์ความรู้ใหม่ไปสู่การพัฒนาพื้นที่ตนเองของนักท่องเที่ยวต่อไป (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2545 : 150-152) สอดคล้องกับแนวคิดของ อรัญญา ปฐมสกุล วิศาล ศรีมหาโร และสมคิด รัตนพันธุ์ (2560 : 177-194) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการมีทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางปัญญา และทุนทางธรรมชาติ ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำมาสร้างความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างได้ เช่น เมื่อนำมาผ่านกระบวนการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมที่มีคนหลากหลายความรู้และหน่วยงานมาสนับสนุนก็สามารถนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีศักยภาพได้ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ศูนย์วิจัยหน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน (2561 : 1-12) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยเป็นการท่องเที่ยวที่คนในท้องถิ่นจะเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการ

ท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบเท่านั้น แต่ก็ยังสามารถนำมาเป็นจุดเน้นของการพัฒนาท้องถิ่นได้ดังจะเห็นได้จากการเกิดกระบวนการสร้างและพัฒนาศักยภาพของคนท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย ที่สำคัญการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายวิถีชีวิตเดิมหรือทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่โดยองค์ประกอบที่สำคัญที่แต่ละชุมชนควรจะมีในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีดังนี้ ศักยภาพคน ศักยภาพพื้นที่ และศักยภาพด้านการจัดการ จะเห็นได้ว่ากลุ่มการจัดการท่องเที่ยวบ้านคำข่า หมู่ที่ 4 มีประสบการณ์การต้อนรับผู้คนที่เดินทางเข้ามาเรียนรู้ภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บุคลากรในชุมชนมีบทบาทการเป็นผู้ต้อนรับ การเป็นผู้ให้บริการ การเป็นวิทยากรแนะนำความรู้เมื่อมีการพัฒนาหมู่บ้านผ่านโครงการโอทอปนวัตวิถีของกรมพัฒนาชุมชนในปี พ.ศ. 2561 พร้อมกับการเข้ารับการอบรมด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การจัดการให้เป็นโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานตามที่หน่วยงานจัดให้จึงมีประสบการณ์มากพอที่จะจัดกลุ่มจัดการท่องเที่ยวชุมชนเองได้โดยมีหน่วยงานต่างๆเข้ามาเป็นที่เลี้ยงให้ผ่านกระบวนการดำเนินการแบบมีส่วนร่วม สอดคล้องกับ หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ส่วนเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน (2561 : 1-20) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เช่น 1)ชุมชนต้องมีการตัดสินใจ วิเคราะห์ถึงสภาพปัญหา ผลกระทบจากการท่องเที่ยวก่อนที่จะดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว 2)สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และวางแผนร่วมกัน 3)ชุมชนต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือเป็นองค์กรเพื่อเป็นตัวแทนในการจัดการ ประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ เช่น การจัดการด้านความสะอาด และการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดีจากการศึกษาพบว่าพื้นที่บ้านคำข่าหมู่ที่ 4 ยังมีศักยภาพด้านในพื้นที่ในลักษณะธรรมชาติ วิถีชีวิตและความเป็นพื้นที่ทางธรรมชาติอย่างหลวงปู่เทสก์ที่วัดถ้ำขาม วัดศรีชมพูทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามากราบไหว้ขอพรในฐานะเป็นพื้นที่อริยสงฆ์ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ซึ่งหน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ส่วนเศรษฐกิจฐานราก ธนาการ ออมสิน (2561 :1-12) กล่าวว่า ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่นั้น คนในชุมชนต้องรู้จักรักหวงแหน และเห็นคุณค่าสามารถนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้ชุมชนจะต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ พร้อมกับการสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ โดยที่การทำกรท่องเที่ยวชุมชนก็จะต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คือ มีการนำเสนอจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนออกมาให้เห็นภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ดังนั้นคนในชุมชนต้องรู้จัก รู้คุณค่าของพื้นที่และวัฒนธรรมในชุมชน โดยคนในชุมชนควรสำรวจทางกายภาพถึงแหล่งธรรมชาติและที่ดินทำกินศึกษาและเรียนรู้ ชุมชนภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน เช่นเดียวกับศักยภาพด้านการจัดการชุมชนจะต้องมีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับมีความคิด มีวิสัยทัศน์ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีความพร้อมในการประสานงานและต้องร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยที่ชุมชนต้องมีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ มีความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนต้องร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางหรือรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนของตน จึงควรประเมินความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เช่น เป็นการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว โดยร่วมกันกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางการท่องเที่ยว การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้นการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจึงส่งเสริม

ให้บ้านคำข่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพจนนำมาสู่การจัดการท่องเที่ยวเองโดยมีผู้ใหญ่บ้านและคณะกรรมการเป็นผู้ดำเนินการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไทยโรจน์ พวงมณี ศรีจิตตรา นวรัตนภรณ์ และ ณศิริ ศิริพริมา (2561 : 9-23) ที่พบว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ก่อให้เกิดความสำเร็จมีกระบวนการสำคัญคือ 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) การอภิปรายวิเคราะห์สังเคราะห์ 3) การสำรวจพื้นที่และศักยภาพของความเป็นไปได้ 4) การร่วมคิด ร่วมวางแผนและร่วมดำเนินการพัฒนาทุกด้าน และ5) ดำเนินการจัดการท่องเที่ยว

2. แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม พบว่ากลุ่มการจัดการท่องเที่ยวมีศักยภาพในทุกด้านนับตั้งแต่ด้านการบริหารจัดการ บ้านบุคลากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีผู้ใหญ่บ้านและสมาชิกในหมู่บ้านกลุ่มต่างๆเป็นคณะกรรมการในการดำเนินการ ซึ่งการพัฒนาให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นนั้นจะช่วยให้ชุมชนสามารถที่จะดำเนินการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองได้อย่างยั่งยืนเพราะจะต้องมีการสำรวจ การศึกษา การวิเคราะห์ศักยภาพของตนเองตลอดเวลา สอดคล้องกับหน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ส่วนเศรษฐกิจฐานราก ธนาการ ออมสิน(2561 : 1-20) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญที่ควรมีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องก็คือ 1) การพัฒนาศักยภาพคน ที่ต้องเป็นการดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน แม้ว่าสมาชิกของชุมชนทั้งหมดจะไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางตรงกับการบริหารจัดการ แต่กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน ต้องมีการจัดสรรเงินรายได้เพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิกที่ประกอบอาชีพอื่น ก็จะได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นชาวบ้านจึงคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน นอกจากนี้

ยังมีการให้ความรู้กับสมาชิกในชุมชนเพื่อให้มีทักษะในการจัดการการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาศักยภาพพื้นที่มีทรัพยากรหลากหลาย ไม่มุ่งเน้นการบริการนักท่องเที่ยวปริมาณมาก 3) การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยต้องมีการพัฒนาและการสรรหาผู้นำที่เข้มแข็งและสื่อสารกับสมาชิกได้ มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน และสมาชิกที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดฝึกอบรมให้ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว และคนในชุมชนมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- ไทยโรจน์ พวงมณี สมยงค์ สีขาว สุภาวดี สำราญ และสัณชัย เกียรติทรงชัย. (2560). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวถ้ำนรกในเชิงการผจญภัยของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูป่าเปาะ บ้านผาหวาย อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. วันศุกร์ที่ 7 กรกฎาคม 2560 ณ โรงแรมใบบุญแกรนด์ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย, หน้า 23-41.
- ไทยโรจน์ พวงมณี ศรีจิตตรา นวรัตน์ภรณ์ และ ณศิริ ศิริพริมา. (2561). กระบวนการจัดการบ้านให้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมบ้านหนองบัว ตำบลภูหอ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย. การประชุมวิชาการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 2. วันจันทร์ที่ 17 กันยายน 2561 ณ โรงแรมใบบุญแกรนด์ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย, หน้า 9-23.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2545). ชุมชนส่งเสริมความรู้ด้านทรัพยากรเขตร้อน. เล่มที่ 3. กรุงเทพฯ : โครงการยุทธศาสตร์นโยบายฐานทรัพยากร.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2542). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปฐม หงส์สุวรรณ. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ พิธีกรรม ความเชื่อและวิถีชีวิตชุมชนลุ่มน้ำโขง .เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 1. สำนักงานพื้นที่พิเศษเลย (อพท.5). เลย : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), หน้า 23-41.

สรุปผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ ใช้การประชุม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีกลุ่มประชากรเป้าหมายในพื้นที่บ้านคำข่า เทศบาลตำบลไร่ จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า 1) บ้านคำข่าตั้งอยู่ในเขตตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร เดิมไม่ได้จัดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว ปัจจุบันพัฒนาชุมชนได้เข้าไปพัฒนาศักยภาพของชุมชนจนสามารถก้าวสู่การเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวได้ โดยมีทุนทางวัฒนธรรมทุนทางปัญญาในรูปแบบต่างๆที่ชาวบ้านนำมาเป็นจุดขายผ่านผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางกาท่องเที่ยวและ 2) กลุ่มวิสาหกิจจัดการท่องเที่ยวชุมชนมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางปัญญาที่มีอยู่ โดยผู้ใหญ่บ้านที่เป็นผู้นำชุมชนเป็นแกนนำในการนำพาคนในชุมชนที่มีศักยภาพมาจัดตั้งเป็นกลุ่มอาหาร กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มผู้สื่อความหมาย พร้อมกับการบริหารจัดการชุมชนให้มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี

พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัด พังงา. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal (ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ). ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม 2557, หน้า 650-655.

ไพฑูรย์ พงษ์ชนะบุตร และวิลาสวงศ์ พงษ์ชนะบุตร .(2536). **คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์**. (พิมพ์ครั้งที่3).

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ส่วนเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. (2561). **การท่องเที่ยวชุมชน**. เข้าถึง <https://www.gsb.or.th/getattachment>, หน้า 1-12.

วีระพล ทองมา. (2559). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) สำหรับการ พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้**. เข้าถึงจาก <http://www.cbtg>

อรัญญา ปฐมสกุล วิศาล ศรีมหาวโร และสมคิด รัตนพันธุ์. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน : กรณีศึกษาตำบลท่าชนะ อำเภوتاชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2560, หน้า 177-194.

รูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ THE MODEL OF SLOW TOURISM ROUTE IN NAKHON-CHAI-BU-RIN CLUSTER, NORTHEAST OF THAILAND

อชิรญา พรหมลัง¹ และคณะ
Achiraya Promlung et al.

¹ สาขาวิชาสังคมศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ 2) เพื่อเสนอแนะรูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ ในเขตพื้นที่ นครชัยบุรินทร์ การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มประชากรที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือวิจัยแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด และสถิติที่ใช้ในงานวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักรักการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ คิดเป็นร้อยละ 56 ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รู้จักการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ คิดเป็นร้อยละ 44 โดยความต้องการด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 4.26) และด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.22) ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านประเภท ของที่พัก ($\bar{x}$ = 4.16) ด้านบรรยากาศแวดล้อมของที่พัก และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.11) ด้านอาหาร ($\bar{x}$ = 4.08) ด้านการเดินทาง ($\bar{x}$ = 3.87) ด้านกิจกรรม ($\bar{x}$ = 3.86) ตามลำดับ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะเส้นทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทาง NCBR Slow Tourism Route ซึ่งประกอบด้วย น้ำตกตาดโตน อุทยานแห่งชาติ ป่าหินงาม วัดบ้านไร่ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี วัดศาลาลอย อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง หมู่บ้านช้างปี และศูนย์ศึกษา

คำสำคัญ: เส้นทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ นครชัยบุรินทร์

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the behavior and the requirement of tourists towards slow tourism; (2) to suggest a model of slow tourism route for the Nakhon-Chai-Bu-Rin Cluster, Northeast of Thailand. The sample used in the study included 400 visitors who visited tourist attractions in Thailand. The instrument used for collecting data as

a questionnaire. The statistic data were analyzed including the percentage, mean, standard deviation. The results found that most tourists did not know about slow tourism. The highest level items were slow energy ($\bar{x}$ = 4.26) and slow money ($\bar{x}$ = 4.22), followed by the level of slow accommodation ($\bar{x}$ = 4.16) slow stay, and slow place/city ($\bar{x}$ = 4.11) slow food ($\bar{x}$ = 4.08) slow logistic ($\bar{x}$ = 3.87) and slow activity ($\bar{x}$ = 3.86). In accordance to the finds, a potential map for slow tourism route which indicates related activities within the Nakhon-Chai-Bu-Rin Cluster, Northeast of Thailand as drawn NCBR Slow tourism route includes the following: Tad - Ton Water Fall, Pha Hin Ngam National Park, Ban Rai Temple, Thao Suranaree Monument, Salaloi Temple, and Khao Phanom Rung Historical Park - Ban Chang Pi - Khotseuksa Center.

Keywords: Tourism Route Slow Tourism Nakhon-Chai-Bu-Rin Cluster

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากก่อให้เกิดการจ้างงานและธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมากและมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จากผลสำรวจของ UNWTO พบว่าในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและสเปนจำนวน 49,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (วอยซ์ทีวี, 2560) ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวและความหลากหลายทางวัฒนธรรมทำให้ประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ว่าด้วยเรื่องของแนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันสู่การปฏิบัติส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชนซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มจากกระแสแนว

โน้มการตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไปได้สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีความสอดคล้องและการตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในโลก

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งอารยธรรมที่สำคัญเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตพื้นที่นครชัยบุรินทร์ซึ่งในปัจจุบันได้รับการส่งเสริมจากทางรัฐบาลให้มีการจัดการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมเพื่อกระจายรายได้ให้กับคนในพื้นที่ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครชัยบุรินทร์ให้เป็นที่รู้จักและมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นโดยการมุ่งเน้นสำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบได้ เพื่อเสนอเป็นแนวทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ
2. เพื่อเสนอแนะรูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตพื้นที่นครชัยบุรินทร์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจโดยมีเงื่อนไขในการเดินทางอยู่ 3 ประการ คือ 1) เดินทางจากที่อยู่ถาวรไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความตั้งใจและสมัครใจของตนเองโดยมิได้บังคับ 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ แต่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ อาชีพ หรือเป็น การหารายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทาง (Travel) ถ้าหากไม่มีการเดินทาง จะไม่นับเป็นการท่องเที่ยว แต่การเดินทางต้องเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิได้ถูกบังคับด้วยเหตุผลต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน การศึกษาหาความรู้ ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติพี่น้อง ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะไม่ใช่เงื่อนไขการเดินทางท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิมโดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Buhalis (2000) มี 6 องค์ประกอบได้แก่

Attractions สิ่งดึงดูดทางท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสถานที่นั้น ๆ

Activity กิจกรรมการท่องเที่ยว มุ่งสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและสามารถที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร การแต่งกายของผู้คนในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้มีประสบการณ์

เที่ยวจะได้มีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมร่วมกับคนในสถานที่จริง ๆ และเป็นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมประหยัดพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ

Accessibility การเข้าถึง ในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องมีการเข้าถึงง่าย สะดวก ต้องมีเส้นทางเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือและท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจและเพื่อทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย

Accommodations ที่พักแรม ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น ฟิตเนส (fitness) สปา (spa) และมีความปลอดภัยในการเข้าพักผ่อน มีกล้องวงจรปิด มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย

Ancillary services การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ไพรชาณีย์ เป็นต้น

จากข้างต้นองค์ประกอบการท่องเที่ยวสามารถช่วยสนับสนุน ส่งเสริม และกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศ หากแหล่งท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบมีความพร้อมในทุก ๆ องค์ประกอบที่กล่าวมา จะช่วยส่งเสริม สนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism)

การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการใช้ชีวิต ใช้เวลากับสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีเวลาปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่น

ถิ่น มีการพักผ่อนท่องเที่ยวแบบเนิบช้าและเรียบง่าย มุ่งเน้นการพักผ่อนทางด้านร่างกายและจิตใจ อยู่ในสถานที่ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ ที่ใช้ชีวิตได้แบบสบาย ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางส่วนอาจเหนื่อยล้าจากการใช้ชีวิตที่เร่งรีบจึงมีแนวคิดที่จะหลีกเลี่ยงความวุ่นวายเพื่อความจำเป็นในการใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ไปใช้ชีวิตในการพักผ่อนที่สงบเงียบตลอดจนทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่รีบร้อน จึงต้องการใช้เวลาอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวให้นานขึ้นและต้องการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้นานขึ้นอีกด้วย การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ส่วนมากจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ (baby boomer) เพราะมีกำลังซื้อสูงและเป็นวัยที่เกษียณจากการทำงานแล้วจึงมีเวลาพักผ่อนเยอะสามารถใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้นาน การท่องเที่ยวรูปแบบนี้จึงกลายมาเป็นที่มาของการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และเน้นการพักผ่อนที่เรียบง่าย ซึ่งตรงกับแนวคิด ทั้ง 8 ด้านจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยว

ประสิทธิ์ คุณรัตน์ และคณะ (2546) ได้ให้ความหมายของเส้นทางทางการท่องเที่ยว (Tourism Route) หรือเส้นทางนักท่องเที่ยว (Tourist Route) หมายถึง แนวทางการสัญจรที่กำหนดขึ้นสำหรับการเดินทางหรือการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถพบเห็นหรือเข้าชมจุดที่น่าสนใจตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ง่ายสะดวกปลอดภัยได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากการใช้เส้นทางที่กำหนดขึ้นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวทั้งเส้นทางที่เกิดขึ้นจากความนิยมของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโดยอัตโนมัติหรือเส้นทางสัญจรปกติที่เข้าถึงแหล่งเป้าหมายได้ตลอดทั้งเส้นทางที่กำหนดขึ้นมาใหม่ตามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

ดังนั้นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวต้องอาศัยการจัดรวมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวหลาย ๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยพิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไม่ว่าจะเป็นแผนที่แสดงที่ตั้งและระยะทางจากสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อสามารถคำนวณระยะเวลาในการเดินทางได้อย่างคร่าว ๆ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่จะไป ดังนั้นแนวคิดการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยวในเขตนครชัยบุรินทร์ต้องคำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ การเดินทางเข้าถึงได้ง่าย เส้นทางไม่ซับซ้อน และจัดเส้นทางให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เลือกใช้บริการด้วยตนเอง และเคยออกเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 48,033,752 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) โดยมีขั้นตอนการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5% ดังนั้น ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยหลักการจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่ง

แบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ และภูมิลำเนา ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความต้องการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวกข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการการศึกษา ได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปข้อมูลประกอบด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งต่าง ๆ ที่สามารถนำมาอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือ เช่น หนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย วารสาร สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี ทั้งในรูปแบบที่เป็นเอกสารและในอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้

ผลการวิจัย

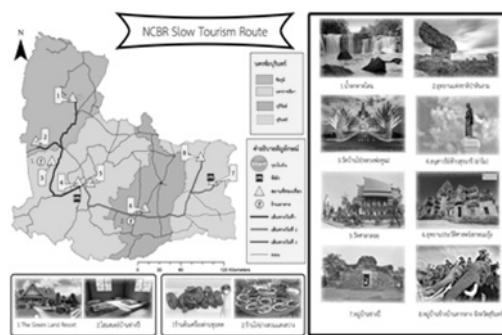
ผลการวิจัยผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.00 ของกลุ่มตัวอย่าง มีอายุระหว่าง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.25 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.50 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.75 ของกลุ่มตัวอย่าง มีภูมิลำเนาอยู่ภาคอีสาน คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.00 ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 1.50 ภาคใต้

และภาคตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 1.00 และจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจากที่อื่น ๆ และกลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 0.50 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ไม่รู้จักการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ คิดเป็นร้อยละ 56.00 และรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 44.00 ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาระดับความต้องการด้านการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) เรียงลำดับจากระดับความต้องการที่มีผลมากที่สุดไปหาระดับความต้องการที่มีผลน้อยที่สุด ได้แก่ 1) ด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Slow energy) โดยภาพรวมความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านสถานที่พักผ่อน และกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.37 รองลงมาคือด้านร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 4.21 และความต้องการที่น้อยที่สุดคือด้านการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.08 2) ด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Slow money) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมากที่สุดในด้านที่พัก และด้านอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.34 รองลงมาคือความต้องการด้านสินค้าต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และความต้องการที่น้อยที่สุดคือด้านการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.20 3) ด้านประเภทของที่พัก (Slow accommodation) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านประเภทของที่พัก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพักผ่อนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือความต้องการพักรีสอร์ท มีค่าเฉลี่ย 4.17 และความต้องการที่น้อยที่สุดคือการพักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ย 4.11 4) ด้านบรรยากาศแวดล้อมของที่พัก (Slow stay) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านที่พักโดยภาพรวมอยู่ใน

มีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
การเดินทาง/ปั่นจักรยานชมสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย
3.90 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการทำกิจกรรม
ร่วมกับคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.86 และความต้องการ
ที่น้อยที่สุดคือการทำกิจกรรมด้านศาสนา มีค่าเฉลี่ย
3.71

ผลการนำเสนอรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ



รูปที่ 1 เส้นทางนครชัยบุรีรินทร์
(NCBR Slow Tourism Route Model)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-40 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคอีสาน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาระดับความต้องการด้านการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) สามารถพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

1. ความต้องการด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้าพักในสถานที่พักแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิเชียร เจนตระกูลโรจน์ (2560) ได้ศึกษาแนวทางการออกแบบรีสอร์ทที่เป็นมิตรกับสิ่ง

แวดล้อม กรณีศึกษา Dhamajati Resort เชื้อนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดวางภูมิทัศน์สถานที่ใกล้ชิดธรรมชาติ การออกแบบเข้ากับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ การบริการและกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดให้ทำกิจกรรมร่วมกับท้องถิ่น ให้บริการอาหารที่ประกอบจากพืชผักอินทรีย์ที่ปลูกเอง และมีกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น มีจักรยานให้ขี่ มีเรือให้พาย ดูนก เดินป่า เป็นต้น

2. ความต้องการด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวช่วยให้เกิดรายได้แก่ท้องถิ่นภายในประเทศ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวว่าจ่ายเงินไปแล้วจะได้รับการบริการที่คุ้มค่ากลับมาหรือไม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการความคุ้มค่าในการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สุด ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จัดทำนั้น มีการตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ก็มีมีความคุ้มค่ากับราคาที่ได้ใช้จ่ายไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิสิทธิ์ อุทิศธรรมศักดิ์ (2559) ได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าการควบคุมราคาสินค้าต่าง ๆ ให้มีความพอดีและเหมาะสมเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่าของเงินที่ได้ใช้จ่ายไป และทำให้อยากกลับมาเที่ยวซ้ำ

3. ความต้องการด้านประเภทของที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการ การพักแรมอิงธรรมชาติมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทิมา รักมันเจริญ (2558) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม และรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวมาก

ที่สุดคือปัจจัยด้านกระบวนการและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก อาจเป็นเพราะบริบทของกลุ่มตัวอย่างมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ที่แตกต่างกัน

4. ความต้องการบรรยากาศแวดล้อมของที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการเข้าพักแรมในสถานที่พักแรมที่มีความสงบ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการเดินทางแบบไม่เร่งรีบ (slow tourism) ส่วนใหญ่จะต้องการเดินทางเพื่อพักผ่อนร่างกายจากการเหนื่อยล้าจากการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2554) ได้กล่าวไว้ว่าการเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวจะเลือกจากการให้บริการที่สร้างสภาพแวดล้อม และบรรยากาศที่ดี

5. ความต้องการด้านสถานที่ท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวจึงมีการจัดเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ ปริญาณี (2560) ได้ศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คำนึงถึงความเป็นธรรมชาติมากที่สุด

6. ความต้องการด้านอาหาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะทานอาหารท้องถิ่น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวและต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านในแหล่งชุมชน จึงทำให้ส่วนใหญ่ต้องการการทานอาหารท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของภัทรพร พันธู (2558) ได้ศึกษาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าการศึกษาอาหารพื้นเมืองนั้นส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้าน อัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองมาก

ที่สุด

7. ความต้องการด้านการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะเดินทางโดยรถส่วนตัวมากที่สุด เนื่องจากการเดินทางโดยรถส่วนตัวนั้นทำให้สะดวกสบายและนักท่องเที่ยวสามารถปรับเปลี่ยนเส้นทางและปรับเปลี่ยนโปรแกรมการเดินทางได้ตามความต้องการของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญา ลาปะ และคณะ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล

8. ความต้องการด้านกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการในด้านการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุด ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2557) ได้ศึกษาการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง

สรุปผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว ในเส้นทางการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในกลุ่มพื้นที่นครชัยบุรินทร์ ผู้ทำวิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยโดยการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเก็บข้อมูลมาได้ 400 ชุดโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วน

ใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 มีอายุ 21-40 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคอีสาน จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 และไม่รู้จักรักการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความต้องการด้านการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในด้านต่างๆ ทั้ง 8 ด้าน ดังนี้ 2.1) ความต้องการด้านกิจกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความต้องการในระดับมากทุกด้านตามลำดับ ได้แก่ ความต้องการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ($\bar{x} = 3.99$) ความต้องการการเดินทาง/ปั่นจักรยานชมสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.90$) ความต้องการการทำกิจกรรมร่วมกับคนท้องถิ่น ($\bar{x} = 3.86$) และความต้องการทำกิจกรรมด้านศาสนา ($\bar{x} = 3.71$) ตามลำดับ 2.2) ความต้องการด้านการเดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านการเดินทาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความต้องการในระดับมากที่สุด 1 ด้าน และมีความต้องการมาก 2 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ความต้องการเดินทางโดยรถส่วนตัว ($\bar{x} = 4.34$) ความต้องการเดินทางโดยรถสาธารณะ ($\bar{x} = 3.64$) และความต้องการเดินทางโดยระบบราง ($\bar{x} = 3.63$) ของกลุ่มตัวอย่าง 2.3) ความต้องการด้านอาหาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความต้องการในระดับมากที่สุด 1 ด้าน และมีความต้องการในระดับมาก 2 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ความต้องการทานอาหารท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.28$) ความต้องการทานอาหารร่วมกับคนในชุมชน ($\bar{x} = 4.08$) และความต้องการทานอาหารสุขภาพ ($\bar{x} = 3.91$) ของกลุ่มตัวอย่าง 2.4) ความต้องการด้านประเภทของที่พัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างมี

ความต้องการด้านประเภทของที่พักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความต้องการในระดับ มากที่สุด 1 ด้าน และมีความต้องการในระดับ มาก 2 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ความต้องการพักแรมอิงธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.21$) ความต้องการพัก รีสอร์ท ($\bar{x} = 4.17$) และความต้องการพักโฮมสเตย์ ($\bar{x} = 4.11$) ของกลุ่มตัวอย่าง 2.5) ความต้องการด้านที่พักพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านที่พักอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความต้องการมากที่สุด 2 ด้าน และมีความต้องการมาก 2 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ความต้องการสถานที่พักแรมที่มีความสงบ ($\bar{x} = 4.45$) ความต้องการที่พักที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.28$) ความต้องการที่พักที่มีความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.08$) และความต้องการที่พักที่อยู่ห่างไกลจากแหล่งตัวเมือง ($\bar{x} = 3.64$) ของกลุ่มตัวอย่าง 2.6) ความต้องการด้านการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความต้องการมากที่สุด 1 ด้าน และมีความต้องการมาก 2 ด้านตามลำดับดังนี้ ความต้องการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.38$) ความต้องการ การท่องเที่ยวในชนบทหรือชุมชน ($\bar{x} = 4.06$)

และความต้องการการท่องเที่ยวในตัวเมือง ($\bar{x} = 3.91$) ของกลุ่มตัวอย่าง 2.7) ความต้องการด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความต้องการมากที่สุด 2 ด้าน และมีความต้องการมาก 2 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ความต้องการความคุ้มค่าด้านที่พัก ($\bar{x} = 4.34$) ความต้องการความคุ้มค่าด้านอาหาร ($\bar{x} = 4.34$) ความต้องการความคุ้มค่าด้านสินค้าต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.02$) ความต้องการความคุ้มค่าด้านการเดินทาง ($\bar{x} = 4.20$) ของกลุ่มตัวอย่าง 2.8) ความต้องการด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความต้องการมากที่สุด 3 ด้าน และมีความต้องการมาก 1 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ความต้องการความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านสถานที่พักแรม ($\bar{x} = 4.37$) ความต้องการความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.37$) ความต้องการความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านร้านอาหาร ($\bar{x} = 4.21$) ความต้องการความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านการขนส่ง ($\bar{x} = 4.08$) ของกลุ่มตัวอย่าง

References

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก ปี 2557. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กรมการท่องเที่ยวและกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2560. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จันทิมา รักมั่นเจริญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชลตรงค์ ทองสง. (2558). แนวทางการพัฒนาจัดการการท่องเที่ยวแบบ slow tourism. (ฉบับที่ 2)
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

- ประสิทธิ์ คุณรัตน์ และคณะ. (2546). แผนงานวิจัยย่อยเรื่องการศึกษาและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- ปรีดา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 30-45.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 27-37.
- วิเชียร เจนตระกูลโรจน์. (2560). แนวทางการออกแบบรีสอร์ทที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา Dhama-jati Resort เชื้อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วอยซ์ทีวี. (15 กรกฎาคม 2560). เข้าถึงได้จาก <https://www.voicetv.co.th>: https://www.voicetv.co.th/read/498316?fbclid=IwAR0X_8TuD5k2dW1Sj6WzmxdpZYw0Tli-YcuZjSfqEXCnjlmwQcT5g-p2N_4
- ยุพาวรรณ วรรณวาณิช. (2554). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งแสงการพิมพ์
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2557). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 39-59.
- สุรีย์ เข้มทอง. (2554). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และการจัดการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ประสิทธิ์ คุณรัตน์และคณะ. (2546). แผนงาน วิจัยย่อยเรื่องการศึกษาและสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1. (2555). มนต์เสน่ห์แห่ง นครชัยบุรินทร์. กรุงเทพมหานคร: ธรรมะอินเทอร์เนต
- อภิดิฐ อุทิศธรรมศักดิ์. (2559). ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหาดอิต กรณศึกษาเพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อมรรัตน์ ปริญาญญ. (2560). การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Buhalis (2000). Marketing the competitive destination in the future. Tourism Management, 97-116.
- Yamane, Taro. (1973). Statistics: An Introduction Analysis. 3rd ed. New York

การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล THE STUDY ON THE TOURIST ATTRACTIONS IN UDON THANI PROVINCE TO SUPPORT THE INCENTIVE TOURISM PROMOTION

วันทกาญจน์ สีมารฤทธิ์¹
Wantakan Seemarorit¹

¹คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี และเพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มตัวอย่างผู้เป็นตัวแทนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน จำนวน 30 คน จากหัวหน้าส่วนราชการ ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว และนักวิชาการสถาบันการศึกษา ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและบรรยายตามกรอบแนวทฤษฎีการจัดการ แนวคิดการบริหาร และแนวคิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง วัดโพธิสมภรณ์ ศาลเจ้าปู่-ย่า อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท วนอุทยานภูฝอยลม ส่วนแผนพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พัฒนาระบบบริหารจัดการและข้อมูลการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล พัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

คำสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

Abstract

This research is study on the tourist attractions in Udonthani Province to support the incentive tourism promotion aiming at examining the tourist attractions around Udon Thani province and making the tourism capacity building plan for the tourist attractions in Udon Thani province for the incentive tourism promotion. The qualitative data was collected from the

structured- and unstructured- interview forms and the focused group discussion with the sample group consisting of 30 representatives from both governmental organizations and private sectors such as the governmental organization leaders, travel agencies, and academicians from different educational institutions. This qualitative data was processed by content and descriptive analyses following the key concepts of management, administration, and tourism image creation.

The research outcome indicated that Udon Thani province is full of the tourists' attractions that are readily capable for the incentive tourism development including Ban Chiang National Museum, Wat Bodhi Sompon Temple, Pu-Ya Shrine, Phu Phra Bat Historical Park, and Phu Foilom National Park. In term of the tourism capacity building plan, Udon Thani province needs to construct an effective system for tourism information management, to improve the tourist attractions following the international tourism standard, to create the tourism-related product and service, and to promote the tourism marketing for both local and national contexts.

Keywords: Tourist Attractions, Incentive Tourism

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมการประชุม (Meetings) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตสูงที่สุดในประเทศไทย และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างมูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จากการที่มีอัตราการเติบโตในระดับร้อยละสิบต่อปีเป็นอย่างต่ำอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ในปี ค.ศ. 2014 สามารถสร้างรายได้มูลค่าโดยประมาณ 3.2 พันล้านเหรียญสหรัฐให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่ควรจะให้ความสนใจและมองเห็นความสำคัญ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555: 1)

จากมูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ที่กล่าวถึงนั้น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ได้ร่วมกับจังหวัดอุดรธานีได้ทำการศึกษาศักยภาพความเป็นไปได้ในการพัฒนาจังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นเมืองไมซ์ที่ดี พบว่า จังหวัดอุดรธานีมีความพร้อมในการเป็นเมือง MICE ทั้งในมิติการกำหนดทิศทางการพัฒนาจังหวัดเอง ที่มุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานความพร้อมของเมืองเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ได้สอดคล้องกับมาตรฐาน MICE การมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ที่มีความหลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงในระดับโลกอย่างทะเลบัวแดงที่เป็นทะเลสาบที่สวยงามที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก นอกจากนี้ยังมี ศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน วัดป่าบ้านตาด วัดป่าภูก้อน แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง คำชะโนด ภูผอยลม และอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จังหวัดอุดรธานีมีความพร้อมด้านแหล่งช้อปปิ้งที่ทันสมัย อาทิ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาอุดรธานี ศูนย์การค้ายูดี ทาวน์ อุดรธานี ฯลฯ การเดิน

ทางเข้าถึงสะดวกทั้งทางรถ ทางอากาศ และทางรถไฟ เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างทั่วถึง เช่น สปป.ลาว และเวียดนาม มีความพร้อมด้านที่พัก สถานที่จัดประชุม จัดนิทรรศการ มีห้องพักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้กว่า 7,000 ยูนิต ขนาดพื้นที่ในการจัดประชุมสัมมนารวมกันกว่า 60,000 ตารางเมตร ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง สู่การเป็น MICE CITY คือ ความเข้มแข็งขององค์กรด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัด สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด ที่ร่วมมือกับภาครัฐอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงมีความมุ่งมั่นที่ผลักดันการท่องเที่ยวของจังหวัดให้เติบโตอย่างมีทิศทางและยั่งยืน ซึ่งล่าสุดก็ได้มีการเปิดตัว Visitor Information Center อย่างเป็นทางการขึ้น ที่บริเวณฝั่งตรงข้ามหน้าศาลากลางจังหวัดการส่งเสริมเมืองอุดรธานีให้เป็น MICE CITY เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของจังหวัดอุดรธานีที่ต้องเพิ่มศักยภาพด้านการตลาด เปิดเมืองอุดรธานีให้เป็นที่ยอมรับ และเพิ่มความน่าสนใจในระดับนานาชาติ เพื่อนำกำลังซื้อเข้ามาในพื้นที่ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559)

จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น บ้านเชียง วัดป่าภูก้อ อูทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท วัดโพธิสมภรณ์ ศาลเจ้าปู่ย่า ศาลหลักเมืองอุดรธานี วัดป่าบ้านตาด ป่าคำชะโนด อนุสาวรีย์พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม วัดป่าภูก้อ วัดศรีสุทโธ สวนกล้วยไม้หอม วนอุทยานภูพระบาทบัวบก วัดมัสยิมาวาส วัดศรีคุณเมือง วัดประชุมพลพัฒนาราม วัดสุนทรประดิษฐ์ วัดราษฎร์สงเคราะห์

วัดบ่อสร้าง และยังมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทางศิลปะและวัฒนธรรมที่สำคัญ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสำคัญที่จะศึกษาศักยภาพความเป็นไปได้ในการพัฒนาจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
2. เพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

บททวนวรรณกรรม

ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ภูกระบุญวัยเอกสารของ SITE (Society of Incentive & Travel Executives) รพพร จันทรสว่าง (2546: 54 – 55) ซึ่งเป็นสมาคมหลักของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลระบุว่า การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างเป็นทางการได้ถูกจัดขึ้นครั้งแรกโดย NCR Corporation ในช่วงปี ค.ศ. 1900 โดยร่วมกับโรงแรมพลาซ่า ในกรุงนิวยอร์ก เสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวสุดสัปดาห์ในนิวยอร์ก (Weekend in New York) เป็นโปรแกรมที่จัดขึ้นสำหรับพนักงานระดับสูงของบริษัท

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล SITE (Society of Incentive Travel Executive) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลคือเครื่องมือหนึ่งในการบริหารที่ใช้กันทั่วไปในองค์กรต่างๆ ทั่วโลก โดยใช้ประโยชน์จากประสบการณ์การท่องเที่ยวชั้นเลิศที่จัดให้แก่บุคคลากร เป็นกลไกในการจูงใจ และ/หรือการแสดงชื่นชมการปฏิบัติงานที่มีผลงานในระดับสูงขึ้นของบุคคลากร (Resource Manual, SITE 2001: 6 อ้างถึงใน ปภาวดี ประจักษ์ศุภณัติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา, 2546: 29)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อให้รางวัลแก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานได้ผลงานดีเด่น นับเป็นเครื่องมือทางการบริหารโดยใช้ประโยชน์จากประสบการณ์ท่องเที่ยวชั้นเลิศที่จัดให้แก่บุคลากร เพื่อจูงใจสำหรับการทำยอดขาย/ผลปฏิบัติงานในระดับสูงตามที่บริษัทตั้งไว้ (ราณี อิลิชัยกุล, 2546)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่บริษัทจัดให้แก่พนักงานเพื่อเป็นรางวัล หรือกระตุ้นการทำงานโดยบริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การให้รางวัลหรือตอบแทนเป็นรางวัลสำหรับ ความสำเร็จหรือผลงาน ซึ่งโดยทั่วไปบริษัท หรือหน่วยงานเอกชน จะจ่ายให้กับพนักงานที่ประสบความสำเร็จในการขายหรือปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยว หรือพักผ่อนในประเทศหรือต่างประเทศ บางกรณีการเดินทางประเภทนี้อาจรวมถึง การให้รางวัลเดินทางเพื่อไปเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา เพื่อกระตุ้นหรือสร้างแรงบันดาลใจ หรือไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ หรือการฝึกอบรมเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ (ศูนย์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, 2549)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การท่องเที่ยวที่องค์กรจัดให้แก่พนักงาน เพื่อให้รางวัลหรือตอบแทนผลการทำงานซึ่งตรงกับเป้าหมายที่องค์กรตั้งเป้าไว้ โดยองค์กรเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีขอบเขตประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ วิธีการสร้างเครื่องมือวิธีการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างผู้แทนนักวิชาการจากมหาวิทยาลัย จำนวน 1 คน ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Semi Interview) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า และใช้การสุ่มตัวอย่าง แบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดใกล้เคียง ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Semi Interview) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า และใช้การสุ่มตัวอย่าง แบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

- ผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน จำนวน 1 คน

- ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาหรือผู้แทน จำนวน 1 คน

- ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน จำนวน 1 คน

- นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน จำนวน 1 คน

- ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน จำนวน 1 คน

3) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 24 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย

การสร้างเครื่องมือลำดับขั้นตอน คือ ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย สร้างเครื่องมือในการวิจัยเบื้องต้น นำเสนอเครื่องมือต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขความถูกต้องตามโครงสร้าง (Con-

structed Validity) ซึ่งเครื่องมือในการวิจัยมีดังนี้

- 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Un Structured Interview) (1) ผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน (2) ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาหรือผู้แทน (3) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน (4) นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน (5) ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานีหรือผู้แทน
- 2) แบบบันทึกข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group) ในประเด็น แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีที่จะสามารถรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์
 - 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์
 - 2) กำหนดหัวข้อการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคล ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในส่วนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน
 - 3) สร้างแบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด (Open-end Questions)
 - 4) ปรับปรุงและแก้ไขแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้เครื่องมือวิจัยที่สมบูรณ์และชัดเจนมากยิ่งขึ้นเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จัดเก็บประกอบด้วย ข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลการสัมภาษณ์ ข้อมูลการประชุมกลุ่มย่อย ข้อมูลการสังเกต และการบันทึกภาพ

3. ข้อมูลจากเอกสาร

- 1) เอกสารเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- 2) เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทั้งในและต่างประเทศ

4. ข้อมูลภาคสนาม

- 1) ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับแผนพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี
- 2) ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มในประเด็นความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานจังหวัดอุดรธานี

ระยะเวลา ตุลาคม 2559- กันยายน 2560

การดำเนินการจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและกระทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยทั้งจากเอกสารและจากภาคสนาม ดังนี้

- 1) รวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อข้อมูลวิเคราะห์
- 2) จำแนกข้อมูลตามความมุ่งหมาย เพื่อความสะดวกไม่ให้เกิดความสับสนในการวิเคราะห์
- 3) สรุปข้อมูลจากการเก็บรวบรวมตามแบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกตการณ์ การบันทึก

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากเก็บข้อมูลภาคสนามตามแบบการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย นำข้อมูลที่ตรวจสอบและจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่ทั้งหมดแล้วทำการวิเคราะห์ ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และการนำเสนอผลการวิเคราะห์นำมาผลในรูปแบบการเขียนบรรยายหรือเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

1. แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียงอยู่ที่บ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง แบ่งเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ 1 ตั้งอยู่ด้านขวาของทางเข้า อยู่ในบริเวณวัดโพธิ์ศรีโน เป็นพิพิธภัณฑ์ที่เป็นแหล่งโบราณคดีแห่งแรกในประเทศไทย เป็นนิทรรศการถาวรซึ่งแสดงขั้นตอนการขุดค้นทางโบราณคดีที่ยังคงลักษณะของศิลปวัตถุที่พบตามชั้นดินส่วนที่ 2 ตั้งอยู่ด้านซ้ายของทางเข้าเป็นอาคารที่จัดแสดงเกี่ยวกับเรื่องราวและวัฒนธรรมของ บ้านเชียงในอดีต ตลอดจนเครื่องมือใช้ที่แสดงถึงเทคโนโลยีในสมัยโบราณ นอกจากนั้นภายในบริเวณอาคารส่วนที่ 2 ยังมีห้องนิทรรศการห้องบรรยายฉายภาพยนตร์ ฉายภาพนิ่งและการให้บริการการศึกษาต่างๆ

2. วัดโพธิสมภรณ์ วัดโพธิสมภรณ์ (พระอารามหลวง) ตั้งอยู่บนถนนพะเนียง เลขที่ 22 ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี อยู่ทางทิศตะวันตกของหนองประจักษ์ มีเนื้อที่ทั้งหมด 40 ไร่ ปัจจุบันมี พระอุดมญาณโมลี (จันทร์ศรี จนฺททีโป) เป็นเจ้าอาวาส ในวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2507 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้โปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาต ให้ วัดโพธิสมภรณ์ เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดสามัญวัดโพธิสมภรณ์เริ่มสร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ เมื่อปี พ.ศ. 2449 ปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดย มหาอำมาตย์ตรีพระยาศรีสุริยราชวรานุวัตร (โพธิ์ เนติโพธิ์) สมุหเทศาภิบาลมณฑลอุดร ได้พิจารณาเห็นว่าในเขตเทศบาลเมืองอุดรธานี มีเพียง “วัดมณีมาวาส” วัดเดียวเท่านั้นสมควรที่จะสร้างวัดขึ้นอีกวัดหนึ่ง

3. ศาลเจ้าปู่-ย่า ศาลเจ้าปู่ย่า เทพเจ้าแห่งความเมตตา ได้รับกล่าวขานถึงความศักดิ์สิทธิ์แผ่ความเมตตาแก่คนยากไร้ผู้ใดมีทุกข์โศกมักจะไปจุด

ธูปขอให้ความทุกข์ที่มีอยู่สลายไปหรือไปบนบานศาลกล่าวขอให้การค้าเจริญรุ่งเรืองและมักจะได้บาร์มีจากเทพเจ้าปู่ย่า ดลบรรดาลให้สมหวังในสิ่งที่ขอบริเวณโดยรอบมีศาลาชมวิวกว้างน้ำ 2 หลัง

4. อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาภูพาน ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 3,430 ไร่ ในเขตบ้านตัว ตำบลเมืองพาน อยู่ห่างจากตัวจังหวัดระยะทางประมาณ 67 กิโลเมตร ตามเส้นทางหมายเลข 2 เส้นอุดรธานี-หนองคาย อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทนี้เป็นที่ตั้งของสถานที่ซึ่งแสดงถึงอารยธรรมของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิประเทศซึ่งมีโครงสร้างส่วนใหญ่เป็นหินทรายที่ถูกขัดเกลามาจากการกัดกร่อนทางธรรมชาติทำให้เกิดเป็นโขดหินน้อยใหญ่รูปร่างต่าง ๆ กัน ปรากฏเป็นหลักฐานเกี่ยวกับชีวิตผู้คนในอดีตที่น่าสนใจหลายแห่ง อาทิ พระพุทธรูปปางบวบัก ตั้งอยู่บริเวณทางแยกซ้ายมือก่อนถึงทำการอุทยานฯ สร้างขึ้นระหว่าง พ.ศ. 2463-2477 คำว่า “บวบัก” เป็นชื่อของพันธุ์ไม้ชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นตามป่า มีหัว และใบคล้ายใบบัว ซึ่งชาวบ้านทั่วไปเรียกว่า ผักหนอก บวบักนี้คงจะมีอยู่มากในบริเวณที่พบรอยพระพุทธรูป จึงเรียกรอยพระพุทธรูปนี้ว่า “พระพุทธรูปปางบวบัก” หรือคำว่า บวบักอาจจะมาจากคำว่า บัก ซึ่งหมายถึง ไม่แห้งแล้ง รอยพระพุทธรูปมีลักษณะเป็นแอ่งลึกประมาณ 60 เซนติเมตร ลงไปในพื้นหินยาว 1.93 เมตร กว้าง 90 เซนติเมตร เดิมมีการก่อมณฑปครอบรอยพระพุทธรูปไว้ ต่อมาประมาณปี พ.ศ. 2465 พระอาจารย์ศรีทัญญ์ สุวรรณมาโจ ได้รื้อมณฑปเก่าออกแล้วสร้างพระธาตุเจดีย์ขึ้นใหม่ และยังสร้างรอยพระพุทธรูปจำลองวางทับรอยพระพุทธรูปเดิมไว้ในพระธาตุเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ตัวองค์เจดีย์เป็นทรงบัวเหลี่ยมคล้ายองค์พระธาตุพนม มีงานนมัสการพระพุทธรูปปางบวบักในวันขึ้น 13-15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี ภายในบริเวณอุทยานฯ มีศูนย์บริการนัก

ท่องเที่ยว ให้บริการข้อมูลของอุทยานฯ รวมทั้งแผนที่ และเส้นทางเดินเที่ยวชมบริเวณ อุทยานประวัติศาสตร์ ภูพระบาทเปิดบริการทุกวัน

5. วนอุทยาน ภูฝอยลม ภูฝอยลม เป็นพื้นที่ภูเขาที่มีสภาพอุดมสมบูรณ์อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติพันดอน-ปะโค อำเภอหนองแสงจังหวัดอุดรธานี สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 600 เมตร ตั้งชื่อตามชื่อของโลเคนชนิดหนึ่ง ชื่อว่า “ฝอยลม” ซึ่งเกาะอาศัยอยู่ตามกิ่งของต้นไม้ใหญ่กระจายอยู่เต็มพื้นที่ ต่อมาได้มีการให้สัมปทานทำไม้และมีราษฎรเข้ามาจับจองและบุกรุกพื้นที่เพื่อจัดตั้งหมู่บ้าน จึงทำให้สภาพป่าเริ่มเสื่อมโทรมลงเรื่อยๆ จนทำให้ “ฝอยลม” เริ่มน้อยลง จนแทบจะหาไม่ได้ในพื้นที่

2. แผนพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์การสำรวจจาก สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ ภายนอก (SWOT analysis) พบว่า

1. จุดเด่น (Strengths) คือ จังหวัดอุดรธานี เป็นศูนย์กลางของ ภาคอีสานทางเศรษฐกิจ ทางธุรกิจ ทางการศึกษา การเกษตร การคมนาคม มีสิ่งที่น่าสนใจด้าน การท่องเที่ยวมากมาย เช่น แหล่งธรรมชาติ โบราณสถานทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีผ้าพื้นเมือง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีความทันสมัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวด้านบันเทิง ที่พัก การคมนาคม สะดวกทุกทาง และใกล้กับประเทศเพื่อนบ้าน

2. จุดอ่อน (Weaknesses) ความเข้าใจของบุคคลทั่วไปมองว่า ภาคอีสานแห้งแล้ง ทำให้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อย สิ่งที่ขาดหายไปคือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ป้ายบอกทางยัง มีน้อย ส่วนมากมีเพียงภาษาไทย ควรมีห้องสุขาที่สะอาด มีร้านอาหารที่ถูกสุขลักษณะเพิ่มเติม และภาษาชนรองรับ

ขยะมากขึ้น ข้อมูล/สื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยว มีน้อย เช่น แผนที่ ท่องเที่ยว รถประจำทาง รถรับจ้าง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไม่สะดวก

3. โอกาส (Opportunities) นักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นิยมเดินทางมาเป็นครอบครัว หมู่คณะ เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อาทิ พิพิธภัณฑ์บ้านเชียง แหล่งผลิตผ้ามัดหมี่บ้านนาข่า และ นมัสการกราบไหว้บูรพาจารย์ที่วัดป่าบ้านตาด เพื่อความเป็นสิริมงคล และเป็นที่น่าสนใจว่า ส่วน ใหญ่การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเดินทางซ้ำ แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยังได้รับ ความสนใจให้กลับมาเที่ยวอีกครั้ง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งตลาดหลักมาจากนักท่องเที่ยวลาวที่เดินทางมาจากเวียงจันทน์เข้ามาท่องเที่ยว และเขตต่างชาติมีภรรยาคนไทยแล้ว เดินทางกลับมาเยี่ยมญาติฝ่ายภรรยา พร้อมกับท่องเที่ยวพักผ่อน ถ้าสถานบริการสร้างความ ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะแนะนำต่อไปยังบุคคลอื่น โอกาสทางการตลาดคือ ขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและแหล่งท่องเที่ยว การมีพื้นที่ใกล้ประเทศเพื่อนบ้านทำให้จังหวัดอุดรธานีเป็นจุดพักระหว่างเดินทาง หากมีสิ่งโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวพักค้างแรมต่อที่จังหวัดได้ จะสนับสนุนให้ด้านการท่องเที่ยวและใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

4. อุปสรรค (Threats) ด้วยระยะทางที่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ถึง 564 กิโลเมตร กอปรกับ สภาพภูมิอากาศที่ค่อนข้างร้อนทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางมายังจังหวัดอุดรธานีในบางฤดูกาล และงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวยังมีน้อย

1. แผนพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

1.1 พัฒนาระบบบริหารจัดการ และข้อมูลการท่องเที่ยวพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตาม มาตรฐานสากลพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่ สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวในและต่างประเทศยกระดับการท่องเที่ยว เชิงอัตลักษณ์ในเรื่องของอารยธรรม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. รายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด เพิ่มขึ้น
2. ภาคบริการ ธุรกิจโรงแรม ที่พัก และ ชุมชน มีรายได้เพิ่มขึ้น
3. พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนการ ท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์
4. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่ม จังหวัดที่เป็นจุดขายหรือ LandMark ของสถานที่ท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิง อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด เพื่อสร้างรายได้ทางด้านการ ท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ชุมชนบนเส้นทาง (Routes) การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก เชียงเหนือตอนบน

อภิปรายผล

1. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียงอยู่ ที่บ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัด เป็นพิพิธภัณฑสถานที่เป็นแหล่งโบราณคดีแห่งแรกใน ประเทศไทย เป็นนิทรรศการถาวรซึ่งแสดงขั้นตอนการ ขุดค้นทางโบราณคดีที่ยังคงลักษณะของศิลปวัตถุที่พบ ตามชั้นดิน นอกจากนั้นภายในบริเวณอาคาร ส่วน ที่ 2 ยังมีห้องนิทรรศการ ห้องบรรยายฉายภาพยนตร์ ฉายภาพนิ่งและการให้บริการการศึกษา แสดงให้เห็น ถึงความพร้อมและเหมาะสมในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล สอดคล้องกับ วีระยุทธ เศรษฐ เสถียร (2560) วิจัยเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมของ

เมืองเชียงใหม่กับธุรกิจการจัดประชุมไมซ์ พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางศิลป วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติประวัติศาสตร์เป็นส่วนสำคัญที่จะดึงดูด นัก ท่องเที่ยวและนักธุรกิจเลือกเป็นจุดหมายปลายทาง สำหรับการท่องเที่ยวและการประชุมสัมมนา

2. วัดโพธิสมภรณ์ (พระอารามหลวง) ตั้งอยู่ บนถนนพะเนียง เลขที่ 22 ตำบลหมากแข้ง อำเภอ เมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี อยู่ทางทิศตะวันตกของ หนองประจักษ์ มีเนื้อที่ทั้งหมด 40 ไร่ เป็นพระอาราม หลวงชั้นตรี ชนิดสามัญวัดโพธิสมภรณ์ เริ่มสร้างขึ้นใน สมัยรัตนโกสินทร์ เมื่อปี พ.ศ. 2449 ปูชนียวัตถุที่ สำคัญภายในวัดโพธิสมภรณ์ พระพุทธรูป พระพุทธรูป ศิลาลาแล้งต้นพระศรีมหาโพธิ์ รอยพระพุทธรูปบาท จำลอง พระบรมธาตุธรรมเจดีย์ จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล สอดคล้องกับ ภัชรภณ ฤทธิ์เต็ม (2550) วิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิง ศาสนาและวัฒนธรรมในวัด พบว่ากลุ่มแหล่งท่องเที่ยว วัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่ สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดต่าง ๆ รวม 86 วัด มี วัดที่สำคัญและมีชื่อเสียง เช่น วัดพระธาตุดอกสุเทพ ราชมหาวิหาร วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดเจดีย์ หลวง วัดสวนดอก วัดเจ็ดยอด วัดเชียงยืน เป็นต้น

3. ศาลเจ้าปู่-ย่า ศาลเจ้าปู่ย่า ตั้งอยู่อำเภอ เมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นเทพเจ้าแห่งความเมตตา ได้ รับกล่าวขานถึงความศักดิ์สิทธิ์ แม้ความเมตตาแก่คน ยากไร้ผู้ใดมีทุกข์โศกมักจะไปจุดธูปขอให้ความทุกข์ที่ มีอยู่สลายไปหรือไปบนบานศาลกล่าวขอให้การค้า เจริญรุ่งเรืองและมักจะได้บารมีจากเทพเจ้าปู่ย่า สิ่ง ศักดิ์สิทธิ์แห่งแรกที่ควรแวะมาสักการะยังศาลเจ้าแห่ง นี้ ได้แก่ “ทิดแป๊ะบ้อ” เรียกสั้นๆว่า “ทิดง” หรือชื่อใน ภาษาไทยคือ “ศาลเทพดาฟ้าดิน” สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สอง คือ “ปิงเถ่ากงม่า”หรือชื่อภาษาไทยคือ “เจ้าปู่เจ้าย่า” สิ่งศักดิ์สิทธิ์แห่งที่สาม คือศาลเจ้าพ่อหนองบัว

เนื่องจากที่ตั้งของศาลเจ้าปู่ย่านั้นตั้งอยู่ริมหนองบัว สิ่งศักดิ์สิทธิ์แห่งที่สี่คือ “ตี่จูเอี้ย” หรือชื่อภาษาไทย สิ่งศักดิ์สิทธิ์แห่งที่ห้าคือ พระสังกัจจายน์ ซึ่งได้ขุดพบใต้ต้นไทรในบริเวณศาลเจ้าปู่-ย่า จากข้อมูลสำคัญของศาลเจ้าปู่-ย่า ถือได้ว่ามีความพร้อมในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สอดคล้องกับ เรือนแก้ว ภัทรานุประวัติ (2551) วิจัยเรื่อง ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลงของศาลเจ้าจีนในจังหวัดสมุทรสงครามพบว่า ศาลเจ้าจีนในจังหวัดสมุทรสงครามยังคงสามารถดำรงซึ่งเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์จีนและมีบทบาทสำคัญของศาลเจ้าจีนในหลายด้าน เช่น เป็นที่พึ่งทางใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เป็นต้น

4. อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ตั้งอยู่ตำบลเมืองพานและตำบลกลางใหญ่ อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี พื้นที่ประมาณ 3,430 ไร่ เป็นอารยธรรมของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิประเทศซึ่งมีโครงสร้างส่วนใหญ่เป็นหินทรายที่ถูกขัดเกลามาจากขบวนการกัดกร่อนทางธรรมชาติทำให้เกิดเป็นโขดหินน้อยใหญ่รูปร่างต่าง ๆ กัน ปรากฏเป็นหลักฐานเกี่ยวกับชีวิตผู้คนในอดีตที่น่าสนใจหลายแห่ง อาทิ พระพุทธบาทบัวบก ตั้งอยู่บริเวณทางแยกซ้ายมือก่อนถึงที่ทำการอุทยานฯ สร้างขึ้นระหว่าง พ.ศ. 2463-2477 คำว่า “บัวบก” เป็นชื่อของพันธุ์ไม้ชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นตามป่า มีหัว และใบคล้ายใบบัว ซึ่งชาวบ้านทั่วไปเรียกว่า ผักหนอก บัวบกนี้คงจะมีอยู่มากในบริเวณที่พบรอยพระพุทธบาท จึงเรียกรอยพระพุทธบาทนี้ว่า “พระพุทธบาทบัวบก” อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทมีความพร้อมในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สอดคล้องกับ รุ่งโรจน์ธรรมรุ่งเรือง (2558) หลักหินทวารวดีอีสานที่ภูพระบาท ภาพสะท้อน การบูชาสิ่งเหนือธรรมชาติและประเพณีพุทธศาสนา พบว่า าสภาพภูมิประเทศแปลกตาของภูพระบาท ผสมรวมกับการพบ หลักฐานการอยู่อาศัยหรือใช้ประโยชน์ของมนุษย์อย่างต่อเนื่องนาน

นับพันปีมี ร่องรอยพุทธศาสนาเป็นหลักฐานสำคัญ อีกทั้งความเรียบง่ายของพุทธสถาน บนภูพระบาทที่ไม่บันทอนความยิ่งใหญ่ของธรรมชาติ ทำให้ภูพระบาทเป็น สถานที่ที่วัฒนธรรมกับธรรมชาติอยู่ด้วยกันอย่างสมดุล จึงนับว่าเป็นเสน่ห์ ของภูพระบาทที่หาได้ยากในแหล่งวัฒนธรรมอื่นของไทยในปัจจุบัน โดยในปัจจุบันนี้ภูพระบาทกำลังอยู่ในขั้นตอนขอเสนอเป็นแหล่งมรดกโลกทาง วัฒนธรรม

5. วนอุทยานภูฝอยลม ตั้งอยู่บนเทือกเขาภูพานน้อย ตำบลทับกุง อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี . เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื้อที่192,350 ไร่ ภูฝอยลม คือป่าต้นน้ำลำธารที่สำคัญของจังหวัดอุดรธานี ในปี พ.ศ. 2528-2532 ทางกรมได้อพยพราษฎรออกจากพื้นที่ป่าแห่งนี้ จนต่อมาได้มีการฟื้นฟูป่าเรื่อยมา พื้นที่ป่าจึงกลับมาอุดมสมบูรณ์อีกครั้ง กรมป่าไม้ได้จัดตั้งสวนรวมพันธุ์ไม้ป่า 60 พรรษามหาราชาขึ้นบนภูฝอยลม รวบรวมพันธุ์ไม้ป่าที่อยู่ในเขตภาคอีสาน พร้อมทั้งจัดโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม เพื่อพัฒนาภูฝอยลมเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการสร้างพิพิธภัณฑ์ล้านปี บอกเล่าเรื่องราววิวัฒนาการสัตว์โลก มีหุ่นไดโนเสาร์ตั้งอยู่รอบพิพิธภัณฑ์ เพื่อดึงดูดให้เยาวชนเข้ามาเรียนรู้ธรรมชาติสร้างจิตสำนึกรักป่า บริเวณจุดชมวิว สามารถมองเห็นทิวทัศน์ตัวเมืองจังหวัดอุดรธานี ภูฝอยลมมีบ้านพักไว้บริการนักท่องเที่ยว และสามารถตั้งแคมป์พักแรมได้ มีกิจกรรมเดินป่า จากความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สอดคล้องกับ นาวิณ วิไลเลิศ (2549) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี พบว่า ภูฝอยลมมีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และธารน้ำตกที่สวยงาม ส่วนรวมพรรณไม้ป่า พิพิธภัณฑ์ล้านปี ภูฝอยลมและจุดชมวิวที่สวยงามโดยเฉพาะฤดูหนาว

สรุปผล

การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง วัดโพธิสมภรณ์ ศาลเจ้าปู่-ย่า อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท วนอุทยานภูฝอยลม

ส่วนแผนพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พัฒนาระบบบริหารจัดการและข้อมูลการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล พัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

นาวัน วิไลเลิศ. (2549). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี*. สารนิพนธ์ วท.ม (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปภาวดี ประจักษ์ศุภานิติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2546). “ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล” ในเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หน่วยที่ 1-7 สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 29. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ภัชรบถ ฤทธิเต็ม. (2550). *รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

รชพร จันทรสว่าง. (2546). *การดำเนินการสำหรับการจูงใจด้วยรางวัล*. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หน่วยที่ 1-7 สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 43-44. นนทบุรี: สำนักพิมพ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ราณี อิริชัยกุล. (2546). *หน่วยงานผู้รับจ้างจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล*. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หน่วยที่ 1-7 สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 137. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วีระยุทธ เศรษฐเสถียร. (2560). ศักยภาพและความพร้อมของเมืองเชียงใหม่กับธุรกิจการจัดประชุมไมซ์ *วารสารบัณฑิตวิจัย ปีที่ 8(1)*, 199-214

รุ่งโรจน์ ธรรมรุ่ง. (2558). *หลักหินทวารวดีอีสานที่ภูพระบาท ภาพสะท้อน การบูชาสิ่งเหนือธรรมชาติและประเพณีพุทธศาสนา*. ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 1 (2) (กรกฎาคม – ธันวาคม)

เรือนแก้ว ภัทรานุประวัติ. (2551). *ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลงของศาลเจ้าจีนในจังหวัดสมุทรสงคราม*. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ศูนย์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. (2549). *นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE หมายถึงอะไร (online)*. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2549. จาก http://conservation.forest.ku.ac.th/cgi-bin/Question_week/q14.asp

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2555). *Introduction to MICE Industry*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์. เอเอ็นที ออฟฟิศ แอ็กส์เพรส จำกัด.

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน THE MEDIA EXPOSURE PUBLIC RELATIONS TO PROMOTE TOURISM IN HUA HIN DISTRICT OF CHINESE TOURISTS

ญาฎา ศรีวิฑูรย์^{1*} และ จิตติมา จันทพร²

¹ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

² สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (โปรแกรมภาษาจีน) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน ของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเป็นเชิงการวิจัยปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 500 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติการวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างตัวแปร ANOVA (Analysis of Variance) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเปิดรับมากที่สุดคือ เว็บไซต์ของจีน มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.89 ระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ขณะที่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินมากที่สุดคือ สื่อที่เป็นบุคคล (เพื่อนและคนในครอบครัว) มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.85 ระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ / การเปิดรับสื่อ / นักท่องเที่ยวชาวจีน

Abstract

Objective of this research is to study tourist's media exposure public relations to promote tourism in Hua Hin district of Chinese tourists. This is a quantitative research using a survey to collect information from 500 Chinese Tourists. Statistic tools used for research analysis include frequency and percentage distribution, mean, and correlation coefficient analysis. The result shows that Hua Hin PR media which Chinese tourists have the most exposure are Chinese website with Mean at 3.89. The level of media exposure is high. The results also shows that Hua Hin PR media which influences Chinese Tourists 's decision to travel to Hua Hin the most is personal media such as friends and family with mean at 3.85 and the level of influence is high.

Keywords: PR media / media exposure / Chinese Tourists

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยและทุกประเทศทั่วโลก กำลังเผชิญปัญหาภัยจากการก่อการร้ายและวิกฤตเศรษฐกิจโลกที่กำลังชะลอตัว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในทุกประเทศ แต่สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยกลับการเติบโตเพิ่มขึ้นสวนทางกับเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลาย นอกจากนี้ภาครัฐยังมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ มีการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยให้มีความยั่งยืนและมีคุณภาพ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของไทยและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ปัจจัยจากความนิยมการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนและแรงกระตุ้นจากการเติบโตของเศรษฐกิจจีน ยังเป็นส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

จากข้อมูลสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2560 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 35,381,210 คน ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 8.77 สร้างรายได้ให้กับประเทศถึง 1.82 ล้านล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 11.66 โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน

ประเทศไทยสูงสุด คือ จีน มาเลเซีย เกาหลี ลาว ญี่ปุ่น อินเดีย รัสเซีย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้สูงสุด 10 อันดับแรก ประกอบด้วย จีน รัสเซีย มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เกาหลี ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อินเดีย และเยอรมนี ตามลำดับ ในปี 2560 พบว่า มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 9,805,753 คน สร้างรายได้ให้กับประเทศ 527,451 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) นอกจากนี้ผลการสำรวจของ China Outbound Tourism Statistics พบว่า แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวจีนจะยังคงเพิ่มขึ้นในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุผลหลายประการ อาทิความสะดวกในการขอวีซ่า และวันหยุดยาวในเทศกาลสำคัญ ประกอบกับ ประเทศไทยยังเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของคนจีนและเป็นอันดับ 5 ของโลก รองจากเกาหลีใต้ ไต้หวัน ญี่ปุ่น และฮ่องกง ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาเที่ยวไทย คือ ความชื่นชอบในความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของไทย รวมทั้งความนิยมในอาหารทะเลที่ขึ้นชื่อของไทย (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ประเทศไทยไม่ใช่จุดหมายปลายทางเดียวที่นักท่องเที่ยวจีนต้องการจะเดินทางมาท่องเที่ยว ประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียนก็ยังเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวจีนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว และถือว่าเป็นคู่แข่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยด้วย หลายประเทศในภูมิภาคอาเซียนต่างใช้สื่อช่องทางต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทางเดินไปท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ ในอดีตประเทศไทยใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และการไปจัดกิจกรรมนิทรรศการในต่างประเทศเพื่อเชิญชวนให้ชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมา

ท่องเที่ยวประเทศไทย แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปโฆษณาทางโทรทัศน์ไม่ใช่สื่อที่ผู้คนส่วนใหญ่เลือกเปิดรับ จึงเริ่มมีการนำกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์มาปรับใช้กับสื่อต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและลดต้นทุนเนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ใช้งบประมาณในการเผยแพร่ไม่สูงเท่าการเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาโทรทัศน์

ฉากและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ปรากฏในละครและภาพยนตร์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีของภาพยนตร์ Lost in Thailand ภาพยนตร์จีนที่มีฉากและสถานที่เบื้องหลังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเชียงใหม่ภูเก็ต และกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นจุดหมายปลายทางในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด (เดลินิวส์ออนไลน์, 2557)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กระแสการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินค่อนข้างเป็นที่นิยมของชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้มีนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องด้วยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ และแหล่งช้อปปิ้งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน นางอรสา อารุชคม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ได้ให้สัมภาษณ์กับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไว้ว่า “ททท.สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ได้คาดการณ์ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะที่อำเภอหัวหิน ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักและชื่นชอบของชาวจีน” (สวท.ประจวบคีรีขันธ์, 2559) กลุ่มนักท่องเที่ยว

ชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหัวหินเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีฐานะดีและเดินทางมาเป็นแบบครอบครัว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้การท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่หัวหินก็ยังไม่ชัดเจนปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จึงต้องมีการเพิ่มการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้เดินทางมาท่องเที่ยวหัวหินเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินที่จะส่งผลการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งจะช่วยเกิดการเลือกใช้บริการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดี อีกทั้งการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวจีนได้จริง ยังช่วยให้ลดค่าใช้จ่ายในสื่อประชาสัมพันธ์บางสื่อที่ยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน

2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations Media)

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สิ่งที่ได้สร้างขึ้น มาหรือได้เลือกมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารความจากองค์กรไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553 : 11)

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การ

สื่อสารทางการประชาสัมพันธ์บรรลุดุวัตถุประสงค์ มีประสิทธิภาพในการนำเสนอข่าวสาร และสามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึง จะต้องอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการแบ่งประเภทไว้ ดังนี้ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553 น. 21)

1. สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น ประชาชน บุคลากรขององค์กร ผู้นำทางความคิด เป็นต้น

2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) หมายถึง สื่อที่ใช้การตีพิมพ์เข้ามาเกี่ยวข้อง และองค์การใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Media) หมายถึง สื่อที่มนุษย์ใช้ติดต่อสื่อสารกันด้วยภาพและเสียง ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะเจาะจง และเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ จดหมายข่าว ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จุลสาร คู่มือการจัดนิทรรศการ เป็นต้น

5. สื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อที่พัฒนามาจากสื่อเดิมที่มีอยู่ โดยบูรณาการสื่อเก่าและสื่อใหม่ และอาศัยความคิดสร้างสรรค์รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าไป อาจจะจัดอยู่ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยก็ได้ เช่น การส่งข้อความทางโทรศัพท์ นิตยสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ป้ายดิจิทัล ฯลฯ

อิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ

หนึ่งในวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ การมีผลกระทบต่อผู้รับสาร เกิดการเปลี่ยนการรับรู้ทัศนคติ ความคิดเห็น หรือพฤติกรรมทางใดทางหนึ่ง การจะทำให้ผู้รับสารตามข้อเสนอแนะเป็นกระบวนการ

การที่ซับซ้อนและใช้เวลา ดังนั้น การแพร่กระจายข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งใหม่ หรือสิ่งที่ต้องการตัดสินใจ กระทำ เช่น การที่นักท่องเที่ยวชาวจีนจะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จะต้องเกิดกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (Lattimor, et al., 2012 อ้างใน ณัฏฐชуда วิจิตรจามรี, 2559)

1. ขั้นรับรู้ (Awareness stage) สื่อมวลชน เช่น โฆษณา ข่าว บทความ สารคดี รายการข่าวทางวิทยุหรือโทรทัศน์ มีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างการรับรู้สินค้า เหตุการณ์ หรือความคิดใหม่ นอกจากนี้สื่อต่าง ๆ เช่น จดหมายทางตรง แผ่นพับ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ก็สามารถสร้างการรับรู้ได้

2. ขั้นสนใจ (Interest stage) คือขั้นที่นักท่องเที่ยวเริ่มรู้สึกสนใจและต้องการแสวงหาข่าวสารข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติม จึงต้องอาศัยข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับที่ให้รายละเอียด สิ่งพิมพ์พิเศษ หรือเว็บไซต์ เป็นต้น

3. ขั้นการประเมิน (Evaluation stage) เป็นขั้นที่นักท่องเที่ยวประเมินว่าสิ่งใหม่หรือการตัดสินใจกระทำนั้น เหมาะกับสถานการณ์ของตนหรือไม่ นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเพิ่มเติมและตัดสินใจว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินหรือไม่

4. ขั้นทดลอง (Trial stage) เป็นขั้นที่ผู้รับสารทดลองนำสิ่งใหม่มาใช้

5. ขั้นการยอมรับหรือตัดสินใจ เป็นขั้นที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

การเปิดรับสื่อ (Media exposure)

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ (ปิ่นพร ไพบูรณ์วัฒนกิจ, 2558)

1. การเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร

บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การเลือกเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่ง

2) การเลือกสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสารจะมีแนวโน้มเปิดรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นความคิดเห็น หรือความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่เปิดรับในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ และความต้องการของตน

3) การเลือกรับรู้หรือการตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นชั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ก็ใช้ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักจะเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายข่าวสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันไม่ตรงกันได้ อีกทั้งในการเลือกรับรู้และตีความหมายเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังอาจจะมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพึงพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) คนเราจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้ง คำนกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึก ทักษะคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

4. วิธีการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 500 คน โดยการสุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถามใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และออกแบบประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ได้รายต่อเดือน และรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอำเภอหัวหิน ใช้แบบสอบถามแบบให้น้ำหนักตามมาตรฐาน (Rating Scale) 5 ระดับจากสูงที่สุดถึงต่ำที่สุด

ส่วนที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน ใช้แบบสอบถามแบบให้น้ำหนักตามมาตรฐาน (Rating Scale) 5 ระดับจากสูงที่สุดถึงต่ำที่สุด

ส่วนที่ 4 เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน ใช้แบบสอบถามแบบให้น้ำหนักตามมาตรฐาน (Rating Scale) 5 ระดับจากสูงที่สุดถึงต่ำที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการหาค่าสถิติค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างตัวแปร ANOVA (Analysis of Variance) โดยมีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Post-hoc Comparison) ด้วยวิธีของ Scheffe และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

(Pearson's Product Moment Correlation Co-efficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จำนวน 500 คน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวจีนเพศหญิงจำนวน 297 คน และเพศชายจำนวน 203 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี และ อายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพสมรสของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน / นิสิต รองลงมาคืออาชีพส่วนตัว พนักงานบริษัท และข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ รายได้ของกลุ่มชาวจีนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 5,001 หยวน - 7,000 หยวน รองลงมาคือ 7,001 หยวน - 9,000 หยวน ซึ่งถือว่ามีฐานะปานกลางและฐานะค่อนข้างดี รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มชาวจีนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Individual Tourism) จำนวน 335 คน ขณะที่การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT-Foreign Individual Tourism) มีจำนวน 165 คน

2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของจีน เช่น Ma-

fengwo Tuniuwang Qunar Xlechengwang และ Baiduluxing การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ตามด้วยสื่อที่เป็นบุคคล (เพื่อนคนในครอบครัว) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 และ Search Engine เช่น baidu Google การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68

3. เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน จากการศึกษาพบว่า เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 โดยเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่กลุ่มตัวอย่างตอบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการเป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 ตามด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลายมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 และเนื้อหาเกี่ยวกับการมีแหล่งช้อปปิ้งมากมาย มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14

4. รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน กับเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน โดยจำแนกนักท่องเที่ยวชาวจีนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการท่องเที่ยวแบบอิสระ และกลุ่มการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวแบบอิสระ นั้น มีระดับสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (3.80) โดยสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มการท่องเที่ยวแบบอิสระเปิดรับมากที่สุด 3

อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของจีน มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ สื่อบุคคล มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 และหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ขณะที่ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ นั้น มีระดับสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 โดยสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะเปิดรับมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของจีน มีระดับการเปิดรับอยู่

ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ สื่อบุคคล มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 และ Search Engine เช่น baidu Google มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ผลการวิเคราะห์ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงสรุปสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

สมมติฐาน	ค่าเฉลี่ย	สรุปสมมติฐาน
1. เพศที่แตกต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน	0.689	ปฏิเสธ
2. อายุที่แตกต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน	0.000*	ยอมรับ
3. สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน	0.000*	ยอมรับ
4. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน	0.000*	ยอมรับ
5. อาชีพที่แตกต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน	0.000*	ยอมรับ
6. รายได้ที่แตกต่างกัน เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน	0.000*	ยอมรับ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า สถานภาพสมรสพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้างมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินต่ำกว่าทุกกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 โดยกลุ่มที่มีโสดเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินต่ำกว่าทุกกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นกลุ่มที่มี

ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

อาซิฟ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอาชีพนักธุรกิจมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินต่ำกว่าทุกกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 โดยกลุ่มที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

รายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม

การท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 9,001 หยวนขึ้นไปเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินต่ำกว่าทุกกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 โดยกลุ่มที่มี 1,001 หยวน - 3,000 หยวน เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตารางที่ 2 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig. (2-tailed)
การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน	.852**	.000
การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งต่ำกว่าค่าความสัมพันธ์ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.852

6. อภิปรายผลการวิจัย

6.1 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาว

จีน นักท่องเที่ยวชาวจีนการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ของจีน เช่น Mafengwo Tuniuwang Qunar Xlechengwang และ Baiduluxing ตามด้วยสื่อที่เป็นบุคคล (เพื่อน คนในครอบครัว) และ Search Engine เช่น baidu Google ปัจจุบันแนวโน้มการซื้อบริการทางการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมการท่องเที่ยว

เที่ยว โดยระยะเวลาการวางแผนการเดินทางสั้นลง และเดินทางแบบกระชั้นชิดมากขึ้น เนื่องจากมีตัวเลือกในการเดินทางมากขึ้น และนักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตได้ นักท่องเที่ยวจึงมีพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกบริการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตแทนการติดต่อผ่านเอเยนต์ผู้ให้บริการท่องเที่ยว ซึ่งการสืบค้นข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น นักท่องเที่ยวสามารถจัดการเดินทางได้เอง วางแผนตารางเวลาเองได้ตามความพอใจ และได้รับการยืนยันการเดินทางได้อย่างรวดเร็ว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลไว้ใช้ในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ โดยเว็บไซต์ที่นักท่องเที่ยวมักเลือกใช้จะที่มีความน่าเชื่อถือในการหาข้อมูล ซึ่งนักท่องเที่ยวยุคใหม่ซึ่งมีความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต จึงเลือกเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่พัก และการเดินทาง ในรายงานวิจัย “หนีทาวมาร์เก็ตติ้ง” ทำการศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ชอบใช้อินเทอร์เน็ต 2) ติด Social Media 3) ชอบท่องเที่ยวแบบอิสระ 4) ต้องการดื่มด่ำวัฒนธรรมท้องถิ่น 5) เลือกซื้อบริการที่คุ้มค่ากับเงินที่ใช้จ่าย 6) มองหาที่พักที่พูดภาษาเดียวกัน 7) เพื่อนและการบอกต่อมีอิทธิพลในการตัดสินใจ ซึ่งนอกจากสื่ออินเทอร์เน็ตแล้วเพื่อนและคนใกล้ชิดยังเป็นสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยการบอกต่อหรือการบอกเล่าจากเพื่อนจัดเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือและช่วยโน้มน้าวใจได้ดี ดังนั้น การสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจทำให้ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้น จะทำให้เกิดการนำเรื่องราวความประทับใจไปบอกต่อและถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสื่อหนึ่ง

นอกจากนี้ที่สื่ออินเทอร์เน็ตเข้าถึงง่าย และสะดวกในการสืบค้นข้อมูล ข้อมูลการท่องเที่ยวมีการปรับปรุงให้ใหม่อยู่เสมอ น่าเชื่อถือ และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างผู้ใช้งาน ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ทำให้นักท่องเที่ยวที่เปิดรับจากสื่ออินเทอร์เน็ตรู้สึกเป็นอิสระสามารถกำหนดเนื้อหาที่ตนเองต้องการจะเข้าถึงและตรงกับความต้องการ (นภสวัณ จักดิ์ชัชวาล, 2553) นักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งมองถึงความคุ้มค่าในการจ่ายเงินเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยว จึงเปิดรับสื่อจากอินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน และเพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งใช้เปรียบเทียบกับประเทศการเดินทางไปท่องเที่ยวในเมืองอื่น ๆ ที่มีความคล้ายเคียงกับอำเภอหัวหิน

6.2 เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ พบว่า เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวยุคใหม่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 โดยเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างตอบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการเป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียง ตามด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลาย และเนื้อหาเกี่ยวกับการมีแหล่งช้อปปิ้ง

เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจ ดังนั้น เนื้อหาจะต้องโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว การนำเสนอเนื้อหาจึงต้องสอดคล้องกับปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวยุคใหม่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน โดยทั่วไปปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูดทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมีดังนี้ 1) การคมนาคมสะดวก 2) ความสะอาด 3) สิ่งอำนวยความสะดวกมีครบถ้วน

4) ทรัพยากรธรรมชาติสวยงาม 5) ความโดดเด่นทางวัฒนธรรม 6) ความปลอดภัย 7) เทคโนโลยีทันสมัย และ 8) แรงกระตุ้นจากสื่อต่าง ๆ จากการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในด้านปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า สามารถแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบครันและความเป็นมิตรของคนไทย 2) มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3) ราคาค่าบริการท่องเที่ยวถูก 4) แหล่งบันเทิงยามราตรีและสถานที่ที่เคยเห็นในภาพยนตร์ (เลิศพร ภาระสกุล, 2558) ดังนั้นเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว จึงมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน

6.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกัน

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินสูง มีสถานภาพโสด และมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณ์วรรณ วรรณศรี (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี อยู่ในช่วงวัยทำงาน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด จะเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในต่างประเทศมากเป็นพิเศษ เนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงงานประจำด้วยการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ที่เน้นความแปลกใหม่ จึงมีความสนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในต่าง

ประเทศ ขณะเดียวกันกลุ่มผู้ใหญ่ และกลุ่มคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อเพื่อประโยชน์การใช้งาน หรือเพื่อใช้ในการตัดสินใจ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) สภาวะเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวในปัจจุบันรวมทั้งค่าเงินหยวนอ่อนค่าลง ส่งผลต่อการใช้จ่ายของชาวจีน โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานที่ต้องรัดกุมในค่าใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ดังกล่าวนี้ มีความจำเป็นมากขึ้น

อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอาชีพนักธุรกิจมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินต่ำกว่าทุกกลุ่ม มีกลุ่มที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินสูงที่สุด การที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ อุดมการณ์ และมองโลกแตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจอาจคำนึงถึงรายได้และความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อแสดงให้เห็นถึงสถานภาพในสังคมของตน ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี (2556) ได้กล่าวว่า อาชีพของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นตัวกำหนดหรือบอกถึงรูปแบบการเปิดรับสื่อ เช่น ผู้รับสารที่เป็นแม่บ้านสามารถเปิดรับสื่อที่บ้านของตนได้ตลอดทั้งวัน ส่วนผู้รับสารที่ทำงานนอกบ้านจะมีโอกาสในการเปิดรับสื่อระหว่างเดินทางไปทำงานอย่างวิทยุหรือ Out of home media และสามารถเปิดรับสื่อในช่วงกลางคืนหลังจากกลับมาจากที่ทำงานแล้ว ขณะเดียวกันกลุ่มนักธุรกิจอาจยุ่งวุ่นวายเรื่องงานจนไม่มีเวลาที่จะเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน และอาจเป็นไปได้จะตัดสินใจท่องเที่ยวในต่างประเทศเพื่อแสดงถึงความมั่งมี และการใช้ชีวิตที่หรูหรา จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

รายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้ 9,001 หยวนขึ้นไปเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินต่ำกว่าทุกกลุ่ม และกลุ่มที่มี 1,001 หยวน - 3,000 หยวน เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินสูงที่สุด รายได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นของบุคคลนั้นที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ โดยผู้ที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสเปิดรับสื่อหลากหลายช่องทาง และจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวปัญหาสังคม และข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น (ปิ่นพร ไพบูลย์วัฒนกิจ, 2558) นอกจากนี้ ในการศึกษาวิจัยของ พิชัย นิรมาณสกุล (2554) เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และการยอมรับคุณค่าแบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทย พบว่า รายได้น้อยกว่ากลับมีความต้องการท่องเที่ยวเมืองที่มีค่าครองชีพสูง อาจมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่แพง นั่นอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยต้องการสัมผัสสิ่งสวยงามที่เจริญหูเจริญตาของเมืองใหญ่ซึ่งเต็มไปด้วยร้านค้า และห้างสรรพสินค้าที่ทันสมัย หรือเลือกเดินทางไปเที่ยวในต่างประเทศ เป็นการตอบสนองความต้องการทางจิตใจ ซึ่งเป็นเรื่องปกติของมนุษย์ที่มักจะต้องการสัมผัสสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างให้กับชีวิต และมักต้องการเห็นสิ่งที่เจริญกว่า เปรียบเทียบการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้น้อยที่เลือกตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน และเลือกเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง

6.4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยทั่วไปผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสาร ได้แก่ 1) เพื่อทราบหรือเข้าใจ 2)

เรียนรู้หรือศึกษา 3) เพื่อความพึงพอใจและความบันเทิง 4) เพื่อการกระทำหรือตัดสินใจ (พิชญพร ประครองใจ, 2558) และสอดคล้องกับ ญัตติชุดา วิจิตรจามรี (2559) กล่าวว่า การที่สื่อประชาสัมพันธ์จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นักท่องเที่ยวชาวจีนจะต้องเกิดพฤติกรรมรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ สนใจและแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม การประเมินผลจากข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ และขั้นการยอมรับหรือตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน ในงานวิจัยของ พิชัย นิรมาณสกุล (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ ส่งผลทางบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินก่อนจะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นสื่อประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวจีน

7. ข้อเสนอแนะ

ด้วยการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนจีนรุ่นใหม่ที่มีนิยมการเดินทางมาท่องเที่ยวรูปอิสระ (FIT-Foreign Individual Tourism) ทำให้ต้องแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหน่วยที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทางสื่อออนไลน์เนื่องจากเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันนิยมใช้ในการหาข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2560 (ออนไลน์) : https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=465&filename=index
- กฤษณ์วรรณ วรมิศรี. (2553). การเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา กรุงเทพฯ : ศาลาแดง.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2558). ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่ โกยรายได้ทะลุเป้า 2.23 ล้านล้าน (ออนไลน์) : <http://www.thansettakij.com/content/25115>
- ณัฐชุตา วิจิตรจามรี. (2556). การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐชุตา วิจิตรจามรี. (2559). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภัสวณิช ศักดิ์ชีवाल. (2553). พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : หจก.เพิร์นข้าหลวง.
- แบรนด์บุฟเฟต์. (2560). หินหัว มาร์เก็ตติ้ง เปิดเคล็ดลับมัดใจนักท่องเที่ยวจีน (ออนไลน์) : <https://www.brandbuffet.in.th/2017/05/chinese-tourist-trends-and-opportunities-for-thai-brand/>
- ปณพร ไพบูลย์วัฒนกิจ. (2558). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ : กรุงเทพฯ
- พิชญพร ประครองใจ. (2558). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชัย นิรมานสกุล (2554). พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และการยอมรับคุณค่าแบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทย. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย : กรุงเทพฯ
- เลิศพร ภาระสกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : กรุงเทพฯ
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). THAILAND TOURISM CONFIDENCE INDEX (ออนไลน์) : http://www.thailandtourismcouncil.org/wp-content/uploads/2018/01/AW_TTCI_2017-04_20180105-single.pdf
- สวท.ประจวบคีรีขันธ์. (2559). ททท.สำนักงานประจวบฯ เผย นักท่องเที่ยวจีนสนใจเดินทางมาหัวหินเพิ่มมากขึ้น (ออนไลน์) : http://ewt.prd.go.th/ewt/radioprachuap/ewt_news.php?nid=2398&filename=index
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว (ออนไลน์) : https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7534
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน
กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
THE MEANS OF PROMOTING AYUTTHAYA HISTORICAL PARK
AS A SUSTAINABLE WAY CULTURAL TOURISM SITE IN THE WAY

พัตยศ เพชรวงษ์¹
Patyos Phetwong¹

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Faculty of Liberal Arts , Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระอารามหลวง ได้แก่ 1) วัดพระศรีสรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระเมรุราชิการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน และเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 8 คน และนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามมาทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ในการสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การหาค่าเฉลี่ยประชากร (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (Standard Deviation)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ 1) วัดพระศรีสรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระเมรุราชิการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส ในด้านการพัฒนาและฟื้นฟูมรดกของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาคเอกชนและประชาชนควรร่วมมือและช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ความงดงามของวัดทั้งทางด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม เพื่อการอนุรักษ์โบราณสถานเหล่านี้ให้คงอยู่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อลูกหลานในอนาคตสืบไป ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนควรสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ให้มีความน่าสนใจควบคู่กับวัฒนธรรมของไทย เพื่อกระตุ้น

¹ การติดต่อและการร้องขอบทความนี้ กรุณาส่งถึง พัตยศ เพชรวงษ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Email : patyos.p@rmutp.ac.th

เศรษฐกิจของประเทศ คนในชุมชนมีอาชีพและรายได้ ด้านมาตรการอำนวยความสะดวก ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ถนนทางขึ้นเขา ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว คนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล ด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น สนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายยุทธศาสตร์ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และร่วมกันศึกษาพัฒนาและฟื้นฟูมรดกของแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้คงอยู่ต่อไปเพื่อลูกหลาน และด้านการบริหารการท่องเที่ยว หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนส่งเสริมการจัดกิจกรรม ในด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพิ่มมากขึ้นและจะสามารถช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน, โบราณสถาน, พระอารามหลวง

Abstract

The research aims to 1) promote the historic and cultural tourism at the royal temples in Ayutthaya province; and to 2) identify ways of promoting cultural tourism sustainably. The research methodology is mixed-method. The quantitative data was collected from approximately 400 Thai tourists by means of questionnaires. The qualitative data was collected by means of interviews with 8 tourism stakeholders in Ayutthaya province. Data were analyzed to identify the frequency, percentage, mean () and standard deviation (S.D.) using SPSS.

The research found that Thai tourists and tourism stakeholders support measures to develop the royal temples in Ayutthaya, including: 1) Wat Phra Sri San Phet; 2) Wat Panan Cheng Worawiharn; 3) Wat Na Phra Maen; 4) Wat Kasattra Thirat; and 5) Wat Phrom Niwat. In order to develop the royal temples, there should be cooperation between locals and the private sector to promote sustainable tourism and to preserve the beautiful heritage sites as world heritage sites. The private sector and locals should support sustainable tourism activities and Thai culture, to attract tourists who can encourage socio-economic development. In addition, tourism facilities should be developed such as tourism landscapes, parking areas, tourism information, public toilets, and facilities for the elderly and disabled. Tourism management authorities and locals should support activities to preserve culture in order to attract more tourists and increase tourism revenue.

Keywords : Sustainable cultural tourism, archaeological site, Royal monastery

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิง ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจ ที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโต ได้อย่างมั่นคง ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555–2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้าน

การท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและ การท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ด้วยประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะมีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป อาทิเช่น วัดซึ่งเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา และเป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทย มาตั้งแต่อดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งที่รวบรวมงานศิลปะ วิทยาการและความรู้มากมายหลายสาขาลดลงจนเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมที่มีค่า เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และจิตรกรรมฝาผนัง ซึ่งงานศิลปกรรมต่างๆ เหล่านี้นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า และเป็นเสมือนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติไทย รสิกา อังกูร (2544 อ้างถึงใน ธรรมนูญ คำแก้ว, 2555) วัฒนธรรมถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากดินแดนต่างๆ มาสู่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งได้ไม่น้อย โดยเหตุที่ชนชาติต่างๆ ทั่วโลกต่างก็มีวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งสมาชิกในชนชาตินั้นๆ ร่วมกันสร้างขึ้นมาจากกลายเป็นเอกลักษณ์ของชาติ ดังคำกล่าวทางมานุษยวิทยาว่า “ชนชาติที่แตกต่างกันย่อมมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Different People, Different Culture)” ความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละชนชาติจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายให้เพื่อนมนุษย์ศึกษาใคร่รู้ ใคร่เห็น ถึงความต่างต่างนั้นๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ชีวิตของตนเองนอกเหนือจากการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จึงเกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือ

Cultural Tourism” ขึ้น จิราวรรณ กาวิละ (2544 อ้างถึงใน ธรรมนูญ คำแก้ว, 2555)

พระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจที่สำคัญและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน เคยมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่ไม่มีอำเภอเมือง มีอำเภอพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ชาวบ้านโดยทั่วไปนิยมเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “กรุงเก่า” หรือ “เมืองกรุงเก่า” เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์โดดเด่น ทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยังคงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีตและเมื่อสหประชาชาติ (UNESCO) ได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เป็นผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่ เป็นโบราณสถาน โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณเกาะเมืองและพื้นที่โดยรอบอำเภอพระนครศรีอยุธยา เช่น พระราชวังหลวงหรือพระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารมณฑลพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร เป็นต้น รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณอำเภอรอบๆ อีกมากมาย (ปวีณา ทวีวงศ์ โอฬาร, 2553)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อาทิ มาโนช พรหมปัญโญ และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) และ กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณและศรีนยา แสงลิ้มสุวรรณ (2553) พบประเด็นที่คล้ายคลึงกันในเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรจะมีความตระหนักถึงความสำคัญของศิลปะ และ วัฒนธรรม รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้น นอกจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว งานวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนและเพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่ผ่านมาประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวง รวมถึงการหาข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม และการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาควบคู่กัน ซึ่งการรักษาามรดกวัฒนธรรมเป็นประโยชน์ด้านองค์ความรู้และการให้คุณค่าแก่สังคมในขณะที่การพัฒนาการท่องเที่ยวนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ของชุมชน การจัดหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องสำคัญทั้งนี้ แนวคิดหลักเพื่อใช้ในการจัดการมรดกทาง

วัฒนธรรมประกอบด้วย แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแนวคิดเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแต่ละแนวคิดจะประกอบด้วย กลยุทธ์และแนวทางสนับสนุนที่จะนำไปสู่การจัดการ มรดกวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม เป็นไปอย่างเหมาะสม (กาญจนา แสงลิมสุวรรณและ ศรัณยา แสงลิมสุวรรณ, ม.ป.ป.)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มานิช พรหมปัญโญ และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลแบบเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวที่วัด คือ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุศึการาม และวัดท่าการ้อง โดยรวมแรงจูงใจและทัศนคติในการท่องเที่ยววัด ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับดีตามลำดับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอ ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยววัดด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพ และด้านเศรษฐกิจ ทัศนคติและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยววัดทั้ง 4 วัด

สุขุม คงดิษฐ์ และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของ มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในด้านต่างๆ

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีเพียงด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจากการ จัดอันดับด้านที่นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวกสูงสุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่วนความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว นั้น ด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจสูงสุดคือ ด้าน ชื่อเสียง

ปัญหาและข้อเสนอแนะในงานวิจัยชิ้นนี้คือ ควรมีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาการตลาดเพื่อกระตุ้นการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

จากการทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องทั้งหมดข้างต้น จะเห็นได้ว่างานศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีสึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้นมีความสำคัญต่อนโยบายของประเทศ ช่วยทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับประชาชน แต่ในทางกลับกันก็ส่งผลเสียทำลายวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน หากขาดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรักษามรดกวัฒนธรรมนิยมประเพณีไว้ ให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างคุ้มค่าและยาวนานที่สุด

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระอารามหลวง ได้แก่ 1) วัดพระศรีสรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระเมรุราชิการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำนวน 269,104 คน (สถิติการท่องเที่ยว ปี 2560 , กระทรวงการท่องเที่ยว, 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้วยการกำหนดโควตา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระอารามหลวง จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้ ซึ่งเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการอ้างอิงไปสู่ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ได้ จำนวน 400 คน มากำหนดโควตาโดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) วัดพระศรีสรรเพชญ์
จำนวน 80 คน
- 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร
จำนวน 80 คน
- 3) วัดหน้าพระเมรุราชิการาม
จำนวน 80 คน
- 4) วัดกษัตราธิราช
จำนวน 80 คน

5) วัดพรหมนิวาส

จำนวน 80 คน

2. ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 8 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ได้แก่

- 1) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2) รองนายกเทศมนตรี ตำบลบางบาล จำนวน 1 คน อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 3) ผู้ค้าในชุมชน จำนวน 2 คน
- 4) คนในชุมชน จำนวน 4 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) มีรายละเอียดดังนี้

การสร้างเครื่องมือเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร บทความ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนพัฒนายุทธศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. สร้างแบบสอบถามตามประเด็นที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง
ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น นำเสนอต่อ
ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิง
ของเนื้อหาและความถูกต้องของการใช้ภาษา พร้อมทั้ง
ทั้งขอรับคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข

4. ทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
และนำแบบสอบถามไปทดลองกับนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบ
คุณภาพของเครื่องมือ

5. แจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มาเยี่ยมชมพระอารามหลวงในเขต ได้แก่ 1) วัดพระ
ศรีสรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระ
เมรุราชิการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
จำนวน 400 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัย
ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บ
ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่าง
ยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง
ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม แบ่ง
ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามตรวจสอบ
รายการ (Checklist) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วน
บุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามตรวจสอบ
รายการ (Checklist) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูล
เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตรา
ส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ตัวเลือก

ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง
ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภท
โบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยผู้วิจัยกำหนดการแปลความหมาย
ของผลคะแนนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
อย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระ
อารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้
(ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557)

ดังนั้น สามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับ
ความคิดเห็น ได้ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายความว่า กำหนดให้อยู่
ในเกณฑ์ มากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายความว่า กำหนดให้อยู่
ในเกณฑ์ มาก

2.50 – 3.49 หมายความว่า กำหนดให้อยู่
ในเกณฑ์ ปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายความว่า กำหนดให้อยู่
ในเกณฑ์ น้อย

1.00 – 1.49 หมายความว่า กำหนดให้อยู่
ในเกณฑ์ น้อยที่สุด

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัย
ได้ใช้แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงใน
เขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
เป็นการสัมภาษณ์บุคคลหรือหน่วยงานที่มี
ส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง โดยมีรายละเอียดของแบบ

สัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการศึกษาได้แก่ การจัด
ทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การ วิเคราะห์ข้อมูล
การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วย

1) ก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะต้องติดต่อ
และนัดหมาย เพื่อกำหนดวัน เวลา และสถานที่ก่อน
เข้าทำการเก็บข้อมูล

2) ผู้วิจัยประสานกับทางมหาวิทยาลัยในการ
ออกหนังสือที่จะเข้าเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการ โดยระบุวัน
เวลา และสถานที่ให้ครบถ้วน

3) ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหา
ภายในแบบสอบถามและวิธีการตอบแก้ตัวแทนและ
ทีมงาน

4) ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน เข้าไปใน
สถานที่ ที่ต้องการศึกษาตามที่ระบุไว้ข้างต้นเพื่อ
ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด
และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 8 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์
ข้อมูลและอธิบายตัวแปรของการวิจัย ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics)
ด้วยการแจกแจงความถี่ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล
ทางสถิติจะวิเคราะห์ผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการอธิบายผลการศึกษา
ในเรื่องต่อไปนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 การวิเคราะห์
ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นข้อมูลที่ใช้
มาตรวัดแบบนามบัญญัติและแบบจัดอันดับ ผู้วิจัย
ต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนประชากร
จำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่
(Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยค่า
สถิติที่ใช้ คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยง
เบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 การส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณ
สถาน กรณีศึกษาพระอารามหลวงในเขต อำเภอ
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ค่าสถิติ
ที่ใช้ คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard Deviation)

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยว
กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาพระอารามหลวง
ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนคร
ศรีอยุธยา นำข้อมูลที่ได้จากการเขียนข้อเสนอแนะ
ทำการวิเคราะห์เนื้อหาและการรวบรวมข้อมูลเพื่อสรุป
ประเด็นและดำเนินการจัดแบ่งตามประเภทของข้อมูล

2) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์
เพื่อสรุปประเด็น เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการ
รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม
ตัวอย่าง ด้วยการบันทึกเสียงแล้วนำข้อมูลจากการ
สัมภาษณ์มาดำเนินการจัดแบ่งประเภทของข้อมูลตาม
วัตถุประสงค์

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภท
โบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียด
ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน
พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวประเภท

โบราณสถาน พระอารามหลวง ได้แก่ 1) วัดพระศรีสรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระเมรุราชิการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัดอุปสงค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวพระอารามหลวง ได้แก่ 1) วัดพระศรีสรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระเมรุราชิการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางมากับครอบครัว เพื่อนหรือคนรู้จัก จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 1 - 2 ครั้ง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 วัดอุปสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยว จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.75 และได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อน ญาติหรือคนรู้จัก จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการพัฒนา บุณณะและฟื้นฟูในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.38$, S.D. = 0.310) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอนุรักษ์หรือคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพิ่มพูนและคุณค่าประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.83$, S.D. = 0.378) รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลต่อพระอารามหลวงทำให้เกิดความเสื่อมโทรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.75$, S.D. = 0.432)

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.34$, S.D. = 0.389) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านมีการจัดงานท่องเที่ยวพระอารามหลวงตามฤดูกาลที่เป็นเอกลักษณ์ให้หลากหลายตามความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.58$, S.D. = 0.495) รองลงมาคือ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ศาสนา ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ของทั้งผู้ใหญ่และเยาวชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.75$, S.D. = 0.432)

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านมาตรการอำนวยความสะดวกในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.68$, S.D. = 0.297) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านมีการจัดการการท่องเที่ยวโดยไม่สร้างผลกระทบต่อสังคม อาทิ สภาพแวดล้อม ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและ

ทรัพย์สินของคนในชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.90$, S.D. = 0.304) รองลงมาคือ ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.86$, S.D. = 0.373)

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.53$, S.D. = 0.369) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านช่วยกันรักษาวัฒนธรรม จัดสภาพภูมิทัศน์และมีการบำรุงรักษาสถานที่แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ได้แก่ พระอารามหลวง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.71$, S.D. = 0.473) รองลงมาคือ ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.60$, S.D. = 0.489)

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.69$, S.D. = 0.288) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านจัดทำแผนการส่งเสริมท่องเที่ยวพระอารามหลวงให้สอดคล้องกันกับศักยภาพและความพร้อมของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นในพื้นที่ของจังหวัด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.82$, S.D. = 0.439) รองลงมา คือ ควรจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และการบริหาร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.79$, S.D. = 0.410)

4. สรุปผลข้อมูลจากข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณี

ศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรจัดให้มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแก่

นักท่องเที่ยวตามเทศกาลพิเศษต่างๆ ควบคู่กับวัฒนธรรมของไทย เอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเส้นทางและแผนผังต่างๆ บริเวณโบราณสถานให้มากขึ้น มีเจ้าหน้าที่เฉพาะการให้ความรู้ ความเข้าใจในการอนุรักษ์โบราณสถาน พระรามอารามหลวง ควรมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำให้ความรู้ในแต่ละสถานที่เพื่อให้ประชาชนผู้มาท่องเที่ยวได้รับรู้ในความเป็นอยู่และวิถีชีวิตรวมถึงประเพณีความเป็นมาของสถานที่ต่างๆ ปรับปรุงร้านอาหารในเรื่องคุณภาพ ความสะอาดและราคาอาหารที่เหมาะสม มีระบบการจัดการเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อม เช่น การกำจัดขยะ ห้องน้ำ ที่จอดรถที่สำคัญคือภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ควรร่วมมือกันในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยว

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

รวมจำนวน 8 คน ได้แก่ 1) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1 คน 2) รองนายกเทศมนตรี ตำบลบางบาล อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1 คน 3) ผู้ค้าในชุมชนจำนวน 2 คน 4) คนในชุมชน จำนวน 4 คนสรุปความคิดเห็นตามประเด็นการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการณ์บริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาพระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะเป็นเมืองมรดกโลกและมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน การตั้งรับและการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น ทางเทศบาลเมืองบรพระมาณในการจัดการบริหารในแต่ละปีงบประมาณ นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงที่ละครดัง และคนหันมานิยมแต่งชุดไทยกันมากขึ้น ดังเช่น ในหลวงรัชกาลที่ 10 เน้นให้มีการแต่งชุดไทยมากขึ้น นักท่องเที่ยว จึงมีความต้องการแต่งชุดไทยมาถ่ายรูปกับโบราณสถาน และที่สำคัญคนไทยเป็นเมืองพุทธ จึงทำให้หันมาทำบุญอยู่แล้วจึงทำให้ วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงมีคนมาทำบุญอยู่อย่างต่อเนื่อง

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาพระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านการพัฒนาและฟื้นฟูมรดก กรมการท่องเที่ยวกระทรวง

การท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงกรมศิลปากรควร มีงบประมาณสำหรับการบูรณะโบราณสถานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความคงทนถาวร เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ และวัฒนธรรมอันเก่าแก่ และเป็นมรดกโลก หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ตามเทศกาลประเพณีต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยรวมทั้งบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันดูแลและอนุรักษ์พระอารามหลวงให้คงความสวยงามอยู่ในสภาพดีปลูกฝังให้เห็นคุณค่าและเกิดความหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวพระอารามหลวง

2.2 ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว

ภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมการทำโฮมสเตย์ให้มากขึ้น เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น จัดให้มีกิจกรรม หรือรูปแบบการท่องเที่ยว

เที่ยวที่แปลกใหม่ควบคู่กับวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การแต่งชุดไทยตามรอยละครไทย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การให้บริการรถรางชมเมือง การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การวิ่งมาราธอนบริเวณเมืองโบราณ เป็นต้น

2.3 ด้านมาตรการอำนวยความสะดวก

ควรมีการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว เช่น การขนส่ง (รถบริการสาธารณะ) ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลตัวอย่างทั่วถึง การเพิ่มพื้นที่จอดรถ จำนวนห้องน้ำและความสะอาดให้มีเพียงพอเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น การจัดระเบียบความสะอาด จุดสำหรับทิ้งขยะ การเพิ่มจุดแลกเปลี่ยนเงินสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ศูนย์บริการช่วยเหลือและให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว รวมถึงการการควบคุมราคาสินค้าให้ยุติธรรมกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.4 ด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น

ผู้นำท้องถิ่น ชุมชน และชาวบ้านให้ความร่วมมือกับภาครัฐ และช่วยกัน รักษาหวงแหนโบราณสถานเป็นอย่างดี สนับสนุนให้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้คนในท้องถิ่นได้แสดงถึงภูมิปัญญา ในเรื่องของการผลิตสินค้า OTOP เพื่อชาวบ้านจะได้มีอาชีพและรายได้เสริมเพิ่มขึ้น ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับภาครัฐมากขึ้นมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว สนับสนุนและส่งเสริมเยาวชนที่เป็นลูกหลานในท้องถิ่นหรือชุมชนที่มีความสามารถ ได้มีบทบาทในการนำเที่ยวชมวัด

2.5 ด้านการบริหารการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทโบราณสถาน เน้นพระอารามหลวงนั้น วัดที่มีขนาดพื้นที่ไม่ใหญ่มาก จะประสบปัญหากับนักท่องเที่ยวที่เดินมาเที่ยวเป็นจำนวน

มาก โดยเฉพาะในช่วงของเทศกาล ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน รวมถึงมีการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย เนื่องจากมีงานที่แออัดมาเป็นนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีจุดแสงไฟสว่างๆ ตลอดทาง และป้ายบอกทางที่ชัดเจน

3) ปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ให้คนไทยและต่างชาติได้รับรู้ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีและอยากกลับมาเที่ยวอีก และการให้ความร่วมมือกันที่เป็นหนึ่งเดียว ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องและชุมชน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามหลักการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาและฟื้นฟูมรดก ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ด้านมาตรการอำนวยความสะดวก ด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น และด้านการบริหารการท่องเที่ยว ผลการศึกษพบว่า ภาครัฐควรมีนโยบายอย่างเข้มงวดเกี่ยวกับโบราณสถานและโบราณวัตถุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้จะเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลา ตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็มีส่วนในการทำลาย ทำให้โบราณสถานและโบราณวัตถุเสื่อมโทรมเร็วขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุไว้นานที่สุด ควบคุมดูแลรักษาโบราณสถานโบราณวัตถุ กำหนดนโยบายจัดหางบประมาณหรือเงินทุนมาใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซมให้เพียงพอ เนื่องจากงบประมาณในการบูรณะซ่อมแซมค่อนข้างสูงมาก หรืออาจขอความช่วยเหลือจากต่างประเทศ หากทางภาครัฐมีการจัดสรรไม่เพียงพอในการซ่อมแซมบูรณะ ซึ่งต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญและอาศัยเทคนิค วิธีการที่ทันสมัยเพื่อที่จะคงสภาพเดิมให้มากที่สุด ดังนั้นเมื่อโบราณสถานโบราณวัตถุมีความสวยงาม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และอยากกลับมาเที่ยวอีก จัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ควบคู่กับวัฒนธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การแต่งชุดไทยตามรอยละครไทย มีการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว รวมทั้งการที่ภาครัฐสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นได้แสดงถึงภูมิปัญญา ในเรื่องของการผลิตสินค้า OTOP เพื่อชาวบ้านจะได้มีอาชีพและรายได้เสริมเพิ่มขึ้น ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับภาครัฐมากขึ้นมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว สนับสนุนและส่งเสริมเยาวชนที่เป็นลูกหลานในท้องถิ่นหรือชุมชนที่มีความสามารถ ได้มีบทบาทในการนำเที่ยวชมวัด มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของชาญชาญ ปทุมกาญจนา และนรินทร์ สังข์รักษา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า ควรมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในจำนวนที่มากพอ ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่าย และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของมาโนช พรหมปัญญา และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวแรงจูงใจ และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวที่วัด คือ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุศิการาม และวัดท่าการ้อง โดยรวมแรงจูงใจและทัศนคติในการท่องเที่ยววัด ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับดีตามลำดับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอ ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยววัดด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพ และด้านเศรษฐกิจ ทัศนคติและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยววัดทั้ง 4 วัด และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมสูงสุด และนอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของไกร

ฤกษ์ ปิ่นแก้ว และคณะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมาเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรีมีความคล้ายกัน คือ ความสวยงามของสถาปัตยกรรมของสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมาของสถานที่และชื่อเสียงของพระพุทธรูป โดยภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง ในขณะที่จังหวัดนนทบุรีมีภาพลักษณ์ในการคงอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม และภาพลักษณ์ของจังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะวัฒนธรรมไทยรามัญ เมื่อพิจารณาถึงการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตและต้องการให้เพิ่มรายละเอียดในเว็บไซต์ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บนเส้นทางเดียวกัน แนะนำเรื่องที่พักราคาประหยัด และร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในเรื่องความอร่อยในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เมื่อพิจารณาความพร้อมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทางน้ำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพมากที่สุดของแต่ละจังหวัด คือ วัดนิเวศธรรมประวัติ (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) วัดโบสถ์ (จังหวัดปทุมธานี) และเกาะเกร็ด (จังหวัดนนทบุรี) อย่างไรก็ตามไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการประเมินในระดับดีมากซึ่งเป็นระดับที่สูงที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากการศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

1. ในด้านการพัฒนาและฟื้นฟูมรดกของแหล่งท่องเที่ยว ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ความงดงามของวัดทั้งทางด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของชาวไทยได้เป็นอย่างดี เพื่อการอนุรักษ์โบราณสถานเหล่านี้ให้คงอยู่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อลูกหลานในอนาคตสืบไป ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนควรร่วมมือและช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

2. ในด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนควรสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ให้มีความน่าสนใจควบคู่กับวัฒนธรรมของไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ คนในชุมชนมีอาชีพและรายได้ อีกทั้งยังดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้มาเที่ยวกันมากขึ้น เช่น การจัดเส้นทางแนะนำการท่องเที่ยวตามรอยละครไทยเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น หรือจังหวัดใกล้เคียง การจัดกิจกรรมพิเศษในวัดสำคัญทางพระพุทธศาสนา การจัดตั้งศูนย์ให้ความรู้และศูนย์ปฏิบัติธรรม การแต่งชุดไทยตามรอยละครไทย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การให้บริการรถรางชมเมือง การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การวิ่งมาราธอนบริเวณเมืองโบราณ เป็นต้น

3. ในด้านมาตรการอำนวยความสะดวก ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ถนนทางขึ้นเขา ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว คนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้จะให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่ง สถาปัตยกรรมท้องถิ่นและ

เอกลักษณ์เชิงพื้นที่

4. ในด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น สนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายยุทธศาสตร์ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดระบบบริหารและบริการ รวมทั้งการติดตามประเมินผล เพื่อการปรับปรุงดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการและประโยชน์โดยรวมต่อชุมชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ต้องร่วมกันศึกษาพัฒนาและฟื้นฟูมรดกของแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้คงอยู่ต่อไปเพื่อลูกหลาน

5. ในด้านการบริหารการท่องเที่ยว หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนส่งเสริมการจัดกิจกรรม ในด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพิ่มมากขึ้นและจะสามารถช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้ทั่วถึง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบต่อผู้

ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชน ท้องถิ่น สังคม เศรษฐกิจ และสภาพสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ดังนั้น ใน การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยการ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นแนวทางสรุปและ พัฒนาในระดับจังหวัด และระดับประเทศต่อไป

2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต การศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ควรที่จะ มีการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศว่าปัจจัยด้าน อื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประเภทโบราณสถาน พระอารามหลวงของจังหวัด พระนครศรีอยุธยา และนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูล ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำมาปรับปรุงให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและ ประเทศต่อไป

สรุปผล

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่าง ยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนคร ศรีอยุธยา สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมี รายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่อง เที่ยวชาวไทยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวประเภท โบราณสถาน พระอารามหลวง ได้แก่ 1) วัดพระศรี สรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระเมรุ ราชการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส อำเภพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน

168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 มีรายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ลักษณะการเดินทาง ท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัดคู่ประสงค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาเที่ยวพระอารามหลวง ได้แก่ 1) วัดพระศรี สรรเพชญ์ 2) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 3) วัดหน้าพระเมรุ ราชการาม 4) วัดกษัตราธิราช 5) วัดพรหมนิวาส อำเภพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางมากับครอบครัว เพื่อนหรือคนรู้จัก จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 1 - 2 ครั้ง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 วัดคู่ประสงค์ของการ เดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยว จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.75 และได้รับข่าวสารเกี่ยว กับการท่องเที่ยวจากเพื่อน ญาติหรือคนรู้จัก จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่าง ยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอาราม หลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระ อารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านการพัฒนา บุรณะและฟื้นฟูใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.38$, S.D. = 0.310) เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมต้องอนุรักษ์หรือคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพิ่มพูนและคุณค่าประสบการณ์ ให้แก่นักท่องเที่ยวอยู่

ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.83$, S.D. = 0.378) รองลงมา คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลต่อพระอารามหลวงทำให้เกิดความเสื่อมโทรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.75$, S.D. = 0.432)

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.34$, S.D. = 0.389) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านมีการจัดงานท่องเที่ยวพระอารามหลวงตามฤดูกาลที่เป็นเอกลักษณ์ให้หลากหลายตามความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.58$, S.D. = 0.495) รองลงมา คือ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ศาสนา ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ของทั้งผู้ใหญ่และเยาวชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.75$, S.D. = 0.432)

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านมาตรการอำนวยความสะดวกในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.68$, S.D. = 0.297) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านมีการจัดการการท่องเที่ยวโดยไม่สร้างผลกระทบต่อสังคม อาทิ สภาพแวดล้อม ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.90$, S.D. = 0.304) รองลงมาคือ ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.86$, S.D. = 0.373)

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา ด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.53$, S.D. = 0.369) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านช่วยกันรักษาวัฒนธรรม จัดสภาพภูมิทัศน์และมีการบำรุงรักษาสถานที่แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ได้แก่ พระอารามหลวง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.71$, S.D. = 0.473) รองลงมาคือ ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.60$, S.D. = 0.489)

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริหารการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.69$, S.D. = 0.288) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านจัดทำแผนการส่งเสริมท่องเที่ยวพระอารามหลวงให้สอดคล้องกันกับศักยภาพและความพร้อมของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นในพื้นที่ของจังหวัด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.82$, S.D. = 0.439) รองลงมา คือ ควรจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และการบริหาร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.79$, S.D. = 0.410)

4. สรุปผลข้อมูลจากข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรจัดให้มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวตามเทศกาลพิเศษต่างๆ ควบคู่กับวัฒนธรรมของไทย เอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเส้นทางและแผนผังต่างๆ บริเวณโบราณสถานให้มากขึ้น มีเจ้าหน้าที่เฉพาะการให้ความรู้ ความเข้าใจในการอนุรักษ์โบราณสถาน พระรามอารามหลวง ควรมีเจ้าหน้าที่คอย

แนะนำให้ความรู้ในแต่ละสถานที่เพื่อให้ประชาชนผู้มาท่องเที่ยวได้รับรู้ในความเป็นอยู่และวิถีชีวิตรวมถึงประเพณีความเป็นมาของสถานที่ต่างๆ ปรับปรุงร้านอาหารในเรื่องคุณภาพ ความสะอาดและราคาอาหารที่เหมาะสม มีระบบการจัดการเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อม เช่น การกำจัดขยะ หอ่งน้ำ ที่จอดรถที่สำคัญคือภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ควรร่วมมือกันในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยว

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์
ความคิดเห็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

รวมจำนวน 8 คน ได้แก่ 1) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1 คน 2) รองนายกเทศมนตรี ตำบลบางบาล อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1 คน 3) ผู้ค้าในชุมชน จำนวน 2 คน 4) คนในชุมชน จำนวน 4 คนสรุปความคิดเห็นตามประเด็นการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

1) ความคิดเห็นเกี่ยวสภาพการณ์บริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาพระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะเป็นเมืองมรดกโลกและมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน การตั้งรับและการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น ทางเทศบาลมีงบประมาณในการจัดการบริหารในแต่ละปีงบประมาณ นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นช่วงที่ละครดัง และคนหันมานิยมแต่งชุดไทยกันมากขึ้น ดังเช่น ในหลวงรัชกาลที่ 10 เน้นให้มีการแต่งชุดไทยมากขึ้น นักท่องเที่ยว จึงมีความ

ต้องการแต่งชุดไทยมาถ่ายรูปกับโบราณสถาน และที่สำคัญคนไทยเป็นเมืองพุทธ จึงทำให้นิยมทำบุญอยู่ แล้วจึงทำให้ วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงมีคนมาทำบุญอยู่อย่างต่อเนื่อง

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาพระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านการพัฒนาและฟื้นฟูมรดก
กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงกรมศิลปากรควร มีงบประมาณสำหรับการบูรณะโบราณสถานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความคงทนถาวร เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ และวัฒนธรรมอันเก่าแก่ และเป็นมรดกโลก หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ตามเทศกาลประเพณีต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยรวมทั้งบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันดูแลและอนุรักษ์ พระอารามหลวงให้คงความสวยงามอยู่ในสภาพดี ปลุกฝังให้ได้เห็นคุณค่าและเกิดความหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวพระอารามหลวง

2.2 ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว
ภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมการทำโฮมสเตย์ให้มากขึ้น เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น จัดให้มีกิจกรรม หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ควบคู่กับวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การแต่งชุดไทยตามรอยละครไทย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การให้บริการรถรางชมเมือง การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การวิ่งมาราธอนบริเวณเมืองโบราณ เป็นต้น

2.3 ด้านมาตรการอำนวยความสะดวก

ควรมีการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่

เดินทางมาเที่ยว เช่น การขนส่ง (รถบริการสาธารณะ) ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลวัดอย่างทั่วถึง การเพิ่มพื้นที่จอดรถ จำนวนห้องน้ำและความสะอาดให้มีเพียงพอเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น การจัดระเบียบความสะอาด จุดสำหรับทิ้งขยะ การเพิ่มจุดแลกเปลี่ยนเงินสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ศูนย์บริการช่วยเหลือและให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวรวมถึงการการควบคุมราคาสินค้าให้ยุติธรรมกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.4 ด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น

ผู้นำท้องถิ่น ชุมชน และชาวบ้านให้ความร่วมมือกับภาครัฐ และช่วยกัน รักษา หวงแหนโบราณสถานเป็นอย่างดี สนับสนุนให้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้คนในท้องถิ่นได้แสดงถึงภูมิปัญญา ในเรื่องของการผลิตสินค้า OTOP เพื่อชาวบ้านจะได้มีอาชีพและรายได้เสริมเพิ่มขึ้น ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับภาครัฐมากขึ้นมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว สนับสนุนและส่งเสริมเยาวชนที่เป็นลูกหลานในท้องถิ่นหรือชุมชนที่มีความสามารถ ได้มีบทบาทในการนำเที่ยวชมวัด

2.5 ด้านการบริหารการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีโบราณสถาน เน้นพระอารามหลวงนั้น วัดที่มีขนาดพื้นที่ไม่ใหญ่มาก จะประสบปัญหากับนักท่องเที่ยวที่เดินมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงของเทศกาล ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน รวมถึงมีการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย เนื่องจากมีงานพิธีที่แอบแฟงมาเป็นนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีจุดแสงไฟสว่างๆ ตลอดทาง และป้ายบอกทางที่ชัดเจน

3) ปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวง ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยาหน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ให้คนไทยและต่างชาติได้รับรู้ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีและอยากกลับมาเที่ยวอีก และการให้ความร่วมมือกันที่เป็นหนึ่งเดียว ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องและชุมชน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเพณีโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการส่งเสริมที่สัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน จากการศึกษาพบว่า ด้านการฟื้นฟูและพัฒนาการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ภาคเอกชนและประชาชนมีการให้ความร่วมมือและช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนและจริงจังต่อเนื่องมากที่สุด ทั้งทางด้านความงดงามของวัดทางด้านศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรมต่างๆ ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรมในระดับที่มาก เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และคนในชุมชนให้มีอาชีพและรายได้ที่ดี ด้านมาตรการอำนวยความสะดวก มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลาดจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ลูกศร ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงห้องน้ำ จัดการได้เป็นอย่างดี ด้านความร่วมมือกับท้องถิ่น สนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายยุทธศาสตร์ แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และร่วมกันศึกษาพัฒนาและฟื้นฟูการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประเพณีโบราณสถาน พระอารามหลวงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้คงอยู่ต่อไปเพื่อลูกหลาน และด้าน

การบริหารการท่องเที่ยว หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง สามารถเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนของจังหวัด
ควรให้การสนับสนุนส่งเสริมการจัดกิจกรรม ในด้าน พระนครศรีอยุธยาเพิ่มมากขึ้นและจะสามารถช่วย
การท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะ สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลี้มสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จากวารสารนักบริหาร. (32)4. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2560 จาก www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_12/pdf/aw019.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2560 จาก <http://www.tat.or.th>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). ความหมายของการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2560. จาก <http://www.mots.go.th>.
- การท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2560 จาก : www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และคณะ. (2557). แผนงานการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ง. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธรรณชนก คำแก้ว. (2555). การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
- มานิช พรหมปัญญา และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวแรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัด ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.10(1).
- รลิกา อังกูร. (2549). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. วารสารการวิจัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 19(1): 79-88.
- สุขุม คงดิษฐ์ และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2558). การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลกนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยว 4.0 INNOVATION FOR TOURISM 4.0

ชิดชนก อนันตมงคลกุล และอุมาภรณ์ สมกาย
Chidchanok Anantamongkolkul, Umaporn Somkai

วิทยาลัยการท่องเที่ยวนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
Phuket College of International Tourism, Phuket Rajabhat University

บทคัดย่อ

ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางมีบทบาทสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้รับผลกระทบจากจำนวนที่ลดลงของนักท่องเที่ยวจีนซึ่งเป็นกลุ่มตลาดท่องเที่ยวหลักกลุ่มหนึ่งของการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น การส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของการท่องเที่ยวยุคประเทศไทย 4.0 จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง บทความนี้จึงได้เสนอนวัตกรรมที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวไทย ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้ 1) ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้ประกอบการอาจจะใช้แนวคิดใหม่แบบกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถ่องแท้เพื่อตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวอย่างตรงจุด 2) ความปลอดภัย การสร้างความเชื่อมั่นว่า นักท่องเที่ยวจะมีความปลอดภัยเมื่อมาเยี่ยมชมเยือน ณ แหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ๆ มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ตัวอย่างนวัตกรรมที่ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้คือ สื่อสังคมออนไลน์และ Beacon Technology เป็นต้น และ 3) ความสะดวกในการรับบริการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากขีดความสามารถในการบริการมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งอาจจะไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น เทคโนโลยีการจดจำใบหน้า อาจจะเป็นเครื่องมือสนับสนุนการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย เพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จากที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรจะประยุกต์ใช้นวัตกรรมต่าง ๆ ร่วมกับภาพลักษณ์เดิมของไทย เช่น ความเป็นไทย เป็นต้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน

คำสำคัญ: นวัตกรรมการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว 4.0

Abstract

China is one of the key tourism markets of Thailand. Recently, the tourism industry in Thailand has experienced a decrease in the number of Chinese tourist arrivals due to a

variety of reasons. A positive destination image is a key aspect in attracting potential tourists to a destination. That is, destination image plays an important role in tourist decision making. In particular, Thailand's image should be congruent with tourism innovations in the Thailand 4.0 concept. In this article, three tourism innovations are proposed in order to promote positive Thai destination images and to reverse the decrease in Chinese tourists. First, there should be prompt responses to problems with Tourism entrepreneurs using a new concept called design thinking. This involves developing a problem-based solution where the specific problem needs to be accessed before moving to further steps. Second, tourism businesses should pay closer attention to safety. A potential tourist is more likely to choose a particular destination when safety is assured. Examples of innovations to be applied in this regard include social media and beacon technology. Finally, the idea of service convenience should be considered. A long renowned tourism destination like Thailand is often confronted with high numbers of tourists—stretching its carrying capacity. As such, one problem that may occur is that tourists may experience inconvenience when being served. Face recognition technology would be a beneficial tool to assist tourists more quickly, more effectively, and more conveniently. This would lead to tourist loyalty.

Keywords: Tourism innovation Destination image Tourism 4.0

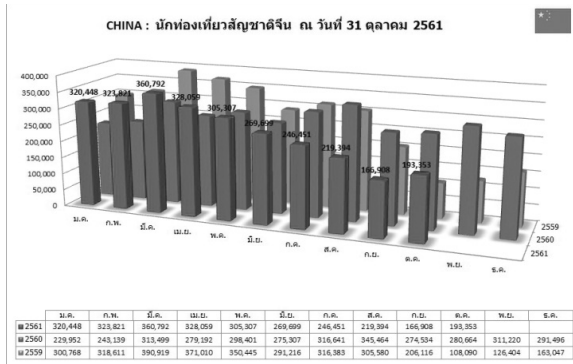
บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่า ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง (Destination image) มีบทบาทสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภาพลักษณ์นี้หมายรวมถึงสองประเภทหลัก คือ 1) ภาพลักษณ์ที่จับต้องได้ (Cognitive image) เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว อาหาร และมิตรภาพ เป็นต้น (Pike & Ryan, 2004: 333-342) และ 2) ภาพลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Affective image) อาทิ ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ เป็นต้น (Li & Stepchenkova, 2012: 250-266) ท่ามกลางความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ภาครัฐและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องจับตามองและเร่งสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความ

ต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้อย่างทันท่วงที ซึ่งส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวไทยได้รับผลกระทบเชิงลบจากเหตุการณ์ต่าง ๆ อาทิ เหตุการณ์เรือล่มที่จังหวัดภูเก็ตในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 และเหตุการณ์พนักงานรักษาความปลอดภัยทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยวชาวจีนที่สนามบินดอนเมืองในเดือนกันยายน พ.ศ. 2561 เป็นต้น ได้ส่งผลกระทบทางด้านลบต่อการท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างมาก จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาข้อมูลสถิติจากรูปที่ 1 จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า จากรูป จะเห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบกับปี

พ.ศ. 2560 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวใน ปี พ.ศ. 2561 ลดลงเป็นอย่างมาก นั่นคือ นักท่องเที่ยวชาวจีน ลดลงร้อยละ 22 ร้อยละ 36 ร้อยละ 39 และร้อยละ 31 ในเดือนกรกฎาคม สิงหาคม กันยายน และเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันในปี พ.ศ. 2561



รูปที่ 1 แผนภูมิแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน
ปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2561

ที่มา : สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (2561)

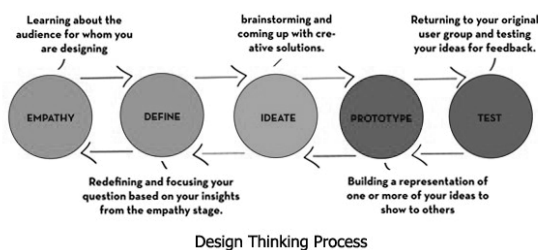
จากสถานการณ์ดังกล่าว ประกอบกับการเกิดใหม่ของแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาคุณภาพและสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบกับข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2561 พบว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้งาน และการเพิ่มความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวนั้นจะเป็นส่วนช่วยในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของไทยได้ดีที่สุด บทความนี้จึงขอเสนอแนะแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในไทยโดยใช้นวัตกรรม (Innovation) เป็นเครื่องมือ กล่าวโดยสังเขป นวัตกรรม หมายถึง การใช้หลักแนวคิดหรือวิธีการใหม่ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดใหม่ในการดำเนินงาน การกระทำให้รูปแบบใหม่ หรือ

กระบวนการผลิตแบบใหม่ ทั้งนี้อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงแนวทางทางความคิดหรือการผลิตแบบถอนรากถอนโคนหรือแบบต่อยอด การเปลี่ยนแปลงที่จะสามารถเรียกได้ว่าเป็นนวัตกรรมได้ จำเป็นต้องมีความแตกต่างจากสิ่งเดิมแบบเห็นได้ชัดเจน และการเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเป็นไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง คือ เพื่อเพิ่มมูลค่า เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า หรือเพิ่มผลผลิต (ราณี อธิชัยกุล, 2558) โดยในบทความนี้ จะเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นนวัตกรรมในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของจุดหมายปลายทาง อันจะมีแนวโน้มในการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งจะแบ่งมุมมองของการส่งเสริมภาพลักษณ์ดังกล่าวออกเป็น 3 มิติ คือ 1) ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหา 2) ความปลอดภัย และ 3) ความสะดวกในการบริการของนักท่องเที่ยว ดังนี้

มิติที่ 1 ความรวดเร็วในการตอบสนองปัญหา
การเริ่มต้นในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น เรามีความจำเป็นที่จะต้องตอบสนองต่อปัญหาแบบเฉียบพลันเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ การตัดสินใจปัญหาแบบง่ายๆ ที่สูญเสียเวลาไปกับการวางแผนและพินิจพิเคราะห์ถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอาจไม่ทันต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแบบทันทีทันใด สิ่งเหล่านี้นำไปสู่การวิธิตีรูปแบบใหม่ในการตอบสนองต่อปัญหา หรือที่เราเรียกว่า นวัตกรรมนั่นเอง แนวคิดใหม่นี้เรียกว่า Design thinking

Design Thinking คือ กระบวนการในการออกแบบหรือคิดค้นนวัตกรรมใหม่โดยจำเป็นต้องเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถ่องแท้เพื่อตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาอย่างตรงจุด (Empathy and Define) ในแง่ของธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ การคิดเชิงออกแบบนี้หมายถึงการรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวโดยตรง โดยมองปัญหาจากแง่มุมของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยหลังจากที่เข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วจึงทำการระดมความคิดในการแก้ปัญหา

(Ideate) แต่ต้องมีความระมัดระวังในการรวบรวม ข้อคิดเห็นต่างๆ โดยต้องมองถึงข้อเท็จจริงมากกว่า ความคิดเห็น เพราะหากไม่ระมัดระวังในจุดนี้อาจ ทำให้เราแก้ปัญหาผิดทางได้ เมื่อเข้าใจในปัญหาที่เกิดขึ้นและได้ระดมความคิดเห็นในการแก้ปัญหาแล้วจึง สร้างต้นแบบของนวัตกรรมที่ใช้แก้ปัญหา (Prototype) และลงมือใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหา (Test) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ สามารถอธิบาย ได้ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 กระบวนการคิดแบบ design thinking
ที่มา : WhiteTofu. (2016)

กระบวนการคิดเชิงออกแบบถูกใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบันซึ่งรวมถึงบริษัทชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งหลักแนวคิดแบบนี้จะช่วยส่งเสริมให้เราสามารถนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ได้อย่างรวดเร็วและทันทั่วทั้ง ธุรกิจการแบ่งเช่าที่พัก Airbnb คือตัวอย่างของ ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่มีการประยุกต์ใช้แนวคิด การคิดเชิงออกแบบ

มิติที่ 2 ความปลอดภัย

เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวสำหรับนักเดินทางและนักท่องเที่ยว ดังนั้น การสร้างความมั่นใจว่า เราสามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้จึงมีความสำคัญต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ตัวอย่าง นวัตกรรมที่สามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวได้คือ สื่อสังคมออนไลน์ และ Beacon Technology

สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้คนเราสามารถแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ความคิด ความสนใจผ่านสื่อ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ในปัจจุบัน ผู้ใช้มักเข้าถึงบริการสื่อสังคมออนไลน์ผ่านดาวน์โหลดบริการที่มีฟังก์ชันการทำงานด้านโซเชียลมีเดียไปยังโทรศัพท์มือถือของตน ผู้ใช้ที่ต้องการสร้างโพสต์ แชร์ และแก้ไขเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างจะต้องลงทะเบียนไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมในประเทศไทย ได้แก่ Facebook (และ Facebook Messenger), Google+, Instagram, LinkedIn, Twitter และ YouTube

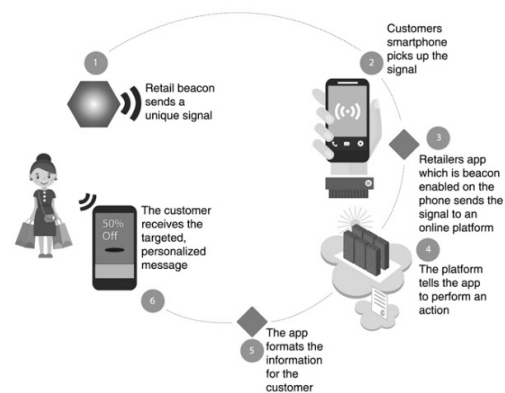
สื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รัฐบาลและผู้ประกอบการสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อปฏิบัติ เพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และยังสามารถใช้เป็นช่องทางการร้องเรียนหรือแจ้งเหตุได้ตลอดเวลาอีกด้วย องค์กรายงานความคืบหน้าของสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลปัจจุบันเพื่อใช้ในการวางแผนและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เช่น จากรูปที่ 3 นักท่องเที่ยวสามารถรับข่าวสารพยากรณ์อากาศจากศูนย์อุตุนิยมวิทยาเพื่อตรวจสอบสภาพอากาศก่อนวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น



รูปที่ 3 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประกาศ
ข่าวสาร
ที่มา: ผู้เขียน

เทคโนโลยี Beacon (Beacon Technology) เป็นเทคโนโลยีล่าสุดที่ใช้ในการตลาด Beacon ได้พัฒนาขึ้นเป็นครั้งแรกตั้งแต่ปีพ. ศ. 2556 โดยบริษัท Apple ซึ่งเรียกว่า iBeacon โดย Beacon เป็นเครื่องส่งสัญญาณบลูทูธ (Bluetooth) ขนาดเล็กที่ทำหน้าที่เหมือนประกาศกรช่วยให้สามารถส่งสัญญาณประกอบด้วยชุดตัวอักษรและตัวเลขที่สื่อสารไปยังอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน เป็นต้น ที่มีความสามารถในการรับสัญญาณ (iBeacon, n.d.) นั่นคือ Beacon ทำหน้าที่เป็นตัวส่งสัญญาณเพื่อบอกตำแหน่งและส่งข้อมูลให้กับผู้ใช้โดยที่ผู้รับไม่ต้องสืบค้น อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้ต้องเปิดการอนุญาตรับสัญญาณจากอุปกรณ์เท่านั้น ระบบการทำงานของ Beacon จะใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชัน (Applica-

tion) โดยผู้ใช้ติดตั้งแอปพลิเคชันและเปิดสัญญาณบลูทูธด้วย จึงจะได้รับข้อมูลจากตัวส่งสัญญาณที่ติดตั้งตามจุดต่างๆ เช่น ชายหาด ร้านค้า อาคาร หรือสถานที่ซึ่งถูกกำหนดไว้ เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว เช่น การเตือนภัย การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณนั้นๆ เป็นต้น วิธีการทำงานของสัญญาณ Beacon สามารถอธิบายได้จากรูปที่ 4



รูปที่ 4 การทำงานของ Beacon
ที่มา: happiestminds (n.d.)

การทำงานของเทคโนโลยี Beacon สามารถประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้ นั่นคือ รัฐบาลและผู้ประกอบการสามารถติดตั้งเครือข่าย Beacon (Network of BLE) ในจุดเสี่ยงต่างๆ เช่น บริเวณชายหาด เป็นต้น ส่วนนักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องติดตั้งแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของตัวเองเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับระบบเครือข่าย Beacon ที่ได้ทำการติดตั้ง โดยตัวอย่างของสิ่งที่ระบบสามารถทำได้ เช่น

ระบบสามารถระบุพิกัดของนักท่องเที่ยวในบริเวณที่มีการติดตั้งระบบเครือข่าย Beacon ได้ โดยระบบจะสามารถระบุตำแหน่งปัจจุบันและยังสามารถทำการดูประวัติการเคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ซึ่งจะทำให้เจ้าหน้าที่ทราบพิกัดที่แน่ชัดของ

นักท่องเที่ยวหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันขึ้น

ระบบสามารถตรวจจับบริเวณที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น และเก็บข้อมูลเข้าระบบเพื่อทำการวิเคราะห์จุดเสี่ยงบริเวณที่ต้องการได้เพื่อทำการวางแผนป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

นักท่องเที่ยวสามารถแจ้งเหตุผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือได้ในกรณีมีเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์เกิดขึ้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถส่งข้อความ บันทึกเสียง หรือ บันทึกวิดีโอ เพื่อแจ้งขอความช่วยเหลือต่อเจ้าหน้าที่ได้โดยตรง

เจ้าหน้าที่สามารถแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวในบริเวณที่มีการติดตั้งเครือข่าย Beacon เพื่อเป็นการเตือนอันตรายแก่นักท่องเที่ยว เช่น บริเวณชายหาด อาจมีการแจ้งเตือนห้ามลงเล่นน้ำเนื่องจากมีคลื่นลมแรง หรือ แจ้งอพยพในกรณีที่มีไฟไหม้หรือสึนามิ (Tsunami)

มิติที่ 3 ความสะดวกในการรับบริการของนักท่องเที่ยว

ประเด็นสุดท้ายที่จะกล่าวถึงในบทความนี้คือ นวัตกรรมที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคำนึงถึงขีดความสามารถในการบริการของรัฐและเอกชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นที่ทราบกันดีว่า ขีดความสามารถในการให้บริการดังกล่าวที่มีอยู่อย่างจำกัด ผู้ให้บริการมีสัดส่วนที่ไม่เหมาะสมกับผู้รับบริการ ในกรณีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ ไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ดังนั้น ภาครัฐและเอกชนจึงจำเป็นต้องใช้นวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือสนับสนุนการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย เพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นวัตกรรมหนึ่งที่จะกล่าวถึงในที่นี้คือ เทคโนโลยีการจดจำใบหน้า (Face Recognition Technology : FRT)

FRT คือ การใช้ข้อมูลทางชีวภาพ (biometric) ในการเรียนรู้ จดจำ และแยกแยะข้อมูลทางชีวภาพบนใบหน้าของมนุษย์ผ่านกล้องความละเอียดสูง ข้อมูลที่ได้ในการแยกแยะความแตกต่างของแต่ละบุคคล โดยระบบอาจมีการเปรียบเทียบข้อมูลใบหน้าที่มีอยู่ในฐานข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน สามารถประยุกต์ใช้ FRT ในกรณีต่าง ๆ อาทิ

ภาครัฐบาล: FRT สามารถนำมาใช้ในการลดความแออัดของด่านตรวจคนเข้าเมืองในสนามบิน โดยระบบนี้จะเข้ามาแทนที่การใช้เจ้าหน้าที่ในการตรวจลงตราบนหนังสือเดินทาง นักท่องเที่ยวสามารถเดินผ่านเข้าด่านตรวจคนเข้าเมืองโดยไม่มีความจำเป็นต้องรอคิวเป็นเวลานาน นักท่องเที่ยวสามารถเดินผ่านเข้าด่านตรวจคนเข้าเมือง มองกล้องความละเอียดสูงและวางหนังสือเดินทางลงบนเครื่องสแกน โดยระบบจะตรวจสอบใบหน้าที่กับรูปบนหนังสือเดินทางและรูปในฐานข้อมูลที่มีอยู่ในระบบ ซึ่งระบบนี้จะมีความแม่นยำสูง นอกจากนี้ รัฐบาลอาจมีการติดตั้งระบบนี้ในสนามบินเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถชำระค่า visa on arrival ได้อีกด้วย

ธุรกิจการบิน: ธุรกิจการบินสามารถใช้ระบบ FRT เพื่ออำนวยความสะดวกในการนำผู้โดยสารขึ้นเครื่อง ซึ่งสามารถลดเวลาได้ เช่น สนามบิน Washington's Dulles airport ได้มีการทดสอบระบบจดจำใบหน้าจากการใช้ผู้โดยสารบนเครื่องบิน a380 จำนวน 350 คน ผลปรากฏว่าใช้เวลาในการตรวจลงตราผู้โดยสารทั้งลำเพียง 20 นาที (Wallace, 2018)

ธุรกิจซื้อขายของที่ระลึก: FRT สามารถนำมาใช้ในการชำระสินค้าและบริการ ระบบจะทำการตรวจสอบใบหน้าของผู้ใช้บริการ เพื่อตรวจสอบกับฐานข้อมูลที่มีอยู่ ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องทำการลงทะเบียน กรอกข้อมูลบัตรเครดิตหรือบัญชีธนาคารเพื่อ

ใช้ในการหักเงินของผู้ใช้บริการ ส่งรูปถ่ายของตัวเอง เพื่อระบบจะทำการจดจำใบหน้าของผู้ใช้บริการและตั้งรหัสความลับ (pin code) เพื่อใช้เวลาจ่ายเงิน หรืออาจมีการติดตั้งในสถานีรถไฟหรือห้างร้านต่างๆ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก

ธุรกิจนำเที่ยว: FRT สามารถนำมาใช้ในการซื้อบริการทัวร์หรือบัตรผ่านประตูเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวเพียงแค่ถ่ายรูปผ่านกล้องความละเอียดสูงและจ่ายเงินที่จุดบริการซื้อขายทัวร์ โดยบริษัททัวร์จะนำข้อมูลใบหน้าและข้อมูลทัวร์ที่ลูกค้าซื้อเข้าสู่ระบบฐานข้อมูล เมื่อลูกค้าเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มีการซื้อทัวร์ ระบบจะทำการยืนยันตัวตนของลูกค้าและให้บริการกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ

สรุปผล

เป็นที่ทราบกันดีว่า ประเทศไทยติดอันดับประเทศที่มีผู้มาเยือนมากที่สุดในโลก อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นแหล่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศอีกด้วย ดังนั้น ภาพลักษณ์เชิงบวกของสถานที่จึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในการคงไว้ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำดังกล่าว ความปลอดภัยและความรวดเร็วในการบริการเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาเยือน และนำไปสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการอีกด้วย ในยุคปัจจุบันที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวและบริการนั้น ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีรวมถึงนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการจัดการธุรกิจ กระบวนการคิดเชิง

ออกแบบที่มีการรวบรวมปัญหาจากผู้ใช้งาน เพื่อนำมาสร้างแนวทางในการแก้ปัญหาได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการ เช่น Airbnb เป็นต้น นอกจากนี้ นวัตกรรม เช่น เทคโนโลยี beacon และสื่อสังคมออนไลน์ ยังสามารถนำมาใช้ในเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวและแขกผู้มาเยี่ยมเยือนได้ อีกทั้งเทคโนโลยีการจดจำใบหน้าก็สามารถทำให้นักท่องเที่ยวและผู้รับบริการสามารถลดขั้นตอนต่าง ๆ ในการรับบริการ และสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการอีกด้วย ถึงแม้ว่านวัตกรรมการท่องเที่ยวในยุค 4.0 จะสามารถสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงบวกให้กับประเทศไทยแต่อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยวและบริการเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้ซื้อ ดังนั้น ผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการก็ยังคงควรที่จะคงเอกลักษณ์ความเป็นไทยมาตฐานการให้บริการแบบไทย และมิตรภาพของชาวสยามเมืองยิ้มที่มีให้กับแขกผู้มาเยือนไว้ควบคู่กับการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ได้เสนอแนะมาดังกล่าวข้างต้น

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันในการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องต่อการสร้างนวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยว 4.0 เพื่อช่วยในการขับเคลื่อนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการได้มีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างแท้จริง รวดเร็ว และทันท่วงที ทั้งนี้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

บรรณานุกรม

References

- ราณี อธิชัยกุล (2558). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนวัตกรรม ในเอกสารการสอนชุดวิชา นวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พิมพ์ครั้งที่ 1 (1-46).
- Esichaikul, R. (2015). Introduction to innovation in teaching material of service innovation in hotel and restaurant business. Sukhothai Thammathirach publisher. 1(1-46). [in Thai]
- รชพร จันทร์สว่าง (2559). เทคโนโลยี Beacon กับการท่องเที่ยว. [Online] Retrieved October 30, 2018 from <http://www.sms-stou.org/archives/1739?lang=th>
- Chansawang, R. (2016). Beacon technology and tourism. [Online] Retrieved October 30, 2018 from <http://www.sms-stou.org/archives/1739?lang=th> [in Thai]
- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (2561). สถิตินักท่องเที่ยว. [Online] Retrieved November 11, 2018 <http://www.atta.or.th/?p=4019>
- Association of Thai Travel Agents. (2018). Tourism statistics. [Online] Retrieved November 11, 2018 <http://www.atta.or.th/?p=4019> [in Thai]
- iBeacon. (n.d.). Beacon technology. [Online] Retrieved November 3, 2018 from <http://www.ibeacon.com/what-is-ibeacon-a-guide-to-beacons/>
- Happiestmind. (n.d.). [Online] Retrieved November 3, 2018 from <https://www.happiestminds.com/Insights/Beacons-technology/>
- Li, X., & Stepchenkova, S. (2012). Chinese Outbound Tourists' Destination Image of America: Part I. Journal of Travel Research, 51(3), 250-266.
- Pike, S., & Ryan, C. (2004). Destination Positioning Analysis through a Comparison of Cognitive, Affective, and Conative Perceptions. Journal of Travel Research, 42(4), 333-342.
- Wallace, G. (2018). Instead of the boarding pass, bring your smile to the airport. Retrieved November 3, 2018, from <https://edition.cnn.com/travel/article/cbp-facial-recognition/index.html>
- WhiteTofu. (2559). คิด...อย่างนักออกแบบ (Design Thinking). Retrieved November 3, 2018, from <http://www.applicadthai.com/articles/คิด-อย่างนักออกแบบ-design-thinking/>
- WhiteTofu. (2016). Design Thinking. Retrieved November 3, 2018, from <http://www.applicadthai.com/articles/คิด-อย่างนักออกแบบ-design-thinking/> [in Thai]

ประวัติ



Name and Surname: Chidchanok Anantamongkolkul

Highest Education: Ph.D. (Tourism)

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: Tourism marketing, tourist behavior, special interest tourism

Address: 21 Moo 6 T.Rasada Muang Phuket, Thailand 83000



Name and Surname: Umaporn Somkai

Highest Education: Master of Tourism Management

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: Marine Tourism, Tourism Management, Airline Business

Address: 101/48 Chalermprakit Rama 9 Road, Rassada, Muang Phuket, Phuket, Thailand 83000

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการตีความวิถีชีวิตชาวอีสานและบทบาทสตรีอีสาน
ในภาพจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ ณ วัดพระธาตุแก่นนคร ขอนแก่น
A CULTURAL TOURISM THROUGH AN INTERPRETATION OF I-SAN LIFE STYLE AND I-SAN
WOMEN’S ROLES IN MURAL PAINTING “KA-LUM” AT WAT PRA TAD KAEN NA KORN,
KHON KAEN

ชลวัชร ประवालпатุมกุล¹
Cholawat Prawalpatamakul¹

อาจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น¹
Lecturer at Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen Campus¹

บทคัดย่อ

แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งต้องปรับตัวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเนื่องจากความนิยมและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันโดยการนำอัตลักษณ์ เอกลักษณ์และวัฒนธรรมเข้ามาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (แสงลิ้มสุวรรณ และ แสงลิ้มสุวรรณ, 2012) ภาคอีสานเป็นภาคที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและมีการถ่ายทอดผ่านเรื่องเล่า ศิลปะ ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ดังนั้นจุดประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ต้องการตีความภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ บริเวณชั้น 2 ของวัดมหาธาตุแก่นนครโดยใช้ทฤษฎีสตรีนิยมในการศึกษาและวิเคราะห์วิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวอีสานและบทบาทสตรีอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ แบ่งออกเป็น 7 ประเภทและได้สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวอีสาน ความเชื่อและบทบาทสตรีแบบดั้งเดิม

คำสำคัญ: ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีสาน สตรี คะลำ ตีความ

Abstract

A lot of tourist attractions have to improve themselves for attracting tourists since the popularity and the number of tourists is increasing in the present day by using their identity, uniqueness and culture in cultural tourism (Saenglimsuwan & Seanglimsuwan, 2012). I-San region is the most outstanding culture presented through stories, arts, and mural painting related to religion. Therefore, the objective in this study is to interpret the mural painting of Ka-Lum at 2nd floor of Wat Pra Tad Kaen Na Korn by using the feminism as a theoretical framework to study and analyze the traditional I-san life style and I-san women’s roles. The result shew that Ka-Lum can be classified into 7 types and reflected the traditional I-san life style, belief, and traditional I-san women’s roles.

Keyword: cultural tourism I-San women Ka-Lum interpretation

บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก และกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเยอะที่สุดในโลกเป็นอันดับที่ 10 โดยมีนักท่องเที่ยวในปี 2560 ถึง 35.4 ล้านคน เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ในด้านอาหาร ความงดงามและความหลากหลายในด้านศิลปะและวัฒนธรรมจึงทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ความนิยมและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ต้องมีการปรับแนวทางในการท่องเที่ยวโดยการนำอัตลักษณ์ เอกลักษณ์และวัฒนธรรมมาใช้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (แสงลิ้มสุวรรณ & แสงลิ้มสุวรรณ, 2012)

วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างแยกไม่ออก วัฒนธรรมเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ส่งผลให้วัฒนธรรมได้ถูกนำมาใช้ในด้านของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและเป็นกลวิธีในการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (OECD, 2009) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจมาตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษที่ 1970 โดยที่นักการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวและนักวิจัยทางการท่องเที่ยวได้พบว่านักท่องเที่ยวบางคนมาท่องเที่ยวเพื่อทำความเข้าใจในวัฒนธรรมหรือสถานที่อันเป็นมรดกโดยเฉพาะ (Tighe, 1986) มีการวิจัยโดยแจกแบบสอบถามและพบว่านักท่องเที่ยวระหว่าง 35 และ 80 เปอร์เซ็นต์นั้นเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Mandala, 2009; Molle and Deckert, 2009; TV, 2013) องค์การการท่องเที่ยวโลกได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการไปยังสถานที่ทางวัฒนธรรมในเมือง ในประเทศด้วยความตั้งใจที่จะรวบรวมข้อมูลและเปิด

ประสบการณ์ใหม่ๆ เช่น การเยี่ยมชมการแสดงศิลปะ เทศกาล งานประเพณี สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เป็นต้น (Whyte, Hood and White, 2012) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางวัฒนธรรมและทางการศึกษา (McKercher & Du Cros, 2002)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ประกอบไปด้วย 5 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) แต่ละภาคนี้ต่างมีวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานเป็นพื้นที่อารยธรรมโบราณและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นดินแดนที่มีกลิ่นอายของวัฒนธรรมประเพณีที่ผสมผสานความเชื่อเรื่องการนับถือผีและคติทางพุทธศาสนาเข้าด้วยกัน ซึ่งจะเห็นได้จากศิลปะและเรื่องเล่าต่าง ๆ ปรากฏในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาหรือ วัด นั่นเอง

วัดมหาธาตุแก่นนครหรือวัดหนองแวง สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดขอนแก่น จังหวัดหนึ่งทางภาคอีสาน จากรายงานสถิติจังหวัดขอนแก่นประจำปี 2560 ทำให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2558 จำนวน 3.8 ล้านคน และในปี 2559 จำนวน 4.5 ล้านคน (Khon Kaen Provincial Statistical Office, 2017) จากสถิติดังกล่าวทำให้เห็นว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นซึ่งวัดมหาธาตุแก่นนครหรือวัดหนองแวงนั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นที่นักท่องเที่ยวจะต้องแวะมาเยี่ยมชม อีกทั้งวัดหนองแวงเป็นศูนย์รวมความศรัทธาและความเชื่อต่าง ๆ ของชาวขอนแก่น ภายในวัดมีพระมหาธาตุแก่นนคร หรือพระธาตุเก้าชั้น ในแต่ละชั้นมีการจัดแสดงภาพวาด จิตรกรรมฝาผนังและสิ่งอันเป็นมงคลที่ต่างกัน โดยชั้นที่ 1 นั้นเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุส่วนอุรังคธาตุ

ดูและพระธาตุของสาวกว่า 100 องค์ ภาพวาดและจิตรกรรมฝาผนังบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของจังหวัดขอนแก่น ชั้นที่ 2 เป็นพิพิธภัณฑ์ของชาวอีสาน ซึ่งมีการจัดแสดงช่างของเครื่องใช้ของชาวอีสานพร้อมทั้งมีจิตรกรรมฝาผนังที่เกี่ยวกับข้อห้ามของคนอีสานหรือ คะลำ และตามบานประตูมีภาพวาดเล่าเรื่องสังศิลป์ชัย วรรณคดีชิ้นเอกของชาวอีสาน ชั้น 3 เป็นหอปฏิบัติ ที่รวบรวมตาลปัตร พัดยศและเครื่องอัฐบริขารของพระภิกษุสงฆ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดขอนแก่น ตามบานประตูและหน้าต่างมีภาพวาดเล่าเรื่อง นางผมหมอนินทานที่เล่าสืบกันมาแต่โบราณของชาวอีสาน ชั้นที่ 4 เป็นหอปริยัติธรรม ภายในเป็นที่รวบรวมของเก๋ารูปภาพพระประจำวันเกิด เทพประจำทิศ ชั้นที่ 5 เป็นหอพิพิธภัณฑ์ มีบริขารของหลวงปู่พระครูปลัดบุษบา สุมโน อดีตเจ้าอาวาส บานประตูและหน้าต่างแกะสลักภาพพุทธชาดก ชั้นที่ 6 เป็นหอพระอุปัชฌาจารย์ บานประตูและหน้าต่างแกะสลักเรื่องเวสสันดร ชั้นที่ 7 เป็นหอพระอรหันต์สาวก บานประตูและหน้าต่างแกะสลักนิทานเรื่องพระเตมีย์ใบ้ ชั้นที่ 8 เป็นหอพระธรรมรวบรวมพระธรรม คัมภีร์ ต่าง ๆ และชั้น 9 เป็นหอพระพุทธรูป ตรงกลางเป็นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้า ในแต่ละชั้นของพระธาตุนั้นมีการจัดแสดงสิ่งของ ภาพวาด จิตรกรรมฝาผนังที่บอกเล่าเรื่องราว วรรณคดี ตำนานและความเชื่อของชาวอีสานให้กับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางไปยังสถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อศึกษาหาความรู้ ทั้งด้านการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์หรือแม้กระทั่งการสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้คนในสถานที่นั้น ๆ

กะลำ คือ ผลผลิตของประสบการณ์ของบรรพบุรุษที่เคยประสบมาแต่ครั้งก่อน กอปรกับความเชื่อ ศาสนา จนกลายเป็นตั่งกฎ ข้อห้ามและสิ่งที่ควรประพฤติปฏิบัติตน ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมเพื่อความงาม ความดีตามบรรทัดฐานของสังคมของชนชาวอีสาน (Suchada, 2015) ภาพวาดจิตรกรรมฝาผนังเกี่ยวกับ

กะลำ โดยช่างศิลป์ ครูธรรมรงค์ แก้วโบราณ ที่ชั้น 2 ของพระมหาธาตุแก่นนครถือเป็นสีสันและสิ่งที่น่าสนใจให้เห็นกลั่นอายุวิถีชีวิตดั้งเดิมของชนชาวอีสานได้เป็นอย่างดี (Bewer and Bewer, 2018) โดยการที่จะเข้าใจนั้นต้องอาศัยการตีความจากผู้นำเที่ยวซึ่งจะเป็นผู้อธิบายและตีความจากรูปวาดจิตรกรรมฝาผนังเพื่อที่จะทำการเข้าใจและซาบซึ้งในวัฒนธรรมของชาวอีสาน

การตีความ (interpretation) เป็นกระบวนการทางความรู้ความเข้าใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริง ในขณะที่แต่ละคนรับสารเข้าไปนั้นจะมีความสามารถในการตีความเพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจของตน (Tilden, 1977) แนวคิดเรื่องการตีความนั้นมักจะหมายถึงการแปลซึ่งในความเป็นจริงในภาษาอังกฤษนั้น คำว่า “interpreter” ถูกใช้แทนคำว่า “translator” ที่เป็นการระบุว่าเป็นคนนี่คือสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างคนสองคน (Dumbraveanu, Craciun, and Tudoricu, 2016) กล่าวโดยสรุปคือ การตีความคือ การอธิบายอย่างง่ายโดยผู้ตีความจะแปลความหมายเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและเห็นในคุณค่าผ่านการตีความ เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่อยู่ในสถานที่นั้น ๆ ดังคำพูดของ Tilden (1977) ที่ว่า “Through interpretation, understanding; though understanding, appreciation; through appreciation, protection. (ผ่านการตีความคือความเข้าใจ ผ่านความเข้าใจคือซาบซึ้ง ผ่านความซาบซึ้งคือการปกป้อง)” (p. 38) หากต้องการที่จะตีความบทบาทสตรีนั้น ทฤษฎีสตรีนิยมจึงมีความจำเป็นต้องนำมาใช้เป็นกรอบทฤษฎีในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

เรื่องเพศเป็นหัวข้อที่น่าสนใจทั้งในด้านภาษาศาสตร์และในด้านสังคมศาสตร์ (Corbett, 1991) เพศสภาวะ (gender) ได้ถูกนิยามโดยใช้วัฒนธรรมและสังคมเป็นที่ตั้ง โดยในสังคมนั้นได้แบ่งมนุษย์ออกเป็นสองเพศคือ ชาย และ หญิง ซึ่งถูกมอง

ว่ามีความแตกต่างกันทั้งทางด้านรูปร่าง ขนาด ลักษณะนิสัย ความสามารถและด้านอื่น ๆ (Schaffer, 1981) โดยการเหมารวมนี้จึงก่อให้เกิดการแบ่งหน้าที่ให้แต่ละบุคคลเพื่อให้เหมาะสมกับเพศสภาวะของคนนั้น ๆ (Zanden, 1996) ดังนั้นทุกคนในสังคมจึงมีบทบาทและหน้าที่ตามเพศสภาวะของตน คือ ผู้ชายถูกมอบหน้าที่ให้ออกล่าสัตว์และเป็นผู้ปกป้องเนื่องจากร่างกายที่ใหญ่และแข็งแรงกว่า ในขณะที่ผู้หญิงต้องรับบทบาทในการเป็นภรรยาที่ต้องคอยดูแล ทำอาหาร ทำงานบ้านและเป็นแม่ที่ต้องคอยดูแลลูกและหลานเนื่องจากร่างกายที่เล็กและอ่อนแอกว่านั่นเอง การแบ่งบทบาททางเพศ (gender role) จึงเป็นหน้าที่และพฤติกรรมที่คน ๆ หนึ่งควรปฏิบัติตามเพื่อบำรงชีวิตภายใต้กรอบของสังคมที่ส่วนใหญ่แล้วนั้นผู้ชายเป็นใหญ่หรือเรียกว่า ปิตาธิปไตย (patriarchy) ด้วยเห็นนี้เองความไม่เท่าเทียมกันทางสังคมจึงเกิดขึ้นโดยผู้หญิงต้องอยู่ภายใต้การปกครองของผู้ชาย จนกระทั่งมีการเคลื่อนไหวของสตรีในช่วงปลายทศวรรษที่ 18 เพื่อเรียกร้องสิทธิเท่าเทียมกันของสตรีทั้งในด้านกฎหมายและด้านสังคมและพัฒนามาจนถึงปัจจุบัน

อย่างที่กล่าวไปตอนต้นว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อที่จะศึกษาและเข้าใจถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในละแวกนั้น ซึ่งทางวัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ได้มีการนำเสนอวัฒนธรรมกอบริบทวิถีชีวิตของชาวอีสานผ่านภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ บริเวณชั้น 2 แต่ทว่านักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีวัฒนธรรม ภาษาที่แตกต่างกันซึ่งอาจส่งผลให้มีการตีความไปในทางที่ผิดหรือไม่เข้าใจสิ่งที่ผู้วาดต้องการจะสื่อ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยผู้ตีความที่มีความรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมนั้น ๆ โดยการศึกษาในครั้งนี้เกิดขึ้นเพื่อต้องการจะเป็นสื่อกลางในการตีความและเป็นการอธิบายวิถีชีวิตของชาวอีสานและสตรีอีสานโดยใช้ทฤษฎีสตรีนิยมในการสะท้อนภาพสตรีอีสานออกมา

วัตถุประสงค์งานวิจัย

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อที่จะตีความเพื่อศึกษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวอีสานและบทบาทสตรีอีสานผ่านภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ ณ บริเวณชั้น 2 ของ วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้ทฤษฎีสตรีนิยมเป็นกรอบในการสะท้อนความหมาย โดยมีคำถามคือ 1. ภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ แบ่งตามประเภทได้กี่ประเภท และ 2. ภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ ได้สะท้อนวิถีชีวิตของชาวอีสานและบทบาทสตรีอีสานออกมาอย่างไร

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุด นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตั้งแต่เมื่อครั้งที่ชาวโรมันโบราณเดินทางไปยังกรีซและอียิปต์ (Perrottet, 2002) McIntosh และ Goeldner (1990) ได้ให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการเที่ยวทั่วไปเพื่อทำความเข้าใจหรือค้นเคยกับวิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ของสถานที่นั้น ๆ พร้อมกับปัจจัยทางวัฒนธรรมที่สามารถนำเสนอในบริบทของการท่องเที่ยว เช่น อาหาร ความบันเทิง สถาปัตยกรรม เครื่องดื่ม หัตถกรรมหรือผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือองค์ประกอบที่นำเสนออัตลักษณ์ของวิถีชีวิตในสถานที่ที่เฉพาะเจาะจง ดังนั้นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางไปยังสถานที่ที่มีการจัดแสดงเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตผ่านเรื่องเล่า ตำนานหรือภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง อันต้องอาศัยการตีความเพื่อที่จะได้เข้าใจในวัฒนธรรมนั้น ๆ อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

การตีความเป็นกระบวนการความรู้ความเข้าใจที่ยึดหลักความเป็นจริงตอนที่บุคคลรับสารมาแต่ละคนนั้นมีความสามารถในการตีความเพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจ (Tilden, 1977) การตีความเป็นขั้นตอนสำคัญในการประมวลผลข้อมูลที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร (Coren, 2003)

การตีความนั้นส่วนมากได้ถูกนิยามว่าเป็น “การแปล (translation)” ข้อมูล ในขั้นตอนการตีความนั้นสามส่วนที่สำคัญในการตีความคือ ผู้ส่งสาร เนื้อหาในการตีความ (เนื้อหา สิ่งของ เป็นต้น) และผู้รับ การตีความข้อมูลต่าง ๆ ได้ชี้นำทัศนคติของแต่ละบุคคลต่อวัตถุ นั้น ๆ เปลี่ยนแปลงความเข้าใจก่อนหน้านี้ สร้างคุณค่า และเผยแพร่คุณค่าและความเชื่อในหมู่คน (Chenari, 2009) ดังนั้นการตีความคือการอธิบายอย่างง่ายโดยผู้แปล ผู้แปลจะแปลความหมายเพื่อช่วยให้ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เข้าใจและซาบซึ้งในวัฒนธรรมนั้น (Knudson et al, 1999)

ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ของ Mead (1934) เชื่อว่า ความคิด ประสบการณ์และพฤติกรรมของมนุษย์นั้นมีความสำคัญต่อสังคม กล่าวคือมนุษย์สร้างความสัมพันธ์ผ่านระบบสัญลักษณ์ (Symbolic) อันเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ปฏิสัมพันธ์โดยใช้สัญลักษณ์ก่อให้เกิดพฤติกรรมเพื่อการอยู่รอดผ่านการตีความหมาย (Meaning) กล่าวคือ พิจารณาว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ควรทำหรือไม่ ถูกต้องหรือไม่ ในสังคมจึงเกิดสัญลักษณ์ร่วม (Common Symbols) ที่คนในสังคมมีการตีความร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์กันและสื่อสารกัน อันก่อให้เกิดวิถีชีวิตเพื่อให้สังคมดำเนินไปเพื่อความสงบสุข Mead เรียกกระบวนการนี้ว่า การรับรู้บทบาท (Role-taking) ซึ่งทำให้เรารู้ความหมายและความตั้งใจของสังคมและสามารถตอบสนองในการปฏิสัมพันธ์กับสังคมได้นั่นเอง

ทฤษฎีสตรีนิยมเกิดขึ้นเพื่อเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมทางด้านกฎหมายและด้านสังคมให้กับสตรีในสังคมปิตาธิปไตย โดยมีต้นกำเนิดมาจากแนวคิดเรื่องเพศซึ่งได้แบ่งมนุษย์ออกเป็น 2 เพศคือผู้ชายและผู้หญิง อ้างอิงจากความแตกต่างทางด้านสรีระ ลักษณะนิสัย เป็นต้น (Schaffer, 1981) แต่ทว่าความจริงแล้วนั้น การแบ่งเพศกับถูกกำหนดโดยการประกอบสร้างทางสังคม พร้อมทั้งแบ่งแยกหน้าที่ พื้นที่ทางสังคมและบทบาทให้กับเพศทั้งสองอย่างชัดเจน

(Zanden, 1996) บทบาทความเป็นภรรยาและแม่ดูจะเป็นบทบาทที่เด่นชัดที่สุดของสตรีในอดีต (Begum, 1992) และได้ส่งทอดความเชื่อในเรื่องของความเป็นหญิงผ่านการเลี้ยงดู การศึกษาอีกด้วย ซึ่งกระบวนการส่งผ่านนี้เรียกว่า “การส่งผ่านทางสังคมของบทบาททางเพศ (gender-role socialization)” (Peirce, 1995) จนกระทั่งมีการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อเรียกร้องสิทธิสตรีเกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 18 โดยมีนักคิดที่สำคัญอย่างเช่น Simone De Beauvoir (2009) ได้กล่าวในหนังสือ The Second Sex ว่า ผู้หญิงนั้นไม่เกิดมามีความเป็นหญิงเลยแต่กำเนิด แต่ถูกสอนให้ความเป็นหญิงตามกรอบของสังคมที่ได้มีการสร้างบรรทัดฐานของความเป็นหญิงขึ้นมา Betty Frieden (1979) ได้เขียนหนังสือเรื่อง The Feminine Mystique และได้มีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับบทบาทศรีภรรยาแบบดั้งเดิมและพบว่าความเป็นศรีภรรยาและผู้หญิงนั้นเป็นการสร้างขึ้นมาจากความเชื่อของปิตาธิปไตย ดังนั้นทฤษฎีสตรีนิยมจึงใช้ในการศึกษานี้เพื่อทำความเข้าใจถึงบทบาทและวิถีชีวิตของสตรีอีสาน

วิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นประเภทวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งตามคำนิยามแล้วคือการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหา (คำ ความหมาย รูปภาพ สัญลักษณ์) ของเนื้อหา (เขียน ภาพ หรือ พูด) (Nueman, 1997 cited in Macnamara, 2005) โดยเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยคือรูปภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง ศาลา ณ ชั้น 2 วัดมหาธาตุแก่นนคร จำนวน 32 ภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการถ่ายรูปและเก็บมาจากสถานที่จริง

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงนำมาจัดหมวดหมู่ว่าเป็นศาลาที่เกี่ยวข้องกับการกระทำประเภทใดบ้าง จากนั้นได้วิเคราะห์ภาพจิตรกรรมฝาผนังเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชาวอีสานและสะท้อนบทบาทสตรีอีสานโดยใช้ทฤษฎีสตรีนิยม

ผลการวิจัย

ภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คะลำ จำนวน 32 ภาพ สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท (ตารางที่ 1) โดยแบ่งตามความสัมพันธ์คือ เกี่ยวข้องกับการยืน เกี่ยวข้องกับการเดิน เกี่ยวข้องกับการนั่ง เกี่ยวข้องกับการนอน เกี่ยวข้องกับการกิน เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และเกี่ยวข้องกับเรื่องทั่วไป

ตารางที่ 1 ประเภทและจำนวนภาพวาด คะลำ

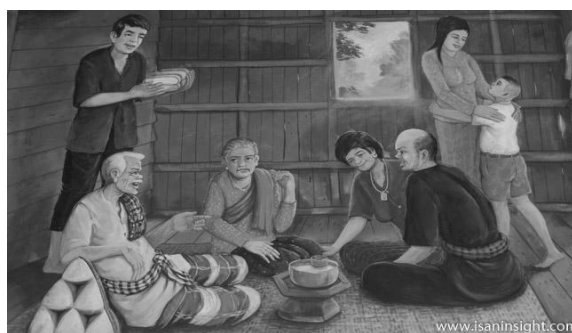
ที่	ประเภท	จำนวนภาพ
1	เกี่ยวกับการยืน	4
2	เกี่ยวกับการเดิน	5
3	เกี่ยวกับการนั่ง	4
4	เกี่ยวกับการนอน	1
5	เกี่ยวกับการกิน	3
6	เกี่ยวกับการเดินทาง	3
7	เกี่ยวกับเรื่องทั่วไป	12

จำนวนภาพวาดกะลำที่มากที่สุดคือเกี่ยวข้องกับเรื่องทั่วไป โดยมีจำนวนทั้งหมด 12 ภาพ ตัวอย่างเช่น ภาพของผู้หญิงที่แต่งตัวไปเดินในหมู่บ้าน มีผู้สูงอายุชายหญิงกำลังนั่งมองด้วยสายตาดำทมิ ผู้ชายรุ่นหนุ่มมองด้วยสายตาที่สื่อไปในทางเพศ ซึ่งต้องการจะสื่อว่าผู้หญิงนั้นควรจะแต่งกายมิดชิดในที่สาธารณะ (รูปที่ 1)



รูปที่ 1 ผู้หญิงแต่งกายโป้

กะลำที่เกี่ยวข้องกับการยืน การเดิน การนั่ง นั้นมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการทำกริยาต่าง ๆ ด้วย ความสัรรวมและมีเนื้อหาที่คล้ายคลึงกันคือ ห้ามยืน คำหัวผู้ใหญ่ ห้ามเดินข้ามหัวผู้ใหญ่ ห้ามนั่งสูงกว่าผู้ใหญ่ โดยผู้ใหญ่นั้นหมายถึงผู้ที่อาวุโสกว่า บุพการี พ่อตาแม่ยาย เป็นต้น คนที่มีอายุน้อยกว่าควรจะปฏิบัติตนหรือทำกริยานั้นด้วยความสัรรวมเพื่อเป็นการให้เกียรติแก่ผู้ที่มีวัยวุฒิสูงกว่า เช่น ภาพของลูกสะใภ้และลูกเขยยืน ในขณะที่พ่อตาและแม่ยายนั่งอยู่ ซึ่งตรงกับคำสอนที่ว่า เขยยืนใกล้เจ้าโคตร คะลำ (รูปที่ 2)



รูปที่ 2 เขยยืนใกล้เจ้าโคตร

อีกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการเดิน คือ ภาพของผู้หญิงที่เดินผ่านสามีและเอาชายผ้าถุงไปโดยสามี ซึ่งตรงกับคำพูดที่ว่า เมียอย่างเอาผ้าเอาลั่นปัดป้ายผ้า คะลำ (รูปที่ 3)



รูปที่ 3 เมียอย่างเอาผ้าเอาลั่นปัดป้ายผ้า

คะลำที่เกี่ยวข้องกับการกิน คือ ภาพของผู้หญิงที่กำลังจัดสำหรับข้าวและเด็กกำลังนั่งรับประทานข้าวอยู่ ซึ่งตรงกับคำสอนที่ว่า *ผู้น้อยกินก่อนผู้ใหญ่ เมียกินก่อนผัว คะลำ* (รูปที่ 4)



รูปที่ 4 เด็กกำลังรับประทานอาหารก่อนผู้ใหญ่

จากตัวอย่างข้างต้นที่ได้กล่าวเป็นนัย พบว่า ภาพวาดคะลำ ทั้ง 32 รูปนั้นต้องการที่จะสื่อให้เห็นถึงวิถีปฏิบัติตนหรือมารยาทในสังคมที่ควรกระทำ เช่น การเคารพผู้ที่อาวุโสกว่า การอยู่ร่วมกันในครอบครัว และสังคม รวมไปถึงข้อห้ามต่าง ๆ ซึ่งหากไม่ประพฤติปฏิบัติตามก็จะได้รับการตำหนิ ตีเตือน จากคนในสังคม ได้รับความเสียหายหรือได้รับอันตรายนั่นเอง

อภิปรายผล

หากมองเพียงผิวเผินจะเห็นรูปวาดคะลำนั้น เป็นการบอกข้อห้ามต่าง ๆ และวิถีปฏิบัติตนเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม แต่ถ้ามองให้ลึกลงไปจะเห็นวิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมของชาวอีสาน ค่านิยม ความเชื่อและบทบาททางเพศของชาวบ้านผ่านรูปวาดคะลำได้เป็นอย่างดี ตามแนวคิดของ Mead (1934) ภาพวาดคะลำนั้นเปรียบเสมือนกับสัญลักษณ์ร่วมของสังคมอันเป็นการรวบรวมความคิด ประสบการณ์และความเชื่อของชนรุ่นก่อนและถ่ายทอดออกมาเป็นคำสอนและภาพวาดเพื่อต้องการจะสืบทอดความเชื่อ พฤติกรรมอันเป็นที่ตั้งมาให้กับคนรุ่นหลังผ่านการปฏิสัมพันธ์กับสัญลักษณ์ร่วมของสังคมและการตีความเพื่อรับรู้บทบาทของตนเพื่อดำเนินชีวิตในสังคมได้

อย่างสงบสุข

วิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวอีสานที่สะท้อนให้เห็นจากรูปนั้นทำให้ทราบได้ว่าแต่เดิมนั้นชาวอีสานเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัวจากการทำเกษตรกรรมซึ่งจะเห็นได้จากรูปวาดและคำสอนที่เกี่ยวข้องกับควายและวัว เช่น *ฝนตกฟ้าร้องขี่ควายเล่น ยกมีด ยกเสียม ฟันไม้ คะลำ* และ หญิงมีครรภ์ไม่ควรเดินข้ามเชือกกลมสัตว์ และยังคงมีการล่าสัตว์ดังปรากฏในรูปของคะลำที่ว่า *ผัวไปล่าสัตว์ใหญ่ เมียอยู่บ้านนุ่งซิ่นแดง คะลำ* (รูปที่ 5) และ ห้ามเลี้ยงอาวุธใส่กัน



รูปที่ 5 ผัวไปล่าสัตว์ใหญ่ เมียอยู่บ้านนุ่งซิ่นแดง

บ้านเรือนในสมัยนั้นจะเป็นเรือนไม้ยกพื้นสูง ใต้ถุนโล่งและยังไม่มีไฟฟ้าใช้ซึ่งพบเห็นได้จากรูปวาดที่จระเข้เกาะเป็นสิ่งที่ให้แสงสว่างในยามค่ำคืนและด้วยความมืดและแสงสว่างจากตะเกียงที่น้อยนิดนี้เองจึงก่อให้เกิด คะลำ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตอนกลางคืน เช่น รูปวาดหนึ่งเป็นภาพผู้หญิงกำลังกวาดบ้านเรือนตอนกลางคืนและมีแสงสว่างจากตะเกียงพอให้เห็นอยู่บ้าง (รูปที่ 6) ซึ่งเป็นที่มาของคำสอนที่ว่า *ฝนมีดพรว้า หอกดาบสั่ว ขวาน และปัดเหี้ยนยามกลางคืน คะลำ* เนื่องด้วยแสงสว่างที่น้อยนิดนั้น การกวาดบ้านยามค่ำคืนจะทำให้มองไม่เห็นของมีค่าที่ตกหล่นทำให้ของนั้นสูญหายไปหรือการฝนมีด ลับมีดตอนกลางคืนอาจทำให้เกิดอันตรายเนื่องจากมองเห็นได้ไม่ชัดเจนทำให้ได้รับอันตรายได้



รูปที่ 7 ปิดเหือนยามกลางคืน

ทางด้านความเชื่อดั้งเดิมของชาวอีสานที่พบเห็นได้จากรูปวาดคือ ความเชื่อด้านพระพุทธศาสนา เช่น ภาพของชายคนหนึ่งนั่งขัดสมาธิหน้าพระสงฆ์ ในขณะที่คนอื่น ๆ นั่งพับเพียบเรียบร้อย และ รูปของผู้หญิงที่ยืนอยู่สูงกว่าพระสงฆ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าคละคำสอนของชาวอีสานนั้นได้นำความศรัทธาในด้านพระพุทธศาสนาเข้ามาประกอบด้วย นอกจากนี้ยังพบเห็นความเชื่อด้านเวทมนต์ และคุณไสย จากภาพคละคำที่ผู้หญิงหรือภรรยาเดินเอาชายผ้าถุงไปโดนสามี (รูปที่ 3) ด้วยความเชื่อด้านเวทมนต์ คุณไสยที่มองว่าผ้าถุงหรือของที่เกี่ยวกับสตรีนั้นเป็นของต่ำ หากมาโดนตัวของผู้ที่นับถือหรือมีมนต์คาถาจะทำให้มนต์คาถานั้นเสื่อมได้ และท้ายสุดคือความเชื่อเรื่องผู้เอาไสสังคมไทยหรือสังคมอีสานก็ตามแต่ต่างให้ความสำคัญกับวัยวุฒิ กล่าวคือ ผู้น้อยต้องให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่ในทุก ๆ ด้าน เช่น ห้ามเดินผ่านหลังผู้ใหญ่ที่นั่งอยู่ ห้ามนั่งสูงกว่าผู้ใหญ่ ห้ามยืนค้ำหัวผู้ใหญ่ เป็นต้น ซึ่งภาพวาดคละคำส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการนั่ง การเดิน การยืนก็มีประเด็นเรื่องเอาไสเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการประพฤติปฏิบัติเพื่อความงามและความดีตามกรอบของสังคมที่ตั้งไว้ (รูปที่ 2) เช่นเดียวกับงานวิจัยของพระครูสังฆรักษ์วิวัฒน์ อภิชาติ (2011) พบว่าคละคำของอีสานนั้นใช้หลักพุทธจริยธรรมตั้งแต่ เบญจศีล กุศลกรรมบถ มรรค 8 เป็นต้น มาเป็นพื้นฐานและกรอบแนวคิด อีกทั้งยังบูรณาการองค์ความรู้ทางจริยธรรมมาเป็นคำสอนให้ประพฤติปฏิบัติเพื่อให้สังคมดำรงอยู่อย่างสงบสุข

การแต่งกายของชาวอีสานแบบดั้งเดิมที่แสดงให้เห็นจากภาพวาดทุกภาพจะต้องมีผ้าขาวม้าเป็นส่วนประกอบในการแต่งกายของผู้ชาย โดยจะใช้พาดบาคาดเอวหรือนุ่งเป็นโจงกระเบน ส่วนผู้หญิงจะแต่งกายด้วยเสื้อแขนสั้นและนุ่งผ้าซิ่น การแต่งการนี้ยังคงได้รับการสืบทอดมาถึงปัจจุบันอันเห็นได้จากผ้าขาวม้าและผ้าถุงซิ่นซึ่งเป็นของฝากจากภาคอีสานที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและยังคงใช้มาจนถึงในยุคปัจจุบัน

ภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง คละคำ ยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทสตรีอีสานที่ยังคงเป็นแบบดั้งเดิม นั่นคือ ผู้หญิงต้องรับบทบาทของภรรยาและแม่ เช่น ภาพของหญิงสาวที่แต่งตัวสวย หวีผมหน้ากระຈก ในขณะที่สามีออกไปล่าสัตว์ (รูปที่ 5) โดยภาพนี้ต้องการจะสอนผู้หญิงในฐานะภรรยาว่า ภรรยาที่ดีนั้นไม่ควรแต่งตัวสวยในขณะที่สามีออกไปล่าสัตว์ พื้นที่ของสตรีชาวอีสานนั้นจะอยู่ที่บ้าน ในขณะที่พื้นที่ของผู้ชายนั้นจะอยู่นอกบ้าน ออกไปล่าสัตว์ ทำงานเพื่อดูแลครอบครัวของตน อีกรูปที่เห็นได้ชัดถึงบทบาทของสตรีชาวอีสานคือรูปของผู้หญิงที่จัดสำรับอาหารให้กับลูกของเธอ (รูปที่ 4) จากรูปนี้ได้สะท้อนบทบาทสตรีแบบดั้งเดิมได้อย่างชัดเจน ผู้หญิงจะอยู่บ้านเฝ้าเรือน คอยดูแลความเรียบร้อยภายในบ้าน เช่นเดียวกับ ภาพของผู้หญิงที่กำลังกวาดบ้านในยามค่ำคืน (รูปที่ 7) และผู้หญิงกำลังทำความสะอาดเสื้อผ้า (รูปที่ 8) อันเป็นงานที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ของผู้หญิง



รูปที่ 8 ผู้หญิงยกชายผ้าถุงเช็ดหน้า

อีกบทบาทของผู้หญิงที่เห็นได้ชัดคือเป็นผู้ที่มีหน้าที่คอยดูแลลูก หลายรูปนั้นจะเห็นเด็กทารกหรือเด็กเล็กจะอยู่ใกล้กับแม่ของตน เช่น ภาพของชายหนุ่มกำลังขึ้นบันไดบ้านพร้อมกับหอบฟืนขึ้นบ้านด้วย มีผู้หญิงคุมผ้าเดินหาบคอนซึ่งในตะกร้านั้นมีลูกของเธออยู่ในนั้นด้วย (รูปที่ 9) ซึ่งภาพเหล่านี้ต้องการจะสื่อว่า ไม่ควรเอาฟืนไปผ่าบนบ้านเพราะจะทำให้บ้านเรือนสกปรก และภาพของลูกเขยและสะใภ้ยืนอยู่ข้างหลังผู้สูงอายุที่กำลังนั่งอยู่ (รูปที่ 2) จะพบว่าเด็กชายนั่งอยู่ติดกับแม่ของตนและผู้เป็นแม่ก็โอบกอดตักจะประคบประหงมเลี้ยงดูลูกของตน ดังนั้นหน้าที่ในการเลี้ยงลูกจึงตกเป็นของผู้หญิงในการที่จะคอยดูแล คอยหาอาหารให้นั่นเอง



รูปที่ 9 อย่าเอาฟืนขึ้นบ้าน

จากภาพวาดคำที่ปรากฏสตรีและบทบาทของเธอทำให้สรุปบทบาทของสตรีอีสานดั้งเดิมได้ว่าผู้หญิงนั้นมีบทบาทของการเป็นภรรยาและเป็นแม่ ซึ่งพื้นที่ของเธอนั้นจะอยู่ที่บ้าน ที่พวกเธอนั้นมีหน้าที่ในการดูแลความเรียบร้อยและความสะอาดภายในบ้าน ซักเสื้อผ้า หุงหาอาหาร รอสามีกลับมาจากการล่าสัตว์ และการทำงาน รวมไปถึงการดูแลลูกด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งบทบาทเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นจากการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสตรีของ Frieden (1979) เธอได้กล่าวว่า บทบาทการเป็นแม่ศรีเรือนและความเป็นหญิงนั้นเป็นการสร้างขึ้นโดยอ้างอิงจากความเชื่อในปิตาธิปไตย บทบาทเหล่านี้กลายเป็นเป้าหมายในชีวิตและหน้าที่สำคัญสำหรับผู้หญิง เด็กหญิงได้รับการเลี้ยงดู

ให้มีความเป็นหญิงตามกรอบของสังคมและเดบิโตมา เป็นภรรยาและแม่ตามลำดับ ความเชื่อเหล่านี้ได้ปลูกฝังผ่านทางการศึกษาและทางวัฒนธรรมนั่นเอง ภาพของเด็กผู้หญิงที่ทำความสะอาดบ้านหรือเลี้ยงดูน้อง (รูปที่ 10) แสดงให้เห็นถึงการปลูกฝังความเป็นหญิงและบทบาทของสตรีให้กับเด็กผู้หญิงผ่านทางวัฒนธรรม



รูปที่ 10 อย่ายืนค้ำหัวผู้ใหญ่

และผ่านการเลี้ยงดูซึ่งตรงกับคำพูดของ Peirce (1995) ที่ว่าบทบาททางเพศนั้นจะส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นผ่านการเลี้ยงดูและการศึกษา ยิ่งไปกว่านั้นยังตรงกับคำพูดของ Beauvoir (2009) ที่ว่า “ผู้หญิงไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิง แต่ได้กลายเป็นผู้หญิง (One is not born, but rather becomes, woman)” โดยคำว่า “ผู้หญิง” ได้รับการนิยามภายใต้กรอบสังคมปิตาธิปไตย หากไม่ประพฤติปฏิบัติตามก็จะได้รับคำตำหนิตีเดียวน เฉกเช่น ภาพหนึ่งของผู้หญิงแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าน้อยชิ้นและเดินไปในหมู่บ้าน โดยมีสายตาตำหนิตีเดียวนของผู้อาวุโส (รูปที่ 1) การแต่งกายเช่นนี้ถือเป็นการละเมิดหรือเป็นการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎ ข้อห้ามที่วางไว้ การแต่งกายที่ดีของสตรีอีสานในสังคมดั้งเดิมนั้นจะต้องสวมใส่เสื้อผ้ามิดชิดก่อนที่จะออกจากบ้าน ดังเช่นภาพวาดของผู้หญิงที่นุ่งกระโจมอกและเดินหอบน้ำผ่านหน้าบ้านของชายคนหนึ่ง (รูปที่ 11)



รูปที่ 11 ผู้หญิงควรแต่งกายให้เรียบร้อยก่อนออกจากบ้าน

ภาพเหล่านี้ต้องการที่จะสื่อความหมายว่าการแต่งกายเช่นนี้เป็นคละ หรือเป็นความผิด เราไม่ควรทำตาม อีกนัยหนึ่งคือการแต่งกายของผู้หญิงนั้นได้กลายมาเป็นกฎที่ผู้หญิงจะต้องปฏิบัติตามเพื่อจะได้เป็นผู้หญิงที่ดีตามค่านิยมหรือกรอบของสังคมที่ได้วางไว้ มิเช่นนั้นจะได้รับความติฉินนินทาและถูกมองว่าเป็นผู้หญิงที่ไม่ดีได้

สรุปเนื้อหา

จากการศึกษาภาพวาดคละที่ที่ต้องการตีความภาพวาดและศึกษาวิถีชีวิตและบทบาทสตรีอีสานได้พบว่า ภาพวาดคละนั้นแบ่งออกเป็น 7

ประเภทตามการกระทำรียนั้น ๆ เช่น คละที่เกี่ยวกับการเดิน การนั่ง การยืน เป็นต้น

นอกจากนี้เรายังสามารถทราบถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวอีสานที่ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมเกษตรกรรม มีการล่าสัตว์ อีกทั้งความเชื่อที่ยังยึดหลักจริยธรรมของพระพุทธศาสนา ความเชื่อเรื่องผีและคุณไสย เป็นต้น รวมไปถึงบทบาทของสตรีอีสานที่ยังคงเป็นแบบดั้งเดิมคือ เป็นแม่และภรรยา มีการถ่ายทอดปลูกฝังบทบาทสตรีและการประพฤติปฏิบัติผ่านการเลี่ยนดู คำสอน วัฒนธรรมและความเชื่อ

การศึกษาในครั้งนี้ต้องการที่จะเป็นสื่อกลางในการตีความภาพวาดเพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมอีสานให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมายังวัดพระธาตุแก่นนคร จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้เกิดความซาบซึ้งในวัฒนธรรมอันสวยงามและรักษาให้คงอยู่ต่อไปดังคำพูดของ Tilden (1977) ที่ว่า “Through interpretation, understanding; though understanding, appreciation; through appreciation, protection. (ผ่านการตีความคือความเข้าใจ ผ่านความเข้าใจคือซาบซึ้ง ผ่านความซาบซึ้งคือการปกป้อง” (p. 38)

บรรณานุกรม

- Beauvoir, S. d. (2009). **The second sex**. London : Jonathan Cape.
- Begum, N. (1992). **Working out: New directions for women’s studies**. London: Burgess Science Press.
- Bewer, S. and Bewer, T. (2018). Mural Paintings of “Kalam” at Wat Nong Wang. Retrieved on November 5th, 2018 from <https://www.timsthailand.com/wat-nong-wang-kalam/>.
- Chenari, M. (2009). Hermeneutics and theory of mind. **Phenomenology and the Cognitive Sciences**, vol. 8, pp. 17-31.
- Corbett, G. (1991). **Gender**. New York: Cambridge University Press.
- Coren, S. (2003). ‘Sensation and Perception’ *Handbook of Psychology*. Wiley, J & Sons, Inc.,
- Gadamer, HG (ed.). **Text and Interpretation**. Phainomena, p. 70.
- Dumbraveanu, D., Craciun, A., and Tudoricu, A. (2016). Principle of interpretation, tourism and heritage interpretation – the experience of Romanian museums. **Journal of Studies**

- and *Research in Human Geography*, 10(1), 59-75.
- Friedan, B. (1979). **The Feminist Mystique**. Harmondsworth: Penguin.
- Khon Kaen Provincial Statistical Office. (2017). **Khon Kaen Provincial Statistical Report**. Khon Kaen: Khon Kaen Provincial Statistical Office.
- Knudson, D. M., Cable, T. T., & Beck, L. (1999). **Interpretation of cultural and natural resources**. State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- Macnamara, J. R. (2005). Media content analysis: its uses, benefits and best practice methodology. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 6(1), 1-34.
- Mandala, L. (2009). **New Study reveals popularity of U.S. cultural and heritage travel: large, affluent market focusses on history and tradition**. Retrieved on November 1st, 2018 from http://mandalaresearch.com/wp-content/uploads/.../CHT_release_Oct_20.pdf.
- McIntosh, R. W. and Goeldner, C.R. (1990). **Tourism Principles, Practices, Philosophies** (6th edition). New York: John Wiley and Son.
- McKercher, B. and Cros, H. (2002). **Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management**. New York: Haworth Hospitality Press.
- Mead, G. H., (1934). **Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist**. Chicago: University of Chicago Press.
- Molle, A. and Deckert, M. (2009). **Project Report – WPA 3.1.1 Market Analysis**. Retrieved on November 1st, 2018 from www.central2013.eu/fileadmin/user.../CrossCultour_Market_Analysis.pdf.
- OECD. (2009). **The impact of culture on tourism**. OECD Publications.
- Peirce, K. (1995). Socialization messages in seventeen and ‘teen magazines. In Lont, C.M. (Ed.). **Women and media: Content, careers, and criticism**. (p. 79-86). CA: Wadsworth Publisher Company.
- Perrottet, F. (2002). **Route 66 AD: On the Trail of Ancient Roman Tourist**. Sydney: Random House.
- Phrakru Sankaraksaviwat Apichato. (2011). An Analytical Study of Isan KaLum in Buddhist Ethics Perspectives. *Journal of Buddhist Studies*, 6(2), 31-43.
- Saenglimsuwan, K. and Saenglimsuwan, S. (2012). Sustainable Cultural Heritage Tourism. *Executive Journal*, 32(4), 139-146.
- Schaffer, K.F. (1981). **Sex roles and human behavior**. Cambridge, MA: Winthrop.
- Suchada. (2015). Kalum Calum or Galum. Retrieved on November 1st, 2018 from <http://boss.kku.ac.th/esandb/en/%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%B%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8>

%A8/2015-09-30-04-32-57/108-2015-09-10-07-21-57.html.

Tighe, A. J. (1986). The Art/ Tourism Partnership, **Journal of Travel Research**, 24 (3), 2-5.

Tilden, F. (1977). **Interpreting Our Heritage**. University of North Carolina Press.

TV. (2013). **Cultural Tourism Market Profile Year Ending June 2013**, Melbourne: Tourism Victoria.

Whyte, B., Hood, T., and White, B. (eds). (2012). **Cultural and Heritage Tourism: A Handbook for Community Champions**. Ottawa: Federal Provincial Territorial Ministers of Culture and Heritage.

Zanden, J. W. V. (1996). **Sociology: The core**. (4th ed.). New York: McGraw-Hill Publisher Company.

ความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหนองเหล็ก อำเภोजอมพระ จังหวัดสุรินทร์ READINESS FOR TOURISM MANAGEMENT BY THE COMMUNITY BAN NONG LEK, CHOM PHRA DISTRICT, SURIN PROVINCE.

ชนิสรา เพชรพิเศษศักดิ์ นชนลิน อินทนุพัฒน์
ChanissraPhetpisatsakNaknalinIntanupat

สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหนองเหล็ก อำเภोजอมพระ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ภายใต้แนวคิดศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยกำหนดประเด็นย่อยสำหรับใช้ศึกษาจำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ประเด็นทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ประเด็นทางด้านการบริการและการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว 3) ประเด็นทางด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และ 4) ประเด็นทางด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

จากการศึกษาพบว่า ความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวนั้น สามารถสะท้อนเศรษฐกิจของชุมชนบ้านหนองเหล็กที่มีการจัดการแบบวิสาหกิจชุมชนดี การสร้างกลุ่มเครือข่ายและกระจายรายได้ทั้งจากผู้ประกอบการภาคเอกชนร่วมมือกับชุมชน สามารถสะท้อนออกมาเป็นสังคมและวัฒนธรรมชุมชนที่มีความเอื้ออาทรซึ่งกันและกันได้ดี ซึ่งสังคมและวัฒนธรรมแบบพึ่งพาอาศัยเช่นนี้ เป็นผลให้เศรษฐกิจชุมชนมีความมั่นคง แน่นหนาว่าหากการจัดการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้านของชุมชนบริบูรณ์ครบทุกด้าน ถือเป็นกุญแจให้ชุมชนบ้านหนองเหล็กสามารถจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ : การจัดการท่องเที่ยวชุมชนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบ้านหนองเหล็ก

Abstract

The purpose of this research was to study the readiness of community tourism management. Ban Nong Lek, Chom Phra District, Surin Province By using qualitative research methods. Under the concept of tourism management potential by the community by assigning sub-issues for the study of 4 issues, namely 1) tourism resource issues 2) service issues and providing quality experiences to tourists 3) tourism management issues and 4) community participation issues.

According to studies, it has been found that The readiness to handle the tour. Can reflect the economy of Ban Nong Lek community with good community enterprise management creating a network group and distributing income from both private entrepreneurs and

community partners, can reflect to be a social and cultural community that has good generosity for each other. Which society and culture rely on this as a result, the community economy is stable. Of course, if the tourism management of all 4 areas of the community is complete in all aspects considered as a key to the Ban Nong Lek community to be able to manage sustainable tourism in the future.

Keywords: sustainable community tourism management sustainable tourism Ban NongLek

บทนำ

ในอดีตความล้มเหลวของการพัฒนาแบบก้าวกระโดดที่เน้นผลเป็นกำไรหรือเม็ดเงิน โดยใช้ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน พบว่ามีผลต่อเศรษฐกิจชุมชนและสังคมวัฒนธรรมในระยะยาว ซึ่งผลตอบแทนที่ได้จากเม็ดเงินมหาศาล ไม่สามารถนำมาฟื้นฟูสิ่งเหล่านี้ได้แม้แต่น้อย ทำให้คุณค่าของแหล่งต้นทุนทางวัฒนธรรมถูกทำลายจนหมดสิ้น การท่องเที่ยวกลับกลายเป็นดาบสองคมที่กลับมาทำลายชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จากการขาดการจัดการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึก มิติทางเศรษฐกิจที่ชัดเจนที่สุดคือการพัฒนาที่มีได้คำนึงถึงศักยภาพแหล่งที่อยู่อาศัย สังคม และวัฒนธรรมรากเหง้าชุมชน ดังนั้นการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างมากในกระแสการพัฒนาของสังคมโลก นับตั้งแต่ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติรวมทั้งประเทศไทย ได้ร่วมลงนามในแผนแม่บทของโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ในการประชุมสุดยอดของโลกทางด้านสิ่งแวดล้อม (Earth Summit) ที่ประเทศบราซิล เมื่อปี 2535 ซึ่งได้เป็นพันธกรณีที่แต่ละประเทศจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาประเทศให้มุ่งสู่ความยั่งยืน(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

ซึ่งปัจจุบันเมื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นคำตอบสำคัญในการพัฒนาทุกรูปแบบแผนยุทธศาสตร์ชาติ

20 ปี (พ.ศ.2560 -2579) กำหนดวิสัยทัศน์อย่างชัดเจนให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” แน่นอนว่าการจัดการที่มีศักยภาพที่ดีนั้น สามารถตอบวิสัยทัศน์ของแผนชุดนี้ได้โดยตรงตามประสงค์ แต่หากพิจารณาจากยุทธศาสตร์การยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบความท้าทายของโครงการท่องเที่ยวต่างๆของรัฐบาลที่หวังให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดความยั่งยืนในเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีใช้การท่องเที่ยวเป็นเสมือนพาหนะขับเคลื่อนส่งนักท่องเที่ยวที่มุ่งการเข้าถึงแหล่งผลิตสินค้า OTOP ชุมชนหวังกระจายรายได้และให้เกิดการมีส่วนร่วม

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนดังที่ได้กล่าวข้างต้น ส่งผลให้ชุมชนมีแนวคิดที่จะใช้การท่องเที่ยว เข้ามาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ตลอดจนความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งใหม่ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเขตเมืองรอง การวิจัยในครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองเหล็ก อำเภอดำรงวิทยะปาริ วัง จังหวัดสุรินทร์ โดยกำหนดประเด็นสำหรับใช้ในการศึกษา จำนวน 4 ประเด็นได้แก่ 1) ประเด็นทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ประเด็นทางด้านการบริการและการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว 3) ประเด็นทางด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และ 4) ประเด็นทางด้าน

การมีส่วนร่วมของชุมชน (Shaw and Williams, 2004) การศึกษาดังกล่าว เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่สอดคล้องกับบริบทของวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพร้อมต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองเหล็ก อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพภายใต้กระบวนทัศน์การวิจัยแบบตีความ (Interpretivist Paradigm) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case Study Research) ทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และการสังเกตจากกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็ก จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยดำเนินการทั้งในรูปแบบนักวิจัยและการสังเกตจากการเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็ก เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยว ใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ประเด็นทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ประเด็นทางด้านการบริการและการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว 3) ประเด็นทางด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และ 4) ประเด็นทางด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

วิธีการวิจัย

ประชากร

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

คือคนในชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ราษฎรชาวบ้าน ผู้ประกอบการวิสาหกิจในชุมชน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 63 คน กลุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการสุ่ม

ตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snow balls) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 25 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีแนวคำถามในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความพร้อมต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1) ประเด็นทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ประเด็นทางด้านการบริการและการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว 3) ประเด็นทางด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และ 4) ประเด็นทางด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการตรวจสอบข้อมูลการทำวิจัยได้กระทำพร้อมกับเก็บข้อมูล มีการตรวจสอบทันทีในสนามว่าข้อมูลได้มีการบันทึก และการเก็บรวบรวมสอดคล้องกับข้อเท็จจริงหรือไม่ อย่างไร โดยทุกครั้งหลังการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้ขอให้ผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เป็นผู้ช่วยตรวจสอบความถูกต้องให้ ตรวจสอบข้อมูลซ้ำจากการสอบถาม พูดคุย สัมภาษณ์ซ้ำกับผู้ให้ข้อมูลเดิมแต่เปลี่ยนสถานที่ ช่วงเวลาการให้ข้อมูลจากการศึกษาเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ การพูดคุย และการศึกษาค้นคว้า ทั้งจากเอกสาร โดยมีความสอดคล้องของเรื่องซึ่งถือความสำคัญในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้ จากนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดแยกแยะข้อมูลเป็นหมวดหมู่เพื่อรายงานการวิจัย โดยการบรรยายและสรุปเชิงวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

1.1 ประเด็นความพร้อมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน

พิจารณาความพร้อมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีส่วนประกอบพื้นฐานที่สำคัญ

3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ส่วนประกอบทั้งสามนี้จะเชื่อมโยงสัมพันธ์กันให้เกิดความยั่งยืนได้ ตามแนวคิดของ Edward Barbier (1987)

ชุมชนบ้านหนองเหล็ก เป็นหมู่บ้านที่มีการเจริญเติบโตในเศรษฐกิจชุมชนอย่างชัดเจน ดูได้จากการเพิ่มขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) สถานที่สำคัญที่เป็นต้นกำเนิดสินค้า OTOP ชุมชน คือ มังจนา 5 ฟาร์ม ซึ่งเป็นฟาร์มปลาหมอของนายธัญสิทธิ์ เลิศฤทธิ์วรราชย์ ถือเป็นฟาร์มแห่งแรกที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดสุรินทร์ ขณะเลืกอันดับที่ 1 จากการประกวดฟาร์มปลาหมอ โดยคัดจาก 9 อำเภอของจังหวัด รวมถึงกรมประมงจังหวัดสุรินทร์ ได้รับรองมาตรฐาน GMP ให้ฟาร์มปลาแห่งนี้ อีกทั้งจังหวัดจัดให้ฟาร์มแห่งนี้เป็นศูนย์การเรียนรู้และต้นแบบการเพาะเลี้ยงปลาหมอ เกษตรอินทรีย์ และน้อมนำวิถีชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงจากการสัมภาษณ์นายธัญสิทธิ์ เลิศฤทธิ์วรราชย์ ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มปลาหมอและเลี้ยงไก่ไข่ในชุมชน พบว่า “...เดิมทีพื้นที่ตรงนี้เป็นป่ารกทึบ มีแหล่งน้ำท้ายหมู่บ้าน ตนและครอบครัวได้ลาออกจากงานมาบุกเบิกทำบ่อเลี้ยงปลา เริ่มแรกมองต่างจากฟาร์มปลาที่อื่นในจังหวัดที่เลี้ยงปลานิลส่งออก แต่ตนและภรรยาอยากสร้างความแตกต่างและริเริ่มความเป็นไปได้ในการเพาะพันธุ์ปลาหมอเพื่อส่งตลาด ซึ่งในช่วงแรกไม่มีใครยอมรับ หลังจากที่ดินเพาะเลี้ยงปลาหมอจนมีขนาดตัวใหญ่กว่าปกติถึงหนึ่งฝ่ามือสร้างความประหลาดใจต่อชุมชน ตนเริ่มหาตลาดและประสบความสำเร็จเพราะไม่มีคู่แข่ง ทำให้ฟาร์มปลาเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว ทุกวันนี้กลายเป็นแหล่งเพาะพันธุ์และส่งออกลูกปลาหมอที่สำคัญในตลาดอีสานตอนล่าง ได้รับเชิญเป็นวิทยากรและได้รับรางวัลต่างๆ ทำให้องค์การศึกษา นักวิจัย และตลาดปลาเดินทางมาเก็บข้อมูลและศึกษาและเรียนรู้ไม่ขาดสายเลย ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่จัดจำหน่ายสินค้า เป็นปลา

หมอแดดเดียวและไข่เค็มสมุนไพร รวมถึงอาหารปลาหมอ ซึ่งอาศัยการจ้างงานกลุ่มสมาชิกในชุมชนเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับทุกคนในหมู่บ้าน” (ธัญสิทธิ์ เลิศฤทธิ์วรราชย์, สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2561)

เมื่อพิจารณาจากบริบทความพร้อมของพื้นที่ด้านพื้นที่จากการสำรวจและการสัมภาษณ์ปัจจุบันสินค้า OTOP ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น การตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกิดพร้อมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกทางหนึ่งที่ชุมชนสามารถใช้ในการกระจายสินค้าพร้อมให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ ความรู้ในกิจกรรมที่ชุมชนได้ออกแบบเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอีกทาง ซึ่งการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์ และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติของชุมชนซึ่งเป็นวิถีเกษตรพอเพียงและวัฒนธรรมชุมชนบ้านหนองเหล็กไว้ สร้างประโยชน์และตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของชุมชน และลดปัญหาความยากจนของชาวบ้านทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม จากความร่วมมือของภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการในชุมชนการสร้างอาชีพและจัดทำเป็นความร่วมมือซึ่งกันและกัน สอดรับกับประเด็นของ มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว มิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยวให้คุณค่าเชิงวิถีชีวิตชุมชนจึงถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

1.2 ประเด็นความพร้อมทางด้านการบริการและการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

การสร้างประสบการณ์การบริการที่ดีจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จากการทำกิจกรรมผสมผสานของกิจกรรมชุมชนที่ทำให้เกิดขึ้นมีความพร้อมทางด้าน

กิจกรรมการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวน้อย ส่งผลให้ คณะกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีการประชุมรับนักท่องเที่ยวเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2561งบประมาณ 15,000 บาท รับนักท่องเที่ยวจำนวน 15 คน ราคาค่าบริการด้านการท่องเที่ยวมีการประชุมตกลง จำแนกตามทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนมี 2 ประการ คือ

ฐานการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์สินค้า OTOP เป็นฐานกิจกรรมส่งเสริมอาชีพของแม่บ้าน เช่น การทำปลาหมองแดดเดียว การทำน้ำพริกไข่เค็ม ไข่เค็มสมุนไพร ข้อตกลงของชุมชน ตั้งไว้ที่ฐานละ 500 บาท

ฐานการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับสถานประกอบการในชุมชน ประกอบด้วยกิจกรรมการเพาะเลี้ยงปลาหมอ การให้อาหารเปิดและไก่ การคัดเกรดไข่ไก่ การแปรรูปอาหารเม็ดสำหรับเลี้ยงสัตว์ในมัจฉา 5 ฟาร์ม เป็นความร่วมมือกับผู้ประกอบการในหมู่บ้าน เพื่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว กิจกรรมต้อนรับและเครื่องเสียง 2,000 บาท อาหารและเครื่องดื่มรวมเบรก หัวละ 300 บาท 15 หัวรวมเป็นเงิน 4,500 บาท ค่าที่พักต่อหัวๆละ 300 บาท 15 หัวเป็นเงิน 4,500 บาท ส่วนที่เหลือ 3,000 บาท แบ่งเข้ากองทุนหมู่บ้านเพื่อรอปันผล

1.2 ประเด็นความพร้อมทางด้านการบริการและการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

คณะกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีการประชุมรับนักท่องเที่ยวเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2561งบประมาณ 15,000 บาท รับนักท่องเที่ยวจำนวน 15 คน ราคาค่าบริการด้านการท่องเที่ยวมีการประชุมตกลง จำแนกออกได้ดังนี้

เนื่องจากทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนมี 2 ประการ คือ สินค้า OTOP อาทิจากกิจกรรมส่งเสริมอาชีพของแม่บ้าน การทำปลาหมอง

แดดเดียวการทำน้ำพริกไข่เค็ม ไข่เค็มสมุนไพร ฐานละ 500 บาท และกิจกรรมการเพาะเลี้ยงปลาหมอ และไก่ไข่ที่ มัจฉา 5 ฟาร์ม ฟรี เป็นความร่วมมือกับผู้ประกอบการในหมู่บ้าน เพื่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว กิจกรรมต้อนรับและเครื่องเสียง 2,000 บาท อาหารและเครื่องดื่มรวมเบรก หัวละ 300 บาท 15 หัวรวมเป็นเงิน 4,500 บาท ค่าที่พักสัมผัสวัฒนธรรม หัวละ 300 บาท 15 หัวเป็นเงิน 4,500 บาท ส่วนที่เหลือ 3,000 บาท แบ่งเข้ากองทุนหมู่บ้านเพื่อรอปันผล



รูปที่ 1 กิจกรรมการทำน้ำพริกไข่เค็ม



รูปที่ 2 ผลิตภัณฑ์ OTOP น้ำพริกไข่เค็ม

จากการสัมภาษณ์คณะดำเนินการท่องเที่ยวพบว่า “...กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเน้นไปที่การผลิตสินค้า OTOP อาทิ ไข่เค็ม น้ำพริกไข่เค็ม ปลาหมอคัดเค็ด” (ทองใส แผ่นทอง สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2561)

“...ในส่วนของ Homestay ทางกลุ่มยังไม่ได้ได้รับการประเมิน เราคิดว่าเรายัง ไม่พร้อม เราเน้นรับคณะแบบเข้าไป-เย็นกลับมาดูงานเป็นหลัก จัดการเรียนรู้เป็นฐานๆ ละ 500 บาท ยกเว้นฐานการเรียนรู้ในฟาร์มที่เจ้าของฟาร์มจะบริหารจัดการเอง โดยส่วนใหญ่ไม่ค่อยคิดค่าบริการ เป็นการให้พื้นที่เพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยวชุมชนแบบไม่หวังอะไรตอบแทน แค่อำนาจให้ชาวบ้านได้ทำกิจกรรมท่องเที่ยวเท่านั้น” (รวยริน แผ่นทอง สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2561)

ในส่วนของภาครัฐ นางสาวสาย เป็นพร้อม พัฒนาการชุมชนอำเภอจอมพระที่รับผิดชอบชุมชนบ้านหนองเหล็กกล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนว่า ชาวบ้านมีการอบรมด้านการให้บริการท่องเที่ยวแล้ว นโยบายแผนพัฒนาชุมชนบ้านหนองเหล็กของอำเภอจอมพระคือต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทดลองให้ชาวบ้านเป็นคนออกแบบกิจกรรมเองโดยอาศัยทรัพยากรที่มีมาจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นหมู่บ้านน้องใหม่ อาจจะขาดตกบกพร่องแต่ก็จะประชุมและวางแผนพัฒนา กับคณะทำงาน ทีมพัฒนาการคอยให้คำแนะนำต่างๆ ไม่มีบทบาทในการกำหนดฐานหรือกิจกรรมใดๆ อยากให้ชาวบ้านได้เรียนรู้ด้วยตนเองเป็นหลักก่อน อาศัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและให้ชาวบ้านได้ทราบผลการดำเนินงานในมุมมองของนักวิชาการสายงานด้านการท่องเที่ยวและภาคส่วนอื่นๆ ซึ่งชาวบ้านจะได้แนวทางและเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เอง (สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2561)

การให้ความรู้ด้านการแปรรูปปลาหมอบเพื่อทำปลาแดดเดียว การทำไข่เค็มแบบธรรมชาติ

และสูตรสมุนไพร ของชาวบ้านในฐานะการเรียนรู้ทั้งสองฐาน มีเวลาน้อยเกินไป พื้นที่แคบ แต่น้ำพริกอร่อยมากและตั้งใจจะซื้อกลับไปฝากคนทางบ้าน รู้สึกอินไปด้วยกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ชอบฐานในฟาร์มเลี้ยงปลา มีการทำอาหารปลา การทำนุ้ยจากซีไก่ การเก็บไข่ไก่ และได้ให้อาหารปลา รวมถึงได้ทราบความสำคัญและที่มาในแนวคิดของการสร้างตลาดที่แตกต่างของเจ้าของฟาร์ม รวมถึงเห็นความร่วมมือและการเอื้ออาทรระหว่างฟาร์มปลากับชาวบ้านในการจ้างงานและความช่วยเหลือในกิจกรรมชุมชน ด้านที่พึงพอใจดี แต่ก็ยังไม่เป็นที่ประทับใจ เพราะยังมีการตากผ้าหรือกะละมังซักผ้าของเจ้าบ้านอยู่ เลยรู้สึกแปลกๆ ส่วนกิจกรรมต้อนรับถือว่าดีมีความอบอุ่น แต่อยากให้ชาวบ้านอธิบายถึงความสำคัญของสถานที่ที่พาไปกราบไหว้ อาทิเจดีย์ผู้ก่อตั้งวัด รวมถึงการประสานงานกับฐานกิจกรรมอื่นๆ เพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างของเวลามากนัก

จากการสำรวจและสัมภาษณ์ พบว่าความพร้อมทางด้านการบริการและการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการให้บริการด้านการท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องสะท้อนสังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ตามแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามวิถีชุมชนที่เป็นชุมชน ตามหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ของอุษาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเป็นการขยายศักยภาพและความพร้อมการท่องเที่ยวได้ รวมทั้งการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่นโดยคำนึงถึงราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย และที่สำคัญการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชนและสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป



รูปที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวในน้อมัจฉา

1.3 ประเด็นความพร้อมทางด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

เนื่องจากเป็นโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี การท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็กมีความพร้อมทางปานกลางทางด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตามแนวคิดองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561) ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อนำไปสู่ความอยู่ดีมีสุขของชุมชนบ้านหนองเหล็กได้ โดยพัฒนากรหัวหน้างานดูแลบ้านหนองเหล็กร่วมประชุมกับคณะกรรมการการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 20 ราย โดยเน้นการเสนอความคิดเห็นในเวทีเสวนากลุ่มให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในชุมชน ได้หาอัตลักษณ์และความโดดเด่นในชุมชนของตนเสนอออกมา และร่วมกันออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว

ในอดีตที่ผ่านมากลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็ก เป็นรูปแบบศูนย์การเรียนรู้และศึกษาดูงาน ในมัจฉา 5 ฟาร์ม ซึ่งเป็นเอกเทศและยังไม่มีส่วนร่วมกับชุมชนมากนัก แต่โดยพื้นฐานมีการให้อาหารและให้ความช่วยเหลือต่อชาวบ้านโดยการจ้างงานและให้อาชีพแก่ชาวบ้าน ในการจ้างเลี้ยงปลา ให้อาหาร ผลิตอาหาร ทำปุ๋ย เลี้ยงไก่และเก็บไข่ ให้เป็น

ค่าแรงขั้นต่ำ หรือช่วยเป็นปลาและไข่การนำไปประกอบอาหารแทน ถือเป็นความร่วมมือและสร้างความมั่นคงทางธุรกิจแบบพอเพียงระยะยาว ต่อมาเมื่อสินค้า OTOP ชุมชนผ่านมาตรฐานและได้รับการคัดเลือกจากจังหวัดในการออกบูทแสดง ความต้องการในสินค้าแปรรูปของฟาร์มสูงขึ้น จึงร่วมกับผู้นำชุมชนและพัฒนาก่ออาเภอในการฝึกการอาชีพและให้ความรู้แก่ชาวบ้าน ทำให้ตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านสินค้า OTOP ขึ้น และผลิตปลาหมอแดดเดียวและไข่เค็มสมุนไพรส่งตลาดในต่อมา เมื่อฟาร์มปลาที่มีชื่อเสียงและกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ ปัจจุบันกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็ก จึงได้ร่วมกันหารือและมีข้อสรุปให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบ จากเดิมดำเนินงานเฉพาะในฟาร์มปลา เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เพิ่มและกระจายบริบทพื้นที่ในชุมชนเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว มีการเปิดบ้านเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรม แต่ยังไม่ส่งประเมินเพื่อรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย มีการเชื่อมโยง เครือข่ายการท่องเที่ยวกับอีก 4 หมู่บ้าน ในอำเภोजอมพระ เพื่อดำเนินการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตามความถนัดและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน แม้ว่าการรวมกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนของอำเภोजอมพระ จังหวัดสุรินทร์ดูเหมือนจะมีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับชุมชนอื่นมาก แต่การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวชุมชนมีระบบและยั่งยืน ตามหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ อพท. (2561) ซึ่งมุ่งหวังให้องค์กรต่างๆเกิดการประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนทุกภาคีการพัฒนาให้เข้ามามีส่วนร่วม โดยรักษาสอดคล้องใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการบริหารจัดการพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี ความต่อเนื่องเนื่องจากทางเครือข่ายการท่องเที่ยวแต่ละชุมชนเน้นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อาทิ บ้านเชียงสง

เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่กิจกรรมในชุมชนไม่น่าสนใจเท่าใดนัก แต่เป็นเหมือนหมู่บ้านศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอำเภอจอมพระ ที่สามารถส่งต่อนักท่องเที่ยวไปยังชุมชนเครือข่ายแต่ละความถนัดได้เป็นอย่างดี ตกเย็นนักท่องเที่ยวจะกลับมาพักที่โฮมสเตย์บ้านเชียงสง เพราะสามารถรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะหลั่งไหลเข้าสู่เครือข่ายอย่างทั่วถึงเป็นผลดีให้กับชุมชนบ้านหนองเหล็กที่มีกิจกรรมการเรียนรู้ในชุมชนตลอดทั้งวัน ไม่ต้องเปลืองทรัพยากรและลดต้นทุนในการขนส่งนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ ตำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ครรชิต มะระโพด, 2559) ที่กล่าวถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจโดยไม่แสวงหารายได้ซึ่งอาจเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืนหรือมีการพักค้างคืนก็ได้ มีสถานที่และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว หรือผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยการตอบสนองต่อพฤติกรรมความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว(เวทีเสวนาการท่องเที่ยว, 15-16 ตุลาคม 2561)

จากกรณีนี้เห็นได้ว่าทางกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็ก มีกระบวนการทัศนคติการบริการของการตลาด หรือ S-D logic (Vargo and Lusch, 2008) ที่มีการให้ความสำคัญกับกระบวนการให้คุณค่าของนักท่องเที่ยวและนำเสนอสินค้าหรือบริการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการให้คุณค่าของนักท่องเที่ยว การให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการแบบเครือข่าย ทำให้ สมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนมีศักยภาพในการบริการนักท่องเที่ยว ดังที่นายธัญสิทธิ์ เลิศฤทธิ์วรราชย์เจ้าของมัจฉา 5 ฟาร์มและประชาสัมพันธ์ของชุมชนท่องเที่ยวบ้านหนองเหล็กกล่าวถึง“...นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มศึกษาดูงานของภาครัฐ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการการบริการที่ใส่ใจเป็นพิเศษ ถ้าเป็นกลุ่ม อาทิ ผู้ว่าราชการจังหวัดที่มาเยี่ยมชมพร้อมคณะ หรือองค์การบริหารส่วนตำบล ก็ต้องจัดสถานที่ใหม่ เตรียมการรับรองปรับบริบทและ

รายการท่องเที่ยวใหม่ โดยอาจไม่เสียค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยว แต่ถือว่าเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้หมู่บ้านท่องเที่ยวเราเป็นที่รู้จัก ก็ถือเป็นความร่วมมือของชาวบ้านและชุมชนข้างเคียง ในการวางแผนกิจกรรมรองรับอื่นๆที่สามารถยืดหยุ่นกำหนดเวลาได้ เพราะการมาเป็นคณะ ไม่สามารถกำหนดเวลาและการเข้าชมได้ชัดเจน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากเครือข่ายชุมชนข้างเคียงก็จะมาผ่านๆ แค่ม้าซื้อไข่เค็มหรือปลาหม้อแดดเดียว บางทีไม่มาก็สั่งเป็นออเดอร์ไว้ไปส่งก็ได้ เพราะประเภทนักท่องเที่ยวไม่เหมาะสมกับแหล่งเรียนรู้ มันร้อน และต้องลุยๆหน่อย มาแบบสบายๆไม่ได้เลย ต้องเข้าใจพื้นที่ว่าเป็นเกษตรพอเพียงจริงๆ” (นายธัญสิทธิ์ เลิศฤทธิ์วรราชย์, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2561)

ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารจัดการในรูปแบบเครือข่าวนั้นต้องอาศัยการวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนและเป็นระบบเพื่อลดอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นกับชุมชน กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็กเผชิญปัญหารอยต่อในช่วงวัย ซึ่งในชุมชนมีผู้สูงอายุอยู่มากกว่า แต่ทั้งนี้ทีมคณะกรรมการก็คัดเลือกทุกช่วงวัยโดยเน้นที่วัยทำงานเป็นหลัก เพื่อการสานต่อการจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและต่อยอดสินค้า OTOP ให้หลากหลายเพื่อเพิ่มรายได้ และสร้างตลาดให้สมาชิกกลุ่มได้อีกทาง โดยสมาชิกของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนจะได้รับเงินปันผลตอบแทน และที่สำคัญสมาชิกในชุมชนมีความตระหนักถึงการมีส่วนร่วมกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการรับรองนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มตลาดสินค้าให้ถึงมือนักท่องเที่ยวอีกช่องทาง

1.4 ประเด็นความพร้อมด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

จากการศึกษาประธานชุมชนได้เสนอและเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมการดำเนินงานของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองเหล็กดังที่กล่าวมาเป็นการดำเนินงานในรูปแบบ

วิสาหกิจชุมชน โดยสมาชิกในกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน เป็นผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวมุ่งเน้นการ ขายและ เรียนรู้การแปรรูปสินค้า OTOP รวมไปถึงวิถีชีวิต ชุมชนและวัฒนธรรมของชุมชนมีความเป็นอยู่แบบ เกษตรพอเพียง ได้รับเงินสนับสนุนการท่องเที่ยวใน ชุมชนจากพัฒนาการชุมชน อำเภोजอมพระ ในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยวและปรับภูมิทัศน์เพื่อ รองรับนักท่องเที่ยว สมาชิกมีการบริหารงานภายใต้ คณะกรรมการบริหารของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน บ้านหนองเหล็ก จำนวน 20 คน และมีเงินทุน เบื้อง ต้น 100,000 บาท ที่มาจากส่วนกลาง มีการจัดสรร เงินรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อสาธารณะประโยชน์ ของชุมชน เป็นการสร้างการรับรู้และสร้างการมีส่วน ร่วมทางอ้อมของสมาชิกในชุมชนในด้านการรองรับ การท่องเที่ยวในชุมชนในด้านรายการนำเที่ยวหรือ โปรแกรมทัวร์ นางสมสาย เป็นพร้อม พัฒนาการชุมชน อำเภोजอมพระกล่าวว่า ได้ให้ชุมชนบ้านหนองเหล็ก เป็นผู้ออกแบบและบริหารจัดการกิจกรรมเองทั้งหมด ซึ่งได้ให้บในการทดลองโปรแกรม Try Out Trip เป็นการจัดการกรรรมการท่องเที่ยวในโครงการชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม งบ 15,000 บาท เพื่อทดลอง โปรแกรมที่ชาวบ้านเป็นผู้บริหารจัดการ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่น่าสนใจ แต่เพิ่มคำแนะนำ จากนักท่องเที่ยวให้ปรับปรุงเรื่องเวลาในฐานการ เรียนและความร้อนในการทำกิจกรรมเท่านั้น ซึ่งผล การจัดโปรแกรมเป็นที่น่าพอใจ และคำแนะนำของนัก ท่องเที่ยว ชุมชนนำมาพัฒนาจนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยทุกกระบวนการหน่วยงานของรัฐจะให้คำแนะนำ และติดตามความเปลี่ยนแปลงรวมถึงผลกระทบด้าน พัฒนาตามสมดุล 3 มิติ คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรมตามแนวคิดองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561)

“...ชาวบ้านเขาได้ประสบการณ์จากนัก ท่องเที่ยวและปรับปรุงตามศักยภาพชุมชนเป็นสำคัญ ถือเป็นเรื่องดีที่ชุมชนพัฒนาโดยไม่ลืมพื้นฐานความพอ

เพียง” (สมสาย เป็นพร้อมสัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2561) สอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน ประการแรก การดำเนินกิจการการท่องเที่ยว ภายใต้ความสามารถในการรองรับของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความ เป็นอยู่ของชุมชน ประการที่สอง ความตระหนักใน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะมีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความ เป็นอยู่ของชุมชน ประการที่สาม การมีส่วนร่วมชุมชน และการกระจาย รายได้ให้กับชุมชน และสุดท้ายการ เชื่อมร้อยประสานความจำเป็นต่อการพัฒนาทางเลือก ของชุมชนและกำหนดแผนงาน ทางเศรษฐกิจ การ ดำรงอยู่ของชุมชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ วัฒนธรรมท้องถิ่นในแหล่ง ท่องเที่ยวนั้นๆ อย่างยั่งยืน (WTO, 2011)

ข้อเสนอแนะ

ประเด็นความพร้อมการท่องเที่ยวบ้านหนอง เหล็ก ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะที่ไม่ เน้นการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่เน้นการเติบโตบนพื้น ฐานของศักยภาพด้านต่างๆ ของความพร้อมของชุมชน ภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวชุมชนที่แตกต่างจาก แหล่งท่องเที่ยวอื่น ด้วยความโดดเด่นด้านเกษตรพอ เพียง หากการท่องเที่ยวชุมชนสามารถกระตุ้นและเพิ่ม การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้มากขึ้น ผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวบ้านหนองเหล็ก ควรมีการวางแผนป้องกันหรือ ลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวนอกเหนือจากการ กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้ง การล่องแพปรับ เอาตามสมควรกับบริบทพื้นที่ จะสามารถพัฒนาการ ท่องเที่ยวและกิจกรรมในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนและ เข้มแข็งในอนาคตต่อไป

References

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). *คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี*. กระทรวงมหาดไทย: (มปป).
- Community Development Department.(2018).*Tourism Community Administration Manual OTOP Nawatwithi*.Ministry of Interior: (n.d.).
- ครรชิต มะระโศต. (2559). *การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ : กรณีศึกษาดำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย 23. ปีที่ 11 (ฉบับที่ 2), 24.
- Marapod, K. (2017). *The Development of Agro-tourism Learning Route: A Case Study of Tum-bonKhlengkuean, Chachoengsao Province*. Journal Thai of Hospitality and Tourism 23.Year 11 (issue 2), 24.
- บุญเลิศ จิตตังวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Jittangwattana, B. (1999). *Sustainable Tourism Planning*.1sted. Faculty of humanities Chiang Mai University.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา*. Veridian E-Journal. ปีที่ 7 (ฉบับที่ 3), 652.
- Pongsakorn, P. (2014). *The Management of Sustainable Community-Based Tourism: The Case of Ban Kokekrai, PhangNgaProvinc*.Veridian E-Journal. Year 7 (issue 3), 652.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). *โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- Suwan, M, et al. (1998).*Tourism Management Study in Subdistrict Administrative Organization and District Council*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). *การพัฒนาที่ยั่งยืน*.เอกสารประกอบการประชุม. 30 มิถุนายน 2546.เมืองทองธานี. นนทบุรี.
- Office of the National Economic and Social Development Board.(2003). *Sustainable Development.Documentation*. 30 June 2003. Muang Thong Thani.Nonthaburi.
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). *การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย*. จุลสารการท่องเที่ยว, 21(4), 38-48.
- Pholphipat, U. (2002). *Sustainable Tourism: A Case Study of Ecotourism by Community in Thailand*. TAT Review, 21(4), 38-48.
- Edward B. Barbier. (1987).*The Concept of Sustainable Economic Development*.Environmental Conservation, 14(02), 101-110.
- Shaw, Gareth & Alan M. Williams.(2004). *Tourism and Tourism Spaces*. London: Sage Publishing.
- Vargo, Stephen & Robert F. Lusch. (2008). *Service-Dominant Logic: Continuing the Evolution*. Journal of the Academic Marketing Science,36, 1–10.
- World Tourism Orgainzation.(2011). *Quality in Tourism*. E-Bullentin, February 2011.

พฤติกรรม การซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต SOUVENIRS PURCHASING BEHAVIOUR OF CHINESE TOURISTS IN PHUKET

สุดารัตน์ แก้วกรม และคณะ

Sudarat Kaewkrom et al.

วิทยาลัยการท่องเที่ยวนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
Phuket College of International Tourism, Phuket Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 165 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 35 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตกับครอบครัว หรือเพื่อน และมีระยะเวลาพำนักในจังหวัดภูเก็ตระหว่าง 4 – 7 วัน เครื่องประดับ และเครื่องแต่งกาย เป็นสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด รองลงมา คือ ยาสามัญประจำบ้าน และผลไม้แห้ง โดยเหตุผลหลักในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก เพื่อเป็นการระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มาเยือน และเป็นของฝากให้แก่ผู้ที่รักและนับถือ นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกจากตลาดถนนคนเดินมากที่สุด และมีมูลค่าในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าประเภทสินค้าของที่ระลึกแต่ละครั้งจำนวน 1,000 – 3,000 บาท สำหรับปัจจัยสำคัญในการซื้อสินค้าของที่ระลึกนั้น นักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ตเห็นความสำคัญของความประณีต/ความละเอียดของสินค้าของที่ระลึก และอัตราประโยชน์ของสินค้าที่ระลึกมากที่สุด ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลและหน่วยงานเอกชนที่ประกอบการธุรกิจด้านการบริการสินค้าของที่ระลึก

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวจีน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก ภูเก็ต

Abstract

The purpose of this study was to investigate the behavior of the Chinese tourist souvenir purchasing behavior in Phuket. A usable 165 copies of questionnaires were obtained. In this study, the descriptive analysis was used including frequency, percentage, mane scores and standard deviation. It was found that there were more female Chinese tourists in Phuket than males. Most of them were in their 18 – 35 years old with bachelor's degree. Most of them

travelled with family or friends. The average length of stay was between four to seven days. It was found that accessories and items related to costumes were among the most popular items bought, followed by medicine for home use and dried fruits. The main reason to choose the purchased items related to a positive memory from visiting the destinations and as a souvenir for the loved one. The common place for buying such items was the local street market. The tourists usually spent 1,000 to 3,000 baths at a time of purchase. According to the factors of choosing the souvenir, tourists focused on elaborated items and benefit they would get from. The research findings provide theoretical and practical implications.

Keywords: Chinese tourists Tourist behaviour Souvenir purchasing behaviour Phuket

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ประเทศไทย ข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organisation, 2018) พบว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมติดลำดับ 1 ใน 10 ของโลกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนมากที่สุด โดยพบว่า ในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.6 จากปี พ.ศ. 2559 มีรายรับจากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นลำดับ 4 ของโลก เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.1 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ในจำนวนนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนถือได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุด

สำหรับจังหวัดภูเก็ตนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนมากที่สุดในภาคใต้ ในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดภูเก็ตได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 13 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 จำนวนกว่าร้อยละ 4 โดยในจำนวนนี้เป็นคนไทยจำนวน 4 ล้านคนโดยประมาณ และเป็นชาวต่างประเทศ จำนวน 9.6 ล้านคน รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตได้เพิ่มขึ้นถึง 370,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 โดยเฉลี่ยค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็น 7,252 บาท (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2561) จาก

จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากดังกล่าว ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หลักให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ รวมทั้งชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดที่ประกอบอาชีพให้บริการนักท่องเที่ยวและอาชีพที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ซึ่งหมายรวมถึงธุรกิจการค้าและของที่ระลึก ซึ่งส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจในภาพรวมดีขึ้น

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้รับความสนใจจากนักวิชาการเป็นอย่างมาก และอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง ทำให้อุตสาหกรรมที่ให้บริการจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น ในกรณีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตลาดหลักของจังหวัดภูเก็ตตั่งเช่นนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญมาก การวิจัยในครั้งนี้ จึงได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นเฉพาะการซื้อขายสินค้าของที่ระลึกของตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อเป็นประโยชน์กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะธุรกิจสินค้าของที่ระลึก อันจะเป็นประโยชน์ต่อเนื่องไปถึงชุมชนที่ให้บริการสินค้าของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ตครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวทางการทำวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยประเด็นสำคัญสามประเด็น คือ 1) พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค 2) ตัวอย่างสินค้าของที่ระลึกของจังหวัดภูเก็ต และ 3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการซื้อที่แสดงออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล ปัจจัยภายในบุคคล หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา หรือ ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล ส่วนปัจจัยภายนอกอาจรวมเรียกได้ว่าเป็น ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทั้ง 2 ส่วนนี้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอน นับตั้งแต่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงความต้องการ กระทั่งในขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2537:38-44)

ปัจจัยทางด้านบุคคลและจิตวิทยา ปัจจัยนี้มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น อายุ อาชีพ การศึกษา และรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น กลุ่มอายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้า อาทิ นักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นจะเลือกซื้อทัวร์ที่ให้บริการกิจกรรมโลดโผน ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงาน จะเลือกเข้าร่วมกิจกรรมที่ให้ความผ่อนคลาย เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างจากกลุ่มที่มีระดับการ

ศึกษาดำกว่า นอกจากนี้ ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเช่นกัน เช่น การจูงใจ พฤติกรรมผู้บริโภคเกิดจากการได้รับแรงจูงใจ ซึ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ โดยอาศัยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด นอกจากแรงจูงใจแล้ว การรับรู้และการเรียนรู้ ก็ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้งห้า เกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล อีกทั้งความเชื่อและทัศนคติก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

สำหรับปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง ซึ่งประกอบด้วยครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมสถาบัน เป็นต้น นอกจากนี้ ปัจจัยทางสังคมยังหมายรวมถึงบทบาทและสถานภาพของบุคคล เช่น ในสังคมตะวันออก ผู้ชายมีสถานภาพทางสังคมเหนือกว่าผู้หญิง เป็นต้น

ตัวอย่างสินค้าของที่ระลึกของจังหวัดภูเก็ต

ไข่มุก ไข่มุกที่เพาะเลี้ยงที่มีคุณภาพดีและมีปริมาณมาก มีให้เลือกทั้งแบบแยกเป็นเส้นหรือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องประดับ คนจีนผู้บุกเบิกวัฒนธรรมมุกเป็นคนแรกที่ตั้งฟาร์มเพาะเลี้ยงไข่มุกแห่งหนึ่งในประเทศไทยบนเกาะนาคาน้อยของภูเก็ตเมื่อ 20 ปีที่แล้ว ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ได้มีฟาร์มมุกหลายแห่งที่ชาวไทยได้ดำเนินการจัดตั้งขึ้นบนเกาะต่างๆทั่วภูเก็ต

ผ้าไหม ผ้าไหมไทยที่ผลิตในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นที่รู้จักกันดีทั่วโลก สามารถหาซื้อได้ในจังหวัดภูเก็ตในราคาที่ใกล้เคียงกับเมืองในกรุงเทพฯและเมืองอื่น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องไปซื้อที่แหล่งกำเนิดสินค้า

ผ้าบาติก ผ้าบาติกของภูเก็ตมีความโดดเด่นในด้านสีสันสดใสและการออกแบบ โดยได้รับแรงบันดาลใจจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและทะเล

ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกมีหลากหลายชนิดเช่น เสื้อเชิ้ต, กระโปรง, กระเป่าและผ้าเช็ดหน้า มีให้บริการที่ร้านค้ามากมายทั่วเมืองภูเก็ต

เปลือกหอย เปลือกหอยทำเป็นเครื่องประดับและของที่ระลึก เช่น สร้อยคอ แหวน กำไล เข็มกลัด โทรศัพท์มือถือ โคมไฟ กรอบรูป ฯลฯ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ทางทะเลอื่น ๆ เป็นของที่ระลึกยอดนิยมของนักท่องเที่ยว

เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เม็ดมะม่วงหิมพานต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ต เม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ปลูกในจังหวัดภูเก็ตมีคุณภาพดีกว่าที่ปลูกในที่อื่น ๆ ทั่วโลก ผลิตภัณฑ์จากเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ได้แก่ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ทอดกระเทียม และเม็ดมะม่วงหิมพานต์ชุบด้วยช็อกโกแลต เป็นต้น

อัญมณีและเครื่องประดับ ปัจจุบัน ภูเก็ตยังเป็นสถานที่ที่เยี่ยมที่สามารถหาแหล่งอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่ได้หลากหลายรูปแบบ ร้านขายอัญมณีพบมากในเมืองภูเก็ตและที่หาดป่าตอง ผู้ผลิตอัญมณีไทยยังมีชื่อเสียงทางด้านทักษะการออกแบบและความประณีต และต้นทุนที่ต่ำและมีอัญมณีที่ทำเองในร้านเครื่องประดับทุกประเภท สินค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ รายการที่ทำด้วยอัญมณีท้องถิ่น เช่น ทับทิมและไพลิน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวได้มีการศึกษาอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม การทบทวนวรรณกรรมในบทความวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้นำการศึกษาที่เกี่ยวข้องบางจำนวนมากกล่าวถึง ดังนี้

Xu และ McGehee (2012) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้การสัมภาษณ์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนใน

ประเทศสหรัฐอเมริกา และเพื่อเข้าใจถึงประสบการณ์ การเลือกซื้อ งานวิจัยเรื่องดังกล่าวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสนใจในความหลากหลายของสินค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา และยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวเพศชาย มีแนวโน้มพึงพอใจในการซื้อสินค้าและมีประสบการณ์ การซื้อมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง

ในปี 2014 Tanksale, Neelam และ Venkatachalam ได้ทำการศึกษารูปแบบการตัดสินใจของ ผู้บริโภคหนุ่มสาวอินเดียในช่วงอายุ 18-21 ปี จำนวน 254 คน พบว่า นันทนาการ การใส่ใจในเรื่องแฟชั่น แปลกใหม่ ใส่ใจในเรื่องคุณภาพและความรักดีต่อแบรนด์ มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ

Lin (2017) ศึกษามุมมองและแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกซื้ออาหารเป็นของที่ระลึก โดยมุ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนในไต้หวัน พบว่า แรงจูงใจในการเลือกซื้ออาหารเป็นของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับลักษณะของอาหารนั้น ๆ โดยค้นพบแรงจูงใจ 3 ประเภท คือ การเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญ การเลือกซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึก และการเลือกซื้อเพื่อเป็นหลักฐานถึงการไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ นอกจากนี้ การวิจัยเรื่องนี้ ยังพบว่า ลักษณะเชิงสัญลักษณ์ของอาหารเป็นประเด็น สำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

Fangxuan และ Ryan (2018) ได้ศึกษาประสบการณ์การเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาหลีเหนือ และได้ยืนยันว่า การให้ของขวัญแก่ญาติและเพื่อน ๆ ยังคงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในการซื้อของที่ระลึก

จากการทบทวนวรรณกรรม จะเห็นได้ว่า ใน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกซื้อของที่ระลึกที่ผ่านมา ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผล ต่อการเลือกซื้อของที่ระลึกเมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทาง เยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ตลาด นักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นตลาดที่ใหญ่อันดับต้นของตลาด

การท่องเที่ยวโลก อีกทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อความหลากหลายทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดภูเก็ต เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในวงกว้างขึ้น

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าในวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ในภูเก็ต มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวในภูเก็ต โดยจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต ในปี 2558 มีจำนวน 3.8 ล้านคนโดยประมาณ (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2561) สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 100 – 300 ชุด ถือว่าเป็นขนาดที่มีความเหมาะสมที่จะสามารถนำชุดข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติได้ตามข้อเสนอแนะของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 200 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกในการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การรวบรวมข้อมูลจากสองแหล่งข้อมูลด้วยกัน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ด้วยชุดคำถามแบบปลายปิด เพื่อเก็บ

รวบรวมข้อมูลโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากนักท่องเที่ยวจีนทั้งชายและหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ณ สถานที่ต่าง ๆ ที่ให้บริการสินค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ตลาดถนนคนเดินในสถานที่ต่าง ๆ ในวันเสาร์ - อาทิตย์ เป็นต้น ในช่วงสองสัปดาห์หลังของเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยทำการศึกษาและค้นหาจากวารสาร เอกสาร และบทความที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยที่ได้เกี่ยวกับการเลือกซื้อของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยว

เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก เช่น ประเภทของสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ สาเหตุในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก และผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น คำถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questions) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก ข้อคำถามในส่วนนี้เป็นข้อความให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับคะแนนเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อข้อคำถามนั้น ๆ ตั้งแต่ 1 – 5 (5-point Likert scales) โดยที่ (1) คือ ไม่สำคัญอย่างยิ่ง (2) ไม่สำคัญ (3) เป็นกลาง (4) สำคัญ และ (5) สำคัญอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรและสังคมศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

ทั้งนี้ แบบสอบถามได้รับการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาศาสตร์และทักษะการแปลเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้อง และ

ความแม่นยำของข้อคำถามทั้งสองภาษาโดยใช้เทคนิคการแปลย้อนกลับ (Back-translation Method)

นักวิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวจีนจำนวน 5 คนก่อนการนำไปใช้จริง วัตถุประสงค์ของการทดสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบคำผิด และความยากง่ายต่อการทำความเข้าใจในข้อคำถามต่าง ๆ ผลการทดสอบครั้งนี้ถูกนำมาปรับปรุงก่อนที่จะทำการทดสอบแบบสอบถามครั้งที่ 2 (pilot test) กับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ และทดสอบระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตอบข้อมูล หลังจากได้มีการปรับปรุงแบบสอบถามในครั้งที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 200 คน และได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งหมด และพบว่า มีแบบสอบถามจำนวน 165 ชุดที่สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ผล หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ข้อมูลเหล่านั้นได้ถูกนำมาวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป Microsoft excel 365 เน้นการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาแสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการรายงานหาค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยเลขคณิตสำหรับข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกและส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์

สำหรับข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก มีเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักคะแนนของข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของลิเคอร์ท

(Likert Scale) ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

สำหรับการแปลผลของข้อมูลในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามนั้น จะนำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

สูตรการคำนวณอันตรภาคชั้น

อันตรภาคชั้น =

=

= 0.8

โดยค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีสำคัญในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

นักวิจัยได้นำข้อมูลดิบทั้ง 165 ชุดไปทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็นสามตอน คือ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก และ 3) ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	57	34.55
	หญิง	108	65.45
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	7	4.24
	18 – 25 ปี	65	39.39
	26 – 35 ปี	79	47.88
	36 – 45 ปี	9	5.45
	46 ปีขึ้นไป	5	3.04
	รวมทั้งสิ้น	165	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	26	15.76
	ปริญญาตรี	122	73.94
	ปริญญาโท	17	10.30

จากตาราง พบว่า ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามเพศนั้น นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวชายจำนวนสองเท่าโดยประมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 35 ปีในสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.88

รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี ร้อยละ 39.39 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 73.94 รองลงมาคือผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาโท ร้อยละ 15.76 และร้อยละ 10.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ร่วมเดินทาง	เพื่อน	89	53.94
	ครอบครัว	68	41.21
	คนเดียว	6	3.64
	เพื่อนร่วมงาน	2	1.21
ระยะเวลาพำนักร	1 – 3 วัน	53	32.12
	4 – 7 วัน	103	62.42
	มากกว่า 7 วัน	9	5.46
ความถี่ของการเยือนภูเก็ต	ครั้งแรก	90	54.55
	2 – 4 ครั้ง	71	43.03
	มากกว่า 4 ครั้ง	4	2.42
จุดประสงค์หลักของการเดินทาง	พักผ่อน	151	91.52
	กีฬา	7	4.24
	ธุรกิจ	7	4.24
รูปแบบของการท่องเที่ยว	แพ็คเกจทัวร์	42	26.06
	เดินทางอิสระ	123	74.55
	รวมทั้งสิ้น	165	100.00

จากตารางพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 53.94 รองลงมาคือ ร่วมเดินทางกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 41.21 ตามลำดับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาพำนักรอยู่ในจังหวัดภูเก็ต 4 – 7 วัน จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 62.42 และระยะเวลาพำนักรมากกว่า 7 วัน มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.45 นักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเดินทางเยี่ยมเยือนภูเก็ตครั้งแรกมากที่สุด ร้อยละ 54.55 โดยนักท่องเที่ยวเดินทางซ้ำ ร้อยละ 45.45

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดภูเก็ตด้วยจุดประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่คิดเป็นร้อยละ 74.55 เป็นผู้เดินทางอิสระ และจำนวนร้อยละ 26.06 เดินทางร่วมกับแพ็คเกจทัวร์

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทของสินค้า	เครื่องประดับ เช่น สร้อยคอไข่มุก เปลือกหอย	52	31.52
	เครื่องแต่งกาย เช่น ผ้าไหม ผ้าบาติก ผ้าปาเต๊ะ	50	30.30
	ผลไม้แห้ง เช่น ทุเรียนอบกรอบ กล้วยฉาบ มะม่วงอบแห้ง	43	26.06
	ยาสามัญประจำบ้าน เช่น ยาต้ม ยาหม่อง พิมเสนน้ำ	37	22.42
	อาหารแห้ง เช่น มะม่วงหิมพานต์ น้ำพริกตาแดง น้ำพริกกุ้งเสียบ	35	21.21
สาเหตุในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก			
	ที่ระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มาเยือน	63	38.18
	เป็นของฝากให้แก่ผู้ที่รักและนับถือ	58	35.15
	ลักษณะสินค้าสะดุดตา	47	28.48
	ราคาอยู่ในระดับที่สามารถจับจ่ายได้	42	25.45
	ญาติ เพื่อน คนรู้จัก ฝากซื้อ	32	19.39
	ผู้ขายแนะนำและเชิญชวนให้ซื้อ	20	12.12
	ผู้ร่วมทางแนะนำให้ซื้อ	6	3.64
ผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก			
	ญาติพี่น้อง	95	57.58
	เพื่อนฝูง	41	24.84
	ครอบครัว	24	14.55
	ตัวเอง	15	9.09
สถานที่ที่เลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก			
	ถนนคนเดิน	92	55.76
	ตลาดนัดท้ายรถนาคา	47	28.48
	หาดป่าตอง	21	12.73
	แหลมพรหมเทพ	19	11.52
	อื่นๆ	1	0.61
ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึกเฉลี่ยต่อครั้ง			
	ไม่เกิน 999 บาท	19	11.52
	1,000 – 2,000 บาท	73	44.24

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2,001 – 3,000 บาท	50	30.30
3,001 – 4,000 บาท	11	6.67
5,000 ขึ้นไป	12	7.27
แหล่งข้อมูลสินค้าของที่ระลึก		
เพื่อน	87	52.73
มักคุเทศก์	45	27.27
อินเทอร์เน็ต	36	21.82
สื่อสิ่งพิมพ์	19	11.52
วิทยุ	11	6.67
อื่นๆ	2	1.21

จากตารางข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับ และเครื่องแต่งกายมากที่สุด รองลงมา คือ ผลไม้แห้ง ยาสามัญประจำบ้าน และอาหารแห้งในจำนวนความถี่ที่ใกล้เคียงกัน

ส่วนสาเหตุในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสินค้าเพื่อเป็นที่ระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มาเยือน รองลงมา คือ เพื่อเป็นของฝากให้แก่บุคคลที่รักและนับถือ และลักษณะของสินค้าเป็นความโดดเด่น อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลเกี่ยวกับการแนะนำจากผู้ร่วมทางในจำนวนน้อยที่สุด

จากตารางพบว่า ผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก พบว่า ญาติพี่น้องเป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของที่ระลึกมากที่สุด เพื่อนฝูงเป็นผู้มีอิทธิพลในลำดับรองลงมา ทั้งนี้ ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม

คำนึงถึงความคิดเห็นของตนเองในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกน้อยที่สุด

สำหรับสถานที่ที่เลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด (92 คน) ได้เลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกที่ถนนคนเดิน รองลงมาคือ ตลาดท่าयरธนาคา ส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึกเฉลี่ยต่อครั้งนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกต่อครั้ง จำนวน 1,000 – 2,000 บาท รองลงมา มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง จำนวน 2,000 – 3,000 บาท ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายจำนวน 3,000 บาทขึ้นไป เป็นจำนวนที่น้อยที่สุด

นอกจากนี้ จากตารางยังพบว่า แหล่งข้อมูลสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว จะเป็นกลุ่มเพื่อนมากที่สุด รองลงมา คือ ข้อมูลจากมักคุเทศก์ และอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4 ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก

ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ความประณีต/ความละเอียดของสินค้าของที่ระลึก	4.32	0.64	มากที่สุด
อรรถประโยชน์	4.30	0.62	มากที่สุด
ราคา/ความคุ้มค่า	4.24	0.77	มากที่สุด
ความมีชื่อเสียง	4.21	0.73	มากที่สุด
ความเป็นเอกลักษณ์	4.19	0.71	มาก
ศักยภาพของสินค้าของที่ระลึก	4.16	0.72	มาก

จากตาราง พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกในความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ความประณีต/ความละเอียดของสินค้าของที่ระลึกมากที่สุด อรรถประโยชน์ ราคา/ความคุ้มค่า ความมีชื่อเสียงของสินค้าของที่ระลึกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก ส่วนความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าของที่ระลึกและศักยภาพของสินค้าของที่ระลึกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา แต่อย่างไรก็ตาม เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 35 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตกับเพื่อน หรือครอบครัว และมีระยะเวลาพำนักรในจังหวัดภูเก็ตระหว่าง 4 – 7 วัน ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ที่กำลังเปลี่ยนเป็นนักท่องเที่ยวอิสระแบบเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Foreign Independent Travelers)

ในส่วนของคุณลักษณะเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกนั้น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้ง

นี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลจากมติดิจิทัลออนไลน์ (2561) ที่พบว่า เครื่องประดับ ยาสามัญประจำบ้าน และผลไม้แห้งเป็นสินค้าของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ทั้งนี้ พบว่า ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับ Lin (2017) ที่ค้นพบนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกซื้อสินค้า รวมถึงอาหารที่เป็นสัญลักษณ์ของเมืองที่ไปเยือน สำหรับจังหวัดภูเก็ตนั้น สินค้าของที่ระลึกที่มีความโดดเด่นอย่างหนึ่ง คือ ไข่มุก ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเหตุผลหลักในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นการระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มาเยือน และเป็นของฝากให้แก่ผู้ที่รักและนับถือ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Fangxuan และ Ryan (2018) ที่ได้พบว่าการให้ของขวัญแก่ญาติและเพื่อน ๆ ยังคงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในการซื้อสินค้าของที่ระลึก ทั้งนี้ ญาติพี่น้อง และเพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นสังคมกลุ่มตามแนวคิดมิติทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1983) ที่กล่าวถึงสังคมตะวันออกเป็นสังคมที่มีค่าความเป็นสังคมรวมกลุ่มสูง ที่ต้องได้รับการสนับสนุนการตัดสินใจใด ๆ จากบุคคลอื่น และมีแนวโน้มการตัดสินใจร่วมกัน ทั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกซื้อของที่ระลึกจากตลาดถนนคนเดินมากที่สุด และมีมูลค่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกแต่ละครั้งจำนวน 1,000 – 3,000 บาท สำหรับ

ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกนั้น นักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดภูเก็ตเห็นความสำคัญของความประณีต/ความละเอียดของสินค้าของที่ระลึก และสรรพประโยชน์มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับประเภทของสินค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดภูเก็ตมีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าของที่ระลึกทั้งในจังหวัดภูเก็ต และพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวจีน นั่นคือ ภาครัฐบาลสามารถวางแผนการส่งเสริมชุมชนและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเลือกซื้อเครื่องประดับ เช่น สร้อยคอ ไข่มุก กระเป๋า เป็นต้น รวมถึงผลไม้แห้ง และยาต้ม พืชสมุนไพร เป็นต้น ภาครัฐบาลสามารถวางแผน และจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างทักษะการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สามารถทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและความปัญหาความยากจนได้ นอกจากนี้ ภาคธุรกิจยังสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการเพิ่ม

มูลค่าให้กับสินค้าของที่ระลึกที่ให้บริการในธุรกิจได้ เช่น นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าที่สามารถทำให้มีการระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยมาเยือน ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจจะสร้างมูลค่าของสินค้าโดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่บ่งชี้ถึงเอกลักษณ์ และสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น เช่น ตึกแบบสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจกำหนดโปรโมชั่นการซื้อสินค้าของที่ระลึกที่มีความเกี่ยวโยงกับการมีอิทธิพลของครอบครัวและญาติพี่น้อง เช่น ครอบครัวเดียวกัน จ่ายบิลเดียวกัน มีส่วนลด 10% เป็นต้น เพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ เป็นต้น

ถึงแม้ว่า การศึกษาในครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น แต่จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมระดับโลก มีนักท่องเที่ยวหลากหลายเชื้อชาติมาเยี่ยมเยือน ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยวจากชาติต่าง ๆ จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องเช่นกัน

References

- บุญชม ศรีสะอาด (2543). การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- Boonchom Srisa-ard. (2000). Research in measurement and evaluation. Bangkok: Suweeriyasasana.
- มติชนออนไลน์ (2561). ของฝากนักช้อป เจาะตลาด ‘ไทยโปรดักส์’ ที่สุดสินค้ายอดนิยม ‘คนจีน’ นิยมหิ้ว. [Online] Retrieved February 7, 2019 https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_1235052 [in Thai]
- Matichon Online (2018). Top “Thai products” for Chinese tourists [Online] Retrieved February 7, 2019 https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_1235052 [in Thai]
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต (2561). สถิตินักท่องเที่ยว. [Online] Retrieved November 17, 2018 http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=122&Itemid=510

- National statistics organization, Phuket office. (2018). Tourism statistics. [Online] Retrieved November 11, 2018 http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=122&Itemid=510 [in Thai]
- ศิริวรรณ เสรวีรัตน์ และคณะ. (2537). กลยุทธ์การตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- Siriwan Sereerat et al. (1994). Marketing strategy and case studies. Bangkok: Phatthanasuksa. [in Thai]
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective*. Upper Saddle River, N.J: Pearson.
- Fangxuan, L. S., & Ryan, C. (2018). Souvenir shopping experiences: A case study of Chinese tourists in North Korea. *Tourism Management*, 64, 142-153.
- Hofstede, G. (1983). National cultures in four dimensions: A research-based theory of cultural differences among nations. *International Studies of Management & Organization*, 13(1-2), 46-74.
- Lin, L. (2017). Food souvenirs as gifts: tourist perspectives and their motivational basis in Chinese culture. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(5), 439-454.
- Tanksale, D., Neelam, N., & Venkatachalam, R. (2014). Consumer decision making styles of young adult consumers in India. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 133, 211-218.
- World Tourism Organization. (2018). UNWTO tourism highlights 2018 edition. Retrieved from <http://mkt.unwto.org>
- Xu, Y., & McGehee, N. G. (2012). Shopping behavior of Chinese tourists visiting the United States: Letting the shoppers do the talking. *Tourism Management*, 33(2), 427-430.

ประวัติ



Name and Surname: Sudarat Kaewkrom

Highest Education: High School, Science - Math Program

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management

Address: 97/31 The Heritage Villa Moo 1 T. Kathu, A. Kathu Thailand 83120



Name and Surname: Panisara Mahasarnrattana

Highest Education: High School, English - Math Program

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management

Address: 69/59 Phuket Golden Villa Moo 8 T. Chalong Muang Phuket, Thailand 83130



Name and Surname: Ikleel Munbenmud

Highest Education: High School, English - Math Program

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management

Address: Rajabhat University 21 Moo 6 Phetksasem road, Muang Phuket, Thailand 83000



Name and Surname: Nuttawat Maneerat

Highest Education: High School, English Program

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management

Address: 113/9 Moo 1 T. Wichit Muang Phuket, Thailand 83000



Name and Surname: Narttarika Keawwab

Highest Education: High School, Science - Math Program

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management

Address: 78 Moo 1, T. Lamson, A Langu Satun 91110



Name and Surname: Bussaba Jongrak

Highest Education: High School, Science - Math Program

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management

Address: 170/1 Moo 14, Klongpon, Klongtom, Krabi Thailand 81170



Name and Surname: Chidchanok Anantamongkolkul

Highest Education: Ph.D. (Tourism)

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: Tourism marketing, tourist behaviour

Address: 21 Moo 6 T.Rasada Muang Phuket, Thailand 83000

แรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต MOTIVATION AND PARTICIPATION IN DECISION MAKING OF FAMILY ORIENTED TOURISTS IN PHUKET

สิปปกร สารอักษร และคณะ
Sippakorn Sanaksorn et al.

วิทยาลัยการท่องเที่ยวนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
Phuket College of International Tourism, Phuket Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ แรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จำนวน 250 ครอบครัวด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นครอบครัวชาวอเมริกัน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและประเทศออสเตรเลีย โดยส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิก 3-5 คน โดยมีจำนวนเด็ก 1 – 2 คนร่วมเดินทาง ส่วนใหญ่มีระยะเวลาพำนักในจังหวัดภูเก็ตเป็นเวลา 7-10 วัน นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ตผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และมีจุดประสงค์ของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตด้วยเครื่องบิน และใช้รถแท็กซี่และรถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัด กิจกรรมส่วนใหญ่ของครอบครัวนักท่องเที่ยว คือ อาบแดด และกิจกรรมสวนน้ำ สำหรับแรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ อาหารทะเล สิ่งอำนวยความสะดวก และความยอดเยี่ยมของเกาะภูเก็ต ทั้งนี้ ภรรยาคือผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ส่วนบุตรมีส่วนตัดสินใจประเด็นกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว และสามีเป็นผู้พิจารณาเกี่ยวกับงบประมาณของการท่องเที่ยว

คำสำคัญ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว แรงจูงใจนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ภูเก็ต

Abstract

The purpose of this research was to investigate the socio-demographic factors, travel motivation and participation in decision making of family tourists visiting Phuket. A questionnaire was distributed to 250 family tourists. A convenience sampling was applied in this study. It was found that there were female tourists than males, mostly American, followed by Thai and

Australians. Most of the tourists visited Phuket with 3-5 family members with 1 or 2 children and stayed in the destination for 7-10 days. Internet was the most popular source of travel information. The key purpose of the trip related to relaxation. All of them arrived in Phuket by air, and taxi and cab were the main transport within Phuket. The popular family activity includes sunbathing and going to the water parks. In terms of key travel motivation, seafood, facilities in the destination, and popularity of island were reported. Wife was found as a key person to make a trip occurred. While children considered activities to join during the trip, a husband engaged with budget available for the trip. Practical implications are suggested.

Keywords: Family tourists travel motivation decision making Phuket

บทนำ

รายได้หลักของประเทศไทยได้มาจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2560 พบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นั่นคือ ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.2 พันล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2.5 พันล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13 ในปี พ.ศ. 2559 และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศไทยเป็นเงิน 2.7 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2560 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ในการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด คือ ชาวจีน รัสเซีย และมาเลเซียตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้มีการแข่งขันกันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาเที่ยวได้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มก็มีพฤติกรรมที่ต่างกัน ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ต่างกันขึ้นอยู่กับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น วัยรุ่นที่รักการผจญภัยจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมผจญภัย เช่น เทียวป่า ปีนเขา หรือไต่ค้ำที่ทะเล ในขณะที่กลุ่มวัยทำงาน วัยเกษียณหรือผู้สูงอายุ จะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน ผ่อนคลาย หลีกหนีความเครียด (Anantamongkolkul, Butcher, Wang, 2017)

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเลือกจุดหมายปลายทางได้ตลอดเวลา นั่นคือ กลุ่มท่องเที่ยวแบบครอบครัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดสำหรับสมาชิกครอบครัว ก่อนออกเดินทางพวกเขาจะพิจารณาเลือกจุดหมายปลายทางเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกครอบครัวให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งครอบครัวที่มีเด็ก หรือคนชรา สภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญในการนี้ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและความสะดวกสบายเป็นเรื่องหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญ แต่ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของสมาชิกครอบครัวด้วยเช่นกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต

เพื่อศึกษาแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่ตัดสินใจที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแรงจูงใจของ

นักท่องเที่ยวแบบครอบครัว ดังนั้น การทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค

Armstrong, Kotler, Harker & Brennan, (2015) ได้แบ่งแบบจำลองของผู้พฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นสิ่งที่กระตุ้นทางการตลาด (Marketing mix) ได้แก่ ราคา สถานที่ โปรโมชั่น และสินค้า และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น การเมือง วัฒนธรรม สังคม สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลในการบริโภคสินค้า การคิดและมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าต่างๆ มากขึ้นในปัจจุบัน โดยปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบด้วย

ปัจจัยในการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ได้แก่ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค รูปแบบการดำรงของผู้บริโภค สถานการณ์ที่มาจากช่วงเวลา และสภาพแวดล้อมรอบข้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติของตัวผู้บริโภค ซึ่งส่งผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของตัวผู้บริโภคด้วย

ปัจจัยทางด้านสังคม ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคล รอบตัวผู้บริโภคที่อาจจะโน้มน้าวผู้บริโภคในการตัดสินใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจ

นักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น ทฤษฎีความต้องการอย่างเป็นลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) (Maslow, 1943) ซึ่งถือได้ว่าเป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่อ้างอิงมา

เป็นเวลานาน ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ใช้ในการอธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของมนุษย์ได้อย่างเข้าใจ มาสโลว์เสนอแนวคิดในการอธิบายความต้องการของมนุษย์มาเป็นลำดับขั้น 5 ลำดับ มาสโลว์เชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทุกขั้น ถ้าความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจ มนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงขึ้น และสิ่งที่จะมาจูงใจมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น ปังจี้ส น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และสิ่งจำเป็นที่ที่ให้มีชีวิตอยู่ได้ ความต้องการพวกนี้เป็นความต้องการพื้นฐาน เมื่อได้มาแล้วความต้องการพวกนี้ก็หยุดที่จะเป็นตัวจูงใจหลัก (Prime Motivation) อีกต่อไป

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้วจนพอใจ ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นอีก นั่นคือ ความต้องการความปลอดภัย มนุษย์ต้องการความปลอดภัยและคุ้มครองจากอันตรายต่างๆ ที่จะมีต่อร่างกายเช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม นอกจากนี้ยังหมายถึงความต้องการความมั่นคงในการทำงาน เมื่อได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้ว บุคคลก็จะต้องการลำดับขั้นต่อไป

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการที่จะให้สังคมหรือองค์การยอมรับ และเห็นความสำคัญของเขา ในขั้นนี้มนุษย์ต้องการเพื่อน ต้องการคบค้าสมาคมต้องการมีครอบครัว มีความรัก และความเห็นใจจากเพื่อนร่วมงาน

ขั้นที่ 4 ความต้องการชื่อเสียง (Esteem Needs) หมายถึงความต้องการให้เกิดความเคารพตัวเอง (Self-Respect) ความรู้สึกที่ตัวเองเป็นผู้ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากคนอื่น ต้องการ

สถานภาพ (Status) และความมีชื่อเสียง เกียรติยศ (Prestige)

ขั้นที่ 5 ความต้องการรู้จักตัวเอง (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือ การรู้จักตัวเอง และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของคน

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การเข้าใจถึงแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจะช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เช่น

1. ขั้วดันใดแห่งการเดินทาง (Pearce, 1988) เป็นความต้องการหรือแรงจูงใจของคนที่กำลังเดินทางหรือท่องเที่ยวว่าเกิดจากปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคล เช่น ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ความต้องการตื่นเต้นในสถานที่ใหม่ ความต้องการมีหน้ามีตาในสังคม หรือการเติมเต็มความใฝ่ฝัน

2. แรงจูงใจวาระซ่อนเร้น (Push factor) (Crompton, 1979) เช่น การหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมเดิมๆ ต้องการที่จะสร้างสัมพันธภาพกับคนอื่น ความมีหน้าตาในสังคม หรือต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์และกระชับมิตรกับคนในครอบครัวตนเอง

3. พฤติกรรมการเดินทางเกิดจากปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) (Dan, 1981) โดยปัจจัยที่มีผลในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลาย ของกิจกรรม ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

แสงเดือน รติธร (2555) กล่าวว่า “ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นเพียงมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้น การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่ง

ท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น”

นอกจากนี้ Moutinho (2007) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจของครอบครัวในการเดินทางท่องเที่ยว นั่นคือ บุคคลต่าง ๆ ในครอบครัวจะมีส่วนในการพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นั่นคือ สมาชิกจะเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจหรือพิจารณาเกี่ยวกับสถานที่พัก และจุดหมายปลายทาง ส่วนภรรยา จะพิจารณาเกี่ยวกับการนำบุตรไปท่องเที่ยวด้วย จำนวนวันและระยะเวลาของการเดินทาง รวมถึงกิจกรรมที่จะทำในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีนักวิชาการจำนวนมากได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว อาทิ

กษิเดช ตรีทอง (2557) ได้สำรวจแรงจูงใจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ด้านกายภาพ ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ และด้านการพัฒนาตนเอง มีความสำคัญต่อการเลือกกรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และยังพบอีกว่า เพศและรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน รติธร (2558) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างกัน งานวิจัยดังกล่าวยังได้พบอีกว่า ปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว

เที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11,970 หยวน มีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

จากงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมา พบว่า นักวิชาการส่วนใหญ่ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ แต่ยังมีนักวิชาการจำนวนจำกัดที่ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ซึ่งอาจมีความต้องการและแรงจูงใจเฉพาะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวตลาดอื่น ๆ ดังนั้น งานวิจัยเรื่องนี้ จึงได้ทำการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต และแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่ตัดสินใจที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการสำรวจ (Survey Research) และมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยเชิงปริมาณ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในภูเก็ตแบบกลุ่มครอบครัว โดยจากสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในปี 2559 มีจำนวน 13 ล้านคนโดยประมาณ (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2561) สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 100 – 300 ชุด ถือว่าเป็นขนาดที่มีความเหมาะสมที่จะสามารถนำชุดข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติได้ตามข้อเสนอแนะของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้

เลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มครอบครัว จำนวน 250 ครอบครัวโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็นสามส่วน ดังนี้

ส่วนแรก จะเป็นการสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว เช่น ความสะอาด อากาศ ความปลอดภัย คุณภาพของสินค้าและบริการ หรือความสะดวก ข้อคำถามในส่วนนี้เป็นข้อความผู้ตอบแบบสอบถามตอบระดับคะแนนเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อข้อคำถาม ตั้งแต่ 1 – 5 (5-point Likert scales) โดยที่ (1) คือ ไม่สำคัญอย่างยิ่ง (2) ไม่สำคัญ (3) เป็นกลาง (4) สำคัญ และ (5) สำคัญอย่างยิ่ง

ส่วนที่สอง จะเป็นการตัดสินใจภายในครอบครัวที่เลือกที่จะท่องเที่ยวในภูเก็ต และส่วนสุดท้าย ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ สัญชาติ หรือระยะเวลาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งทั้งสองส่วนเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questions) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ

โดยแบบสอบถามได้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเสนอความคิดเห็นโดยใช้คำถามปลายเปิดด้วย

แบบสอบถามได้รับการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาศาสตร์และทักษะการแปลเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้อง และความแม่นยำของข้อคำถามทั้งสองภาษาโดยใช้เทคนิคการแปลย้อนกลับ (Back-translation Method)

ทั้งนี้ นักวิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 5 คนก่อนการนำไปใช้จริง วัตถุประสงค์ของการทดสอบแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบคำผิด และความยากง่ายต่อการทำความเข้าใจในข้อคำถามต่าง ๆ ผลการทดสอบครั้งนี้ถูกนำมาปรับปรุงก่อนที่จะทำการทดสอบแบบสอบถาม

ครั้งที่ 2 (pilot test) เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของ เครื่องมือ และทดสอบระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ในการตอบข้อมูล หลังจากได้มีการปรับปรุง แบบสอบถามในครั้งที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดภูเก็ตกับครอบครัว จำนวน 250 คน และพบว่า สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อได้ทั้ง 250 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วน ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถาม กับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ณ สถานที่ท่องเที่ยว ต่างๆ ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดภูเก็ต เช่น ย่านเมืองเก่า ภูเก็ต และวัดฉลอง เป็นต้น ในช่วงสองสัปดาห์หลัง ของเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจาก เอกสารต่าง ๆ และผลงานทางวิชาการที่ เกี่ยวข้องโดย รวบรวมข้อมูลจากห้องสมุดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการประมวลผลและ วิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิง พรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยง เบนมาตรฐานอธิบายคุณลักษณะตัวแปร

ทั้งนี้ ค่าความถี่ และค่าร้อยละได้ถูกนำมาใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัว

ส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว สำหรับครอบครัวนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยและค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการ แปลผลของข้อมูลด้วยการนำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบ ของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปล ความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

สูตรการคำนวณอันตรภาคชั้น

อันตรภาคชั้น =

=

= 0.8

โดยค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความ สำคัญในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีสำคัญใน ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความสำคัญ ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความสำคัญ ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความสำคัญ ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็นสามตอน คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของนัก ท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว สำหรับครอบครัว และ (3) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัว

สำหรับการนำเสนอผลการวิจัยในส่วนนี้ แบ่ง ออกเป็น 2 ตาราง คือ ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และ

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	83	33.2
	หญิง	167	66.8
สัญชาติ	อเมริกัน	92	36.8
	ออสเตรเลีย	52	20.8
	จีน	37	14.8
	เกาหลี	5	2.0
	ญี่ปุ่น	2	0.8
	ไทย	62	24.8
จำนวนสมาชิกในครอบครัว			
	3-5	206	82.4
	6-8	26	10.4
	มากกว่า 9	18	7.2
	รวมทั้งสิ้น	250	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 167 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 และเป็นเพศชาย 83 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสัญชาติอเมริกัน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และออสเตรเลีย 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 สำหรับจำนวนสมาชิกในครอบครัว

พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว จำนวน 3-5 คน มีจำนวนทั้งสิ้น 206 คนจากผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 82.4 จำนวนสมาชิก 6-8 คน จำนวน 26 จากผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 10.4 และมีสมาชิกมากกว่า 9 คน มีจำนวน 18 คน จากผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 7.2

ตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลา (วัน)	1-3	34	13.6
	4-6	56	22.4
	7-10	98	39.2
	มากกว่า 10	62	24.8
ความถี่ของการเยือนภูเก็ต	เคยมา	83	33.2
	ไม่เคยมา	167	66.8
แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวทราบถึงจังหวัดภูเก็ต			
	โฆษณา	5	2.0
	อินเทอร์เน็ต	135	54.0
	บริษัททัวร์	19	7.60
	ปากต่อปาก	25	10.0
	หนังสือพิมพ์	57	22.8
	อื่นๆ	9	3.6
จุดประสงค์หลักของการเดินทาง	พักผ่อน	138	55.2
	เยี่ยมเพื่อน	3	1.2
	หาประสบการณ์ใหม่	12	4.8
	ธุรกิจ	5	2.0
	อื่น ๆ	92	36.8
จำนวนของเด็กที่ร่วมเดินทาง	1	97	38.8
	2	88	35.2
	มากกว่า 2	65	26.0
วิธีการเดินทางมาภูเก็ต	เครื่องบิน	250	100
วิธีการเดินทางในภูเก็ต	รถยนต์	22	8.8
	รถตุ้	98	39.2
	รถมอเตอร์ไซด์	23	9.2
	รถแท็กซี่	100	40.0
	อื่นๆ	7	2.8
กิจกรรมของนักท่องเที่ยว	บ้านหนุมาน	20	8.0

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Elephant Sanctuary	12	4.8
อาบแดด	78	31.2
สวนน้ำ	46	18.4
ฟิฟิธันท์ Trick eye	3	1.2
เล่นเสิร์ฟบอร์ด	15	6.0
มินิโกสล์	2	0.8
อื่นๆ	74	29.6

จากตารางที่ 2 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวใช้เวลา 7-10 วัน คิดเป็นจำนวน 98 คน หรือร้อยละ 39.2 รองลงมาคือ กลุ่มที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 10 วัน มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และใช้เวลาท่องเที่ยว 4-6 วัน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คิดเป็นจำนวน 167 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 66.8 ไม่เคยมาท่องเที่ยวในภูเก็ตมาก่อน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เหลือ ซึ่งมีจำนวน 83 คนเคยมาท่องเที่ยวในภูเก็ตแล้ว คิดเป็นร้อยละ 33.2 นอกจากนี้ พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ต ลำดับแรก คือ แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือ ทราบจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และมีแหล่งข้อมูลปากต่อปาก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พักผ่อน มีจำนวน 138 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.2 วัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ซึ่งหมาย

รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

สำหรับจำนวนของเด็กที่เป็นสมาชิกของการเดินทางนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาบุตรมาด้วย 1 คน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่นำบุตรมาด้วย 2 คน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ทั้งนี้ วิธีการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวทั้งหมดคือ การโดยสารด้วยเครื่องบิน ส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ต คือ รถแท็กซี่มีจำนวนผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ รถตู้ มีผู้ใช้บริการทั้งสิ้น จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และรถมอเตอร์ไซด์จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำกิจกรรมอาบแดด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ทำกิจกรรมอื่นๆ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ กิจกรรมสวนน้ำ Jungle Splash จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

ตารางที่ 3 แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
อาหารทะเลที่มีคุณภาพสูง	4.42	0.75	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสมาชิกในครอบครัว	4.15	0.80	มาก
เกาะที่เป็นที่นิยม	4.12	0.78	มาก
คัมค่าเงินที่ใช้จ่าย	4.02	0.79	มาก
ความปลอดภัย	4.00	1.00	มาก
ประหยัดเงิน	4.00	1.00	มาก
ที่พักในจังหวัดภูเก็ต	4.00	1.00	มาก
ผู้คนเป็นมิตร	4.00	0.70	มาก
ความปลอดภัยในครอบครัว	4.00	0.80	มาก
กิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับครอบครัว	4.00	0.80	มาก
การขนส่งสะดวกสบาย	4.00	0.84	มาก
กิจกรรมผจญภัยที่น่าสนใจมากมาย	3.94	0.72	มาก
เลิกเรียน	3.94	0.76	มาก
คุณภาพอาหารที่ดี	3.90	0.80	มาก
ความสะอาดของชายหาด	3.90	0.80	มาก
ใช้เวลากับครอบครัวและเด็ก ๆ	3.90	0.80	มาก
เป็นแหล่งมรดกที่น่าหลงใหล	3.88	0.76	มาก
เมืองที่หรูหรา	3.80	0.80	มาก
อากาศดี	3.80	0.80	มาก
วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ	3.80	0.80	มาก
ความสะอาด	3.70	0.80	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือ อาหารทะเลที่มีคุณภาพสูง สิ่งอำนวยความสะดวกมากมายสำหรับสมาชิกในครอบครัวและเกาะที่เป็นที่นิยม โดยพบว่าอาหารทะเลคุณภาพเป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญมาก

ที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว และความสะอาดของจังหวัดภูเก็ตได้รับคะแนนในลำดับน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม ยังอยู่ในเกณฑ์คะแนน “มาก”

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว
ตารางที่ 4 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวครอบครัว

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว	ร้อยละ			
	(จำนวน (คน))			
	สามี	ภรรยา	บุตร	ตัดสินใจร่วมกัน
1. ประเภทที่พัก	26.8 (67)	28.8 (72)	4.0 (10)	40.4 (101)
2. จุดหมายปลายทางสำหรับวันหยุด	27.2 (68)	16.8 (42)	23.2 (58)	32.8 (82)
3. มีบุตรไปด้วยหรือไม่	26.0 (65)	46.8 (117)	22.0 (55)	5.2 (13)
4. ระยะเวลาพักในวันหยุด	23.2 (58)	30.4 (76)	17.6 (44)	28.8 (72)
5. วันเดินทางท่องเที่ยว	20.8 (52)	33.2 (83)	25.2 (63)	20.8 (52)
6. วิธีการเดินทางในวันหยุดของครอบครัว	23.2 (58)	35.2 (88)	13.6 (34)	28.0 (70)
7. กิจกรรมในการท่องเที่ยว	24.4 (61)	34.4 (86)	37.6 (94)	3.6 (9)
8. จะไปพักผ่อนหรือไม่	22.0 (55)	33.6 (84)	30.0 (75)	14.4 (36)
9. จำนวนเงินที่สามารถใช้จ่ายได้	34.4 (86)	35.2 (88)	10.0 (25)	20.4 (51)

จากตารางที่ 4 พบว่า โดยภาพรวม ภรรยาจะเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัว เมื่อพิจารณาแยกประเด็น จะพบว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทที่พัก และจุดหมายปลายทางจะเป็นการตัดสินใจร่วมกันในครอบครัว ส่วนการพิจารณาเกี่ยวกับการนำบุตรไปร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วันที่เดินทาง วิธีการเดินทาง กิจกรรมการพักผ่อนนั้น เป็นหน้าที่หลักของภรรยาในการตัดสินใจ ส่วนสามีจะเป็นผู้ตัดสินใจหลักเรื่องงบประมาณ นอกจากนี้ จะสังเกตได้ว่า บุตรจะมีบทบาท

ในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรม และประเด็นที่ต้องพิจารณาเรื่องเดินทางเพื่อการพักผ่อนร่วมกับภรรยา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ แรงจูงใจและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในจังหวัดภูเก็ต เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จำนวน 250

ครอบครัว จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นครอบครัวชาวอเมริกัน รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและประเทศออสเตรเลีย โดยส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิก 3-5 คน มีระยะเวลาพำนักร์ในจังหวัดภูเก็ตเป็นเวลา 7-10 วัน มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ตผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากงานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2558)

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตด้วยเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก World Tourism Organization (2018) ที่รายงานว่า การเดินทางทางอากาศ คือ รูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว และใช้รถแท็กซี่และรถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัด กิจกรรมส่วนใหญ่ของครอบครัวนักท่องเที่ยว คือ อาบแดดหรือกิจกรรมที่ชายหาด สำหรับแรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก และความยอดเยี่ยมของเกาะภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนักวิชาการคนอื่น ๆ อาทิ กษิต์เดช ตรีทอง (2557) และ แสงเดือน รตินธร (2558) ที่ค้นพบว่าแรงดึงดูดจูงใจปลายทาง คือ แรงจูงใจสำคัญของนักท่องเที่ยว

สำหรับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวครอบครัวนั้น ผลการวิจัยพบว่า ภรรยา คือผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เช่น ภรรยาเป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการนำบุตรไปร่วมเดินทาง ระยะเวลาและวันเดินทาง รวมถึงวิธีการเดินทาง อย่างไรก็ตาม บุตรจะมีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะเข้าร่วมเมื่อเดินทางท่องเที่ยว สำหรับสามีจะเป็นผู้ตัดสินใจหลักเรื่องงบประมาณการเดินทาง และการพิจารณาเรื่องที่พักและจุดหมายปลายทางเป็นการตัดสินใจร่วมกันใน

ครอบครัว ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Moutinho (2007) ที่พบว่า สามีจะเป็นผู้มีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทที่พักและจุดหมายปลายทาง ส่วนประเด็นการนำบุตรไปร่วมเดินทาง วันและระยะเวลาของการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำในระหว่างการเดินทางเป็นการตัดสินใจร่วมกัน ความไม่สอดคล้องของผลการศึกษา อาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพศหญิงเริ่มมีบทบาทในสังคมมากขึ้น รวมถึงการแพร่หลายของข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทำให้เพศหญิงมีโอกาสในการร่วมคิดและตัดสินใจมากขึ้นก็เป็นได้

รัฐบาลและผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ได้ รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น พุฒิบาที่อำนวยความสะดวกในการใช้รถเข็นเด็ก เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ อาทิ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผลการศึกษาทำให้ทราบว่า อาหารทะเล คือ แรงจูงใจสำคัญอันดับหนึ่งในการเลือกจังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารควรเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งเมนูอาหารควรจะมีหลากหลาย และเหมาะสมกับสมาชิกทุกคนในครอบครัว มีการเตรียมเก้าอี้และภาชนะที่เป็นมิตรกับเด็ก เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจควรมุ่งการทำการตลาดไปยังสมาชิกของครอบครัวที่เป็นแม่หรือภรรยา เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ภรรยา คือผู้ที่ตัดสินใจเรื่องสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาและการกำหนดวันเดินทาง วิธีการเดินทางรวมถึงกิจกรรมในการท่องเที่ยว

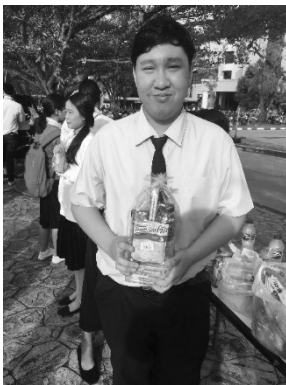
อ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). สถิตินักท่องเที่ยว. [Online] Retrieved February 7, 2019 <http://www.tourism.go.th/>
- department of Tourism (2017). Tourism statistics. [Online] Retrieved February 7, 2019 <http://www.tourism.go.th/> (In Thai)
- บุญชม ศรีสะอาด (2543). การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- Boonchom Srisa-ard. (2000). Research in measurement and evaluation. Bangkok: Suweeriyasasana.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต (2561). สถิตินักท่องเที่ยว. [Online] Retrieved November 17, 2018 http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=122&Itemid=510
- National statistics organization, Phuket office. (2018). Tourism statistics. [Online] Retrieved November 11, 2018 http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=122&Itemid=510 [in Thai]
- แสงเดือน รติธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(2), 84-104.
- Sangduen Ratinthon. (2012). Push and pull motivation of Chinese tourists in choosing Thailand as a travel destination. *APIHEIT Journals*, 18(2), 84-104.
- กษิทธิ์เดช ตรีทอง. (2557). แรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวนานาชาติ. *จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- Kasidit Threetong. (2014). Motivations in selecting to travel of International tourists to Bangkok metropolis as a tourism destination. Chulalongkorn University.
- Anantamongkolkul, C., Butcher, K., & Wang, Y. (2017). The four stages of on-site behavior for a long-stay relaxation holiday. *Journal of Vacation Marketing*, 23(3), 217-232.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2015). *Marketing: an introduction*. Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.
- Dann, G. (1981). Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8, 187-219.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective*. Upper Saddle River, N.J: Pearson.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Moutinho, L. (2007). Consumer Behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5-44.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York, NY: Springer-Verlag.
- World Tourism Organization. (2018). *UNWTO tourism highlights 2018 edition*. Retrieved from <http://mkt.unwto.org>

ประวัติ



Name and Surname: Sippakorn Sanaksorn
Highest Education: High School, English-Program
University: Phuket Rajabhat University
Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management
Address: 150/22 moo 1 T.Kuanmapraw, Muang Phattalung province, 93000



Name and Surname: Greingsak Udomlert
Highest Education: High School Art and language Program
University: Phuket Rajabhat University
Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management
Address: Rajabhat university 21 Moo 6 Phetkasem road , Muang, Phuket 83000



Name and Surname: Sirisopa Mekpoo
Highest Education: High School, Math-Science Program
University: Phuket Rajabhat University
Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management
Address: 43 Moo 6. T.Dindang Lumtub Krabi, Thailand 81190.



Name and Surname: Katesirin Srilerdwong
Highest Education: High School, English-Math Program
University: Phuket Rajabhat University
Field of Expertise: International Tourism and Hospitality Management
Address: 145/123 D Condo Mine, Wichitsongkram st., Kathu, Phuket 83120



Name and Surname: Suchanard Rattanaporn

Highest Education: High School, English-German Program

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: International Tourism and Hospitality
Management

Address: 81/2 ,moo 7,Srisoontorn road,Thalang Phuket 83110



Name and Surname: Chidchanok Anantamongkolkul

Highest Education: Ph.D. (Tourism)

University: Phuket Rajabhat University

Field of Expertise: Tourism marketing, tourist behaviour

Address: 21 Moo 6 T.Rasada Muang Phuket, Thailand 83000

โอกาสที่ท้าทายและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น CHALLENGING OPPORTUNITIES AND THE PREDICAMENT OF HEALTH TOURISM IN KHON KAEN

นัทชา โสภาร
Natcha Sopaporn

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
Program in Tourism and Hospitality Management Faculty of Business Administration and Information
Technology Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen Campus

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น โดยวิเคราะห์ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข่าวนโยบายของรัฐ และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำมาจัดลำดับ จัดขอบเขตของเนื้อหา ข้อมูลเพื่อให้ทราบสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และวิเคราะห์เนื้อหาออกเป็นหัวเรื่อง หัวข้อย่อยได้อย่างมีระบบและครบถ้วน ผลการวิเคราะห์ พบว่า จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง หน่วยงานภาครัฐต้องการยกระดับสู่เมืองแห่งสุขภาพ โดยมุ่งพัฒนาให้เป็นมหานครที่ครบวงจร ภายใต้สโลแกน “ประชุมและเที่ยว เรื่องเดียวกันที่ขอนแก่น” เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยที่จังหวัดขอนแก่นจะเป็นศูนย์กลางตามกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อการประชุมและจัดนิทรรศการ ในฐานะเป็น MICE City 1 ใน 5 พื้นที่ของประเทศไทย อันจะช่วยขยายโอกาสในการให้บริการและสนับสนุนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดขอนแก่นได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต เพราะจังหวัดขอนแก่นมีแผนการพัฒนาจังหวัด เพื่อเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์ของภูมิภาคอาเซียน และเมืองแห่งการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ (Medical Hub of AEC) มีความพร้อมของสถานพยาบาลทั้งรัฐบาลและเอกชน และองค์ความรู้ด้านการแพทย์ที่สมบูรณ์แบบ นอกจากนี้ยังมีชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านการแพทย์แผนไทย และมีผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย และสมุนไพรพื้นบ้านที่สามารถรองรับกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ รวมถึงด้านการใช้สมุนไพร และการรักษาพยาบาลแบบพื้นบ้าน ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ท้าทายสำหรับจังหวัดขอนแก่นในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ขอนแก่น

Abstract

This academic article aims to study the predicaments and the possibility of the Health Tourism in Khon kaen province by applying data analysis, concepts, theories, related

researches news, government policies, the possibility of the Health Tourism, content analysis, ranking, material scopes in order to get to know the situation of the Health Tourism to be analyzed each subtitles eventually. Khon kaen province has extremely high potentiality of the tourism. Those Government agencies are required to enhance to be the healthy city and mark as the complete metropolis under the slogan of “Conferences and Tours” once and for all in Khon kaen in order to stimulate all tourists to held their multiply activities. Khon kaen province will be the center of the tourism development strategies to arrange the conferences and exhibitions as a member of the 1 in 5 of the MICE Cities in Thailand and will be producing some sort of the further opportunities, support the tourism of health in Khon kaen effectively. The development plans of Khon kaen province will be running up as the Medical Center in ASEAN including the city of elderly people caring (Medical Hub of AEC), readiness hospitals both governments and non-governments, complete medical cognitions. On the other hand, there are many attractive communities where distinguishably in Thai medical traditions and Thai herbs products. Those folk herbs can be supported the healthy tourism activities including how to apply itself in the process of the locality, So that, here comes the magnificent opportunities of Khon kaen province to welcome those healthy tourists in the upcoming future.

Keyword : Health Tourism, Khon kaen

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Health & Wellness tourism) จัดเป็นประเภทการท่องเที่ยวที่ภาครัฐให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอย่างเร่งด่วน เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และก้าวทันการตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งตรงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ที่ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้จัดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ((Medical Hub) (พ.ศ.2560-2569) ประกอบด้วย 4 ผลผลิตหลัก ได้แก่ (1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) (2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) (3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และ (4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ประเทศไทยได้กำหนด

ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศเพื่อเป็นเลิศในตลาดโลกโดยมีเป้าหมายให้ไทยเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia (สิริกร เลิศล้ำนาธาร และคณะ, 2560: 2-10) และเน้นที่ตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวของผู้เกษียณอายุราชการ และสอดคล้องกับคสมสทธี เกียนวัฒนา(2561) ได้กล่าวถึงสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย สรุปได้ว่า รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียซึ่งประกอบด้วยธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ และธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย และธุรกิจบริการรักษาพยาบาลถือเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญโดยมีผู้ประกอบการหลัก คือ โรงพยาบาลเอกชน ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการถึง 256 ราย โดยเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีศักยภาพในการรองรับผู้ให้บริการชาวต่าง

ชาติมากกว่า 100 แห่ง ทั้งนี้ จากการรวบรวมสถิติชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 เป็นต้นมา พบว่า ชาวต่างชาติที่เข้ามาต่างเดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนของไทยในสัดส่วนประมาณร้อยละ 55 หรือมีจำนวนประมาณ 8.1 แสนคน เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนในประเทศไทย และเพื่อใช้บริการด้านสุขภาพในโรงพยาบาลเอกชน อีกร้อยละ 45 หรือมีจำนวนประมาณ 6.7 แสนคน เป็นผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เดินทางมาเข้ารับบริการด้านสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนในไทย ซึ่งมักจะมีผู้ติดตามผู้ป่วยมาด้วย (ในที่นี้จะคิดในสัดส่วน 1:1) โดยมีจำนวนประมาณ 6.7 แสนคน การใช้จ่ายในด้านต่างๆ ระหว่างที่พำนักรักษาและท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ซึ่งประมาณการว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใกล้เคียงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยทั่วไปที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในปี พ.ศ.2561) (คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก และประเทศไทย : 77-87)

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทั้งด้านการท่องเที่ยว สภาพภูมิศาสตร์ เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สมบูรณ์ มีบุคลากรด้านการแพทย์ด้านการท่องเที่ยวที่มีความสามารถ บวกกับศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยว และการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เป็นเมืองสำคัญด้านการท่องเที่ยว และเมืองแห่งการจัดประชุมสัมมนา (MICE CITY)

ศักยภาพและความพร้อมของจังหวัดขอนแก่นทำให้รัฐบาลให้ความสนใจและต้องการยกระดับสู่เมืองแห่งสุขภาพ โดยมุ่งพัฒนาให้เป็นมหานครที่ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม การมาประชุมสัมมนา หรือการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว สำนักงานขอนแก่นจึงได้เกิดแนวคิดขึ้นว่า

“ประชุมและเที่ยว เรื่องเดียวกันที่ขอนแก่น” เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยที่จังหวัดขอนแก่นจะเป็นศูนย์กลางตามกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อการประชุมและนิทรรศการ ในฐานะเป็น MICE CITY 1 ใน 5 พื้นที่ของประเทศ ซึ่งมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยว การจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ มีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่นยังมีแผนพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและกำลังดำเนินการขยายสนามบินขอนแก่นให้เป็นสนามบินนานาชาติ เพื่อรองรับเที่ยวบินและจำนวนนักท่องเที่ยว นักเดินทางกลุ่ม MICE ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ททท.จึงพยายามผลักดันในเชิงยุทธศาสตร์ให้จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ซึ่งดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2560 ตามแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ.2560-2564 ภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่น้อยกว่า 5 ล้านคน ต่อปี

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าจังหวัดขอนแก่นเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว และจังหวัดขอนแก่นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้น นับเป็นเหตุผลที่สำคัญ ดังนั้นบทความวิชาการโอกาสที่ท้าทายและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น จึงเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จะเติบโตในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และจากข่าวสารต่างๆ โดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงแยกแยะรายละเอียดของเนื้อหา ข้อมูล นำมาจัดลำดับจัดขอบเขตของเนื้อหา ข้อมูล เพื่อให้ทราบความสัมพันธ์ สามารถตีความ อธิบายและแบ่งเนื้อหาออกเป็นหัวเรื่อง หัวข้อย่อยได้อย่างมีระบบและครบถ้วน

บททวนวรรณกรรม

ผลงานวิจัยเรื่อง เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดอุบลราชธานี ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต และเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ พร้อมทั้งมีการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือกิจกรรมบำบัดฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาด้านสุขภาพ การนวด การประคบสมุนไพร การฝึกสมาธิ การออกกำลังกาย เป็นต้น (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์, 2560) รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical services) ภายในปี 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2560-2569) โดยมุ่งพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ และให้ความสำคัญในการพัฒนาและบูรณาการทำงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นำศักยภาพขีดความสามารถทรัพยากรสุขภาพและทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมที่มีอย่างจำกัด ภูมิปัญญาไทย วิถีชุมชน มาสร้างบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีเอกลักษณ์ และอัต

ลักษณ์ จนสามารถเพิ่มสัดส่วนรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ ทำให้ประเทศไทยเกิดความมั่งคั่งและความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ภายใต้พันธกิจและเป้าหมาย สรุปได้ดังนี้

1. พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันด้านสุขภาพกับต่างประเทศ ตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงปลายน้ำ
2. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของสถานพยาบาล สถานประกอบการ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้ได้รับมาตรฐานสากล ที่มีความเป็นเลิศโดดเด่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
3. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพสถาบันการศึกษาให้มีความเป็นเลิศทางด้านวิชาการในระดับนานาชาติ
4. พัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพ โดยการสร้างกระบวนการประกันคุณภาพ ความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค
5. ส่งเสริมการตลาดและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่เอกลักษณ์ และภูมิปัญญาไทยให้ชาวต่างชาติยอมรับ เกิดความประทับใจ ตลอดจนสร้างความแตกต่างในการบริการด้านสุขภาพกับต่างประเทศ

เป้าหมาย

1. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพของโลก
2. ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน
3. ประเทศไทยมีองค์ประกอบในการขับเคลื่อน ซึ่งประกอบด้วย
 - 3.1 ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub)
 - การบริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ/สปาเพื่อสุขภาพ

- การบริการนวดเพื่อเสริมสวย
- การบริการ Medical Spa
- การบริการสปาบำบัดน้ำพุร้อน
- การบริการThalasso Therapy/Climato Therapy
- การบริการแบบพำนักระยะยาวเพื่อสุขภาพ (Long Stay for Health)
- การบริการแบบ Heath Resort การบริการแบบ Rehabilitation Center

3.2 ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ได้แก่

- การบริการรักษาพยาบาล
- การบริการเสริมความงาม
- การบริการทันตกรรม
- การบริการศัลยกรรมตกแต่ง

กระทรวงสาธารณสุข ได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569) รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 4 ผลผลิตหลัก คือ (1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) (2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) (3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) (4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2559 - 2568) ทั้ง 4 ผลผลิตหลักนี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบในหลักการแล้ว เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2559 การดำเนินงานภายใต้นโยบายรัฐบาล ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี กล่าวคือ (1) ตลาดกลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศไทย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 107,000 ล้าน

บาท และคาดว่าภายหลังจากการเปิดการค้าเสรี AEC ในปลายปีนี้จะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2558) (2) มีจำนวนผู้รับบริการชาวต่างชาติรวม 1.2 ล้านครั้ง (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พ.ศ. 2557)

กุลปรโมทย์ วรรณเลิศ (นโยบายส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจเพื่อสุขภาพของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ได้กล่าวถึง นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในฐานะองค์กรหลักที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้เล็งเห็นถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์และการเติบโตของการบริการด้านสุขภาพของประเทศไทย โดยในช่วง 2001-2005 ที่ผ่านมามีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้บริการทางการแพทย์ เฉลี่ยกว่าร้อยละ 22.7 ต่อปี โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เข้ารับบริการด้านสุขภาพดังกล่าว ได้แก่ ชาวสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น อินเดีย และตะวันออกกลาง นอกจากนี้ยังมีข้อมูลสนับสนุนถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

จำนวนและรายได้ ผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศ

พ.ศ.2548 : 1,280,000 คน รายได้ > 40000 MB
พ.ศ.2547 : 1,100,000 คน รายได้ > 30000 MB
พ.ศ.2546 : 970,000 คน รายได้ > 26439 MB
พ.ศ.2545 : 630,000 คน รายได้ > 18000 MB

จากข้อมูลจำนวนและรายได้ของผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุกปี ทำให้มองเห็นถึงศักยภาพและความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

เปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่ได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการชาวต่างประเทศ

อันดับที่ 1 ไทย

อันดับที่ 2 สิงคโปร์

อันดับที่ 3 อินโดนีเซีย

อันดับที่ 4 มาเลเซีย

อันดับที่ 5 เวียดนาม

(สิทธา กองสาสนะ, 2552: 35-58) ได้ทำการวิจัย เรื่องการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น

สรุปได้ ดังนี้

1. ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าแนวโน้มหรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจ ประเภทการฝึกจิต สมาธิ นั้นได้รับความนิยมและความสนใจจากนักท่องเที่ยวค่อนข้างสูง อาจจะมีการศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทาง และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะเชิง “สุขภาพใจ” ให้มีความสมบูรณ์ และความสามารถใช้เป็นข้อมูลหรือเส้นทางหลักในการปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวด้านนี้ได้ อย่างแท้จริง

2. ควรแยกกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะใช้ในการสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภท สอดคล้องกับประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก “ธรรมชาติ” ของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่เน้นกิจกรรมสุขภาพใจ กับกลุ่มที่เน้นสุขภาพกาย หรือกลุ่มที่สามารถเสียค่าบริการสำหรับกิจกรรม หรือสินค้าสุขภาพ กับกลุ่มที่ไม่พร้อมที่จะเสียค่าบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้มีความต้องการ ความคาดหวัง และพฤติกรรมการใช้พื้นที่แตกต่างกันไป อันจะทำให้ได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละประเภทอย่างแท้จริงมากขึ้น รวมทั้งควรมีการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจกิจกรรมสุขภาพ ร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มเติม เพื่อขยายโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการให้บริการด้านการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีความโดดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวด้านประเพณี และวัฒนธรรมที่ชัดเจนอยู่แล้ว

3. เนื่องจากนักท่องเที่ยว หรือผู้ใช้บริการเชิงสุขภาพ รวมถึงผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการเชิงสุขภาพนั้นให้ความสำคัญกับประเด็นมาตรฐานความปลอดภัย และสุขอนามัย รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชิงบวก ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรต้องวางแผนการท่องเที่ยวด้วยความระมัดระวัง สามารถสะท้อนแนวคิดในแง่บวก ปลอดภัย ได้มาตรฐาน หลักเสียงภาพลักษณ์ที่มีความล่อแหลมนำไปสู่ความเสื่อม เช่น การมีบริการทางเพศแฝงอยู่กับการบริการสปา และการนวดสุขภาพ หรือการบริการด้านสุขภาพ และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่มีคุณภาพ ไร้มาตรฐาน และไม่ปลอดภัย เป็นต้น

4. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลอาจเพิ่มในส่วน of ชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงกับบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อให้เข้าถึงการท่องเที่ยวแบบองค์รวม และแบบยั่งยืน เนื่องจากคนในชุมชนนั้นๆ เป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว จึงควรที่จะศึกษาข้อมูลจากเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เพื่อจะได้สามารถบูรณาการองค์ความรู้ทั้งหมดเข้าด้วยกันนำไปสู่การจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้ผลและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิถีชีวิต หรือทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน เป็นการช่วยรักษา “สุขภาพชุมชน” ให้มีความยั่งยืนต่อไป

ผลการวิจัยเรื่องแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสุขภาพ สรุปผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ต่อการเป็นเมืองการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น ดังนี้ (นันทา สองหลวง, 2561: 156-157)

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ต่อการเป็นเมืองการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น

จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
- มีแผนการพัฒนาจังหวัดขอนแก่นเพื่อเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์ของภูมิภาคอาเซียน และเมืองแห่งการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ (Medical Hub of AEC) - ความพร้อมของสถานพยาบาลทั้งรัฐบาลและเอกชน และองค์ความรู้ด้านการแพทย์ค่อนข้างสมบูรณ์แบบ - มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีชื่อเสียง มีความทันสมัยด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ และการค้นคว้าวิจัยด้านการแพทย์แขนงต่างๆ อย่างต่อเนื่อง - มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้ให้บริการครบถ้วน - จังหวัดขอนแก่นมีความชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านการแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ยอละสมุนไพรพื้นบ้าน รวมถึงด้านการใช้สมุนไพร และรักษาพยาบาลแบบพื้นบ้าน - จังหวัดขอนแก่นมีสวนสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมด้านสุขภาพเป็นจำนวนมาก - จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการแพทย์ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในเขตอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง และเป็นศูนย์กลางประชุมวิชาการแพทย์ระดับนานาชาติ	- แผนการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ - งบประมาณสนับสนุนเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ - การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้สูงอายุ - การเชื่อมโยงกับภูมิภาคอาเซียนและพัฒนาสู่นานาชาติ - รัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ - กระแสโลกในเรื่องของการรักษาสุขภาพการออกกำลังกาย และการแข่งขันกีฬา - ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลหรือในการพัฒนาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยยกระดับในกระบวนการแพทย์ - กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จากการศึกษาที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ - ค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค และการบริการที่มีมิตรไมตรีและยิ้มแย้มแจ่มใสตามบุคลิกนิสัยเฉพาะของคนไทย

บทสรุป

โอกาสที่ท้าทายและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น มีทั้งในเชิงบำบัดรักษาสุขภาพหรือเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และเชิง Wellness Tourism โดยโรงพยาบาลเอกชนมีส่วนผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงบำบัดสุขภาพหรือ

เชิงการแพทย์(Medical Tourism) เช่น โรงพยาบาลศรีนครินทร์ โรงพยาบาลศูนย์ขอนแก่น โรงพยาบาลขอนแก่นราม โรงพยาบาลราชพฤกษ์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพการแพทย์ภาคอีสาน (รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านลุ่มแม่น้ำโขงด้วย) อยู่แล้ว รวมทั้งพื้นที่ภายนอกเมืองขอนแก่นหลายแห่ง ก็อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความสงบเป็นธรรมชาติ

เช่น เชื้อนอบลรัตน์ อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ
อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน อุทยานแห่งชาติภูเวียง
 เป็นต้น อันจะช่วยขยายโอกาสในการให้บริการและ
สนับสนุนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ
จังหวัดขอนแก่นได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 บุคลากรในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องทำความเข้าใจรูปแบบ
การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นไปในทิศทาง
เดียวกันและต้องร่วมมือกันทำงานให้กิจกรรมการท่อง
เที่ยวเชิงสุขภาพเดินหน้าต่อไป อีกทั้งร่วมกันค้นหาตัว
ต้นที่แท้จริงของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มี
ความชัดเจนอยู่แล้วแต่ขาดการนำเสนออัตลักษณ์ของ
กิจกรรมออกมาสู่ภายนอก

1.2 การบูรณาการการทำงานร่วมกันของ
ทุกหน่วยงานในจังหวัด และหน่วยงานภาครัฐให้การ
ทำงานในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
เป็นไปด้วยความราบรื่น

บรรณานุกรม

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็น
ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB). 2560 หน้า 3.
- กุลปรามิทย์ วรรณะเลิศ. (2551) นโยบายส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจเพื่อสุขภาพของการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย. จุลสารวิชาการท่องเที่ยว, ปีที่ 2555 ฉบับที่ 3,
- ภาวิณี ศรีสนัดและคณะ. (2559) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่าง
ประเทศในจังหวัดอุบลราชธานี. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานี
วิชาการ, 2559, ครั้งที่ 1, 2607-2624.
- นัทธา สองหลวง. (2561). แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสุขภาพ. การประชุมวิชาการ
ระดับชาติ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ครั้งที่ 5 “การท่องเที่ยวอีสาน ผสานชุมชน ผลักดันผลิตผลการ
ท่องเที่ยวเมืองรองอย่างยั่งยืน”, 149-160,
- สถาบันสินทรัพย์ทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์. (2560). รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและ
อุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. โครงการพัฒนาผู้
ประกอบการด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม, 2560 (ธันวาคม).

1.3 การทำงานต้องมีการเชื่อมโยงเครือ
ข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคให้มากขึ้น มี
การเข้าไปศึกษาดูงานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่
ใกล้เคียง เพื่อสานความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วม
กัน

1.4 ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการ
พัฒนารูปแบบและกิจกรรมในมิติที่ขาด หรือต้องการ
ให้ช่วยเหลือ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

2.1 ควรมีการศึกษาทางด้านการตลาด
การจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว
ในรูปแบบอื่น

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่อง กลุ่มตลาด
เป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย
เพื่อวางแผนการพัฒนากิจกรรมต่างๆ

2.3 ควรจัดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ
โดยตรงในการพัฒนาบุคลากร ด้านการแพทย์แผนไทย
เพื่อสุขภาพ

- ลิตธา กองสาสนะ. (2552). การศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ปีที่ 4 ฉบับที่ 2, 35-58.
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2561). สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกและประเทศไทย. วารสารกระแสนวัตกรรม, ปีที่ 19 ฉบับ 35, 77-87.

**ความพร้อมของชุมชนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน
หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**
COMMUNITY READINESS FOR PARTICIPATION IN TAI-YUAN CULTURAL COMMUNITY
DEVELOPMENT. BAN PHONG I HOPE RATCHABURI IT IS A CULTURAL ATTRACTION.

ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร, วนิดา วาตีเจริญ, เสาวลักษณ์ จิตติมงคล, แก้วตา ผิวพรรณ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Dr.thiwat@gmail.com, Ntapat.w@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ:

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเปรียบเทียบความพร้อมในการมีส่วนร่วมแยกตามปัจจัย ส่วนบุคคลของประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพร้อมของประชาชนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลการศึกษาพบว่า ความพร้อมของประชาชนในความร่วมมือเพื่อพัฒนาชุมชนหนองแขมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาความพร้อมในการมีส่วนร่วมของประชาชนเรียงลำดับดังนี้ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการเสียสละ การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและการมีส่วนร่วมได้เสียผลประโยชน์ตามลำดับ ความสำคัญของผู้ที่มีส่วนสนับสนุนชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ โรงเรียนในชุมชน นักการเมืองท้องถิ่น ข้าราชการในพื้นที่และความรู้เกี่ยวกับประวัติชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะด้านพบว่าความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนอยู่ในระดับน้อย

ผลการเปรียบเทียบความพร้อมของประชาชนในการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแยกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าเพศต่างกันมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผู้ที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการอาศัยในชุมชน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ, การมีส่วนร่วมของประชาชน, พัฒนาชุมชน, แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract:

The objective of this research is to study the readiness of participation for community development to become a cultural attraction place, and compare the readiness of participation separated by personal factors of people in the Tai-Yuan culture community, Nong Pla Mo, Ban Pong, Ratchaburi to be a cultural attraction. In this research data were collected by using questionnaires with 400 samples.

The result of the study showed that the readiness of participation for community development of local residence to become a cultural attraction place, Nong Pla Mo community is at medium level. By considering the readiness of participation is demonstrated in a respective order, participation in operating, participation in planning and decision making, participation in scarifying, participation in problem solving and interest of stakeholders. Moreover, the important of participants who support Tai-Yuan culture community to be a cultural attraction is in the medium level are local schools, local government community, local politicians, government officers and knowledge about community history are overall is at a medium level. On the other hand, when consider in each aspects, the knowledge of the community history is at the low level.

The result of comparison of the readiness of participation for community development the Tai-Yuan culture community to become cultural attraction separated by personal factors found that the different on gender have no different on the readiness of participation at a significant level. Moreover, the different in terms of age, level of education, income, duration of stay and the number of family members have the different on the readiness of participation for community development of local residence to become a cultural attraction at a significant level.

Keywords: Participation, Developing, Cultural tourism

1. บทนำ

ชุมชนไท-ยวน ก่อนปีพ.ศ. 2347 คนไทเชื้อสายไท-ยวน คนเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองในชื่อ “โยนกเชียงแสนนคร” มีบ้านเรือนอยู่ในเมืองเชียงแสน ต่อมาในปี พ.ศ. 2347 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โปรดเกล้าฯ ให้กองทัพเมืองหลวง นำน ลำปาง เชียงใหม่ และเวียงจันทน์ ขับไล่พม่าออกไปจากเมืองเชียงแสน และทำลายเมืองเชียงแสนทิ้ง และได้โปรดเกล้าฯ ให้เคลื่อนย้ายชาวเชียงแสนทั้งหมด โดยแบ่งให้

กองทัพทั้งห้านำไปไว้ ณ เมืองดังกล่าว ในส่วนที่ติดตามกองทัพหลวงลงมากรุงเทพฯ ขณะที่ผ่านลุ่มแม่น้ำป่าสัก พี่น้องไท-ยวน ส่วนหนึ่งขอตั้งบ้านเรือนทำกินอยู่ ณ ที่นั้น ส่วนที่เหลือเดินทางมาพำนักชั่วคราวที่กรุงเทพฯระยะหนึ่ง บริเวณบางขุนพรหม จากนั้นได้โปรดเกล้าฯ ให้เคลื่อนย้ายมาตั้งหลักแหล่งอยู่ที่ราชบุรี

ผลการศึกษา ประวัติศาสตร์ ชุมชนหนองแขม ผู้วิจัยได้เสนอแนะ ในการรักษาอาคารสถานที่ ควรให้ คณะกรรมการในการจัดการพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญการ

ปรับปรุงทัศนทัศน์สำหรับการพัฒนา เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศในลำดับต้นๆ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจหลายประการ ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นภาคเดียวที่ยังมีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนและมาเลเซีย ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนธันวาคม 2557 มีจำนวน 2,841,333 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 ถือว่าเป็นการส่งสัญญาณการเริ่มต้นที่ดีของการท่องเที่ยวไทย(<http://www.apecthai.org/index.php/7> เมษายน 2559)

ปี 2562 คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาอันดับ 1 ใน 4 ของประเทศที่สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว สูงสุดของโลก โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 โดยเป็นรายได้ที่เกิดจาก ตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 (สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.))เพื่อดึงนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและการรักษาสัดส่วนรายได้จากตลาดในประเทศต่อรายได้การท่องเที่ยวรวมให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 33 เพื่อกระจายความเสี่ยงที่ไม่ต้องพึ่งรายได้จากตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักเท่านั้น ขณะเดียวกันการขยายตัวของไทยเที่ยวไทยในปี 2560 มีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง จากนโยบายสนับสนุนของรัฐบาลที่มาตรการส่งเสริมให้คนไทยมีการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยโดยตรงและเพิ่มกำลังซื้อให้ประชาชน นอกจากนี้ นโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ที่รัฐบาลผลักดันให้สร้างความเข้มแข็งจากภายใน ซึ่งการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถทำให้บรรลุเป้าประสงค์ของรัฐบาลได้ รวมถึงการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมที่อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว

เที่ยวมากขึ้น (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2559)

รวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่น ย่อมมีสิทธิในการอนุรักษ์จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ มีส่วนร่วมในการจัดการ บำรุงรักษาไว้ซึ่งประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น ตามกฎหมายพร้อมทั้งยังระบุให้บุคคลมีสิทธิได้รับข้อมูลเหตุผลจากหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐส่วนท้องถิ่น ก่อนที่จะดำเนินกิจกรรมใดๆ ที่อาจมีผลต่อสภาพแวดล้อม ส่วนได้ส่วนเสียสำคัญอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับคนชุมชนในท้องถิ่น ตามกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่กฎหมายบัญญัติไว้ ประชาชนจึงมีส่วนร่วมในการพิจารณาพัฒนา เพื่อสืบสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์รูปแบบการมีส่วนร่วม (ศุภราภรณ์ ธรรมชาติ,(2541)[6] ได้แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่มีต่อสังคม
การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

การมีส่วนร่วมจึงจำเป็นต้องสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมของชุมชน ท้องถิ่น เพื่อบ่งบอกถึงลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนที่แตกต่างกันในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการมีส่วนร่วมออกเป็น 5 รูปแบบประกอบด้วย

การวางแผนและตัดสินใจ
การเสียสละ
การได้เสียผลประโยชน์
การแก้ปัญหา
การปฏิบัติการ

การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา,(2542)[7]เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกของชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมเท่าเทียม

กัน ในการรับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยว โดยกระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าร่วมในแผนการพัฒนา การเรียนรู้ การตัดสินใจ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเจ้าหน้าที่ของรัฐต้องรับฟังความคิดเห็น ปัญหา ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ในฐานะเจ้าของกิจการตามวัตถุประสงค์ของชุมชนนั้นๆ

การกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางสังคมเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมจะต้องเข้าใจวิถีชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติ การพัฒนา โดยเน้นสิ่งเร้าที่เหมาะสมเพื่อให้สมาชิกของชุมชนเข้าร่วมโดยสมัครใจ(Parson,1951)[8] การกระทำใดๆของมนุษย์ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของแต่ละคน ระบบวัฒนธรรมและสังคมที่บุคคลเหล่านั้นเป็นสมาชิกอยู่ วัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดความคิด ความเชื่อ ความสนใจ ค่านิยม ซึ่งมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อพัฒนาชุมชนของตนเองให้เป็นไปตามกิจกรรมที่กำหนดไว้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ภัทรา แจ่มใจเจริญ 2559) [9] การเปลี่ยนแปลงในการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นหลังจากมีการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน การศึกษาพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนนั้น เป็นกระบวนการที่มีความเป็นพลวัต มีการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถในการจัดการอันเป็นผลมาจากผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวกว่า 60 ปี ส่งผลให้เกิดความ (2) เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะสำคัญ 3 ประการ อันได้แก่ 1) การขยายการรับรู้คุณค่ามรดกวัฒนธรรมใน ชุมชน 2) การสร้างระบบในการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมโดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง 3) การเปลี่ยนผ่าน จากการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมหาชน (Mass Tourism) สู่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ส่วนที่สองเป็นการประเมินประสิทธิผลการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมจากกระบวนการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว องค์ความรู้เรื่องวัฒนธรรมของชุมชน ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วยความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทการท่องเที่ยว องค์ความรู้เรื่องวัฒนธรรมของชุมชน ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า(rating scale) 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด รวม 16 ข้อ มีความเที่ยง 0.8996

ตอนที่ 3 ความสำคัญของผู้มีส่วนสนับสนุนในการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไทย-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของผู้ที่มีส่วนสนับสนุนในการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไทย-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้แก่นักการเมืองท้องถิ่นข้าราชการในพื้นที่ วัดในชุมชน โรงเรียนในชุมชนสมาคมต่างๆและสถานประกอบการในชุมชน โดยมีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า(rating scale) 5ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุดรวมจำนวน 6 ข้อ มีความเที่ยง 0.8731

ตอนที่ 4 ความพร้อมของประชาชนในชุมชนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไทย-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความพร้อมในการให้ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วยการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจในการเสียสละในการได้เสียผลประโยชน์ ในการแก้ปัญหาในการปฏิบัติการโดยมีข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับคือมากที่สุดมาก

ปานกลางน้อยน้อยที่สุดเรื่องจำนวน 17 ข้อมีความ
เที่ยง 0.7004

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม
กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนที่พักอาศัยในชุมชน
วัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จัง
หวังราชบุรีการหากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้
ค้นแรกจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนวัฒนธรรม
ไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
โดยใช้สูตรในการหาตัวอย่างของ Taro Yamame คิริ
ลักษณ์ สุวรรณวงศ์.(2538)[10]ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
ในการศึกษาครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่ม
ตัวอย่างง่าย Simple random sampling) ผู้วิจัย
ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่สองผลการวิเคราะห์ความพร้อมของ
ประชาชนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรม
ไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม
แบ่งออกเป็นห้าลักษณะคือในการปฏิบัติการในการ
วางแผนและตัดสินใจในการเสียสละในการแก้ปัญหา
และการได้เสียผลประโยชน์ภาพรวมความต้องการของ
ประชาชนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรม
ไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

เชิงวัฒนธรรม ถึงแม้วัฒนธรรม วิถีแบบ
ดั้งเดิมจะเลือนหายไปกับกาลเวลา แต่ส่วนที่คงเหลือ
อยู่ น่าจะพัฒนาให้บุคคลรุ่นหลังได้เห็นอดีตความ
เจริญและวัฒนธรรมเก่าแก่ของชุมชนด้วยการพัฒนา
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีประชาชนใน
ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการผู้วิจัยจึงสนใจในการ
ศึกษาเรื่องวิจัย “ ศึกษาความพร้อมของประชาชนใน
การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน
หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม” ซึ่งสอดคล้องกับ
นโยบายของกรุงเทพมหานคร (หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์
2559)[2] กรุงเทพมหานครมีนโยบายส่งเสริม 12

ชุมชนทั่วกรุงเทพฯให้เป็นแหล่งบุกเบิกเพื่อพัฒนาเป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน การศึกษา
ครั้งนี้เพื่อให้ภาครัฐเห็นความสำคัญในการสนับสนุน
ประชาชนเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนอง
ปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีเจริญเป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์จะศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของประชาชน
ในการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ
อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม

2. เพื่อศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ
และบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของประชาชนในการ
พัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ
อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม

3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของ
ผู้สนับสนุนในการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ฤดี หลิมไพโรจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว
(2555ก) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม จำนวน 403 คน ผลการวิจัยพบว่า ความ
พึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อ
การกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยา
มากที่สุดด้วย ตามด้วยความพึงพอใจต่อการจัดการสิ่ง
แวดล้อม ภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์
ด้านความปลอดภัย และภาพลักษณ์ด้านของที่ระลึก

ฤดี หลิมไพจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2555ข) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของภาพลักษณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 392 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด ตามด้วยความพึงพอใจด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว

ศรชัย ไทรชมพู (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน วิถีชีวิตวัฒนธรรมไทยและมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้ศึกษาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมไทยและมอญในพื้นที่ศึกษามีศักยภาพทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์มีความเก่าแก่ ด้านธรรมชาติมีเอกลักษณ์ดึงดูดใจ และเหมาะสมกับการจัดกิจกรรมเหล่านี้นี้มากที่สุด สามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวทางจักรยานได้อย่างเหมาะสมกับพื้นที่มาก เนื่องจากมีความร่มรื่น มีวัฒนธรรมของท้องถิ่นและมีจุดบริการที่แวะพัก ป้ายบอกทาง ทั้งนี้ ในส่วนองค์กรบริหารส่วนตำบล อำเภอ และจังหวัด ควรให้การสนับสนุนชมรมจักรยานในท้องถิ่น 32 และสนับสนุนเรื่องเส้นทางจักรยาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังขาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วัฒนธรรม

ไทยและมอญให้คนรุ่นหลังต่อไปได้ศึกษา

จากเอกสารแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง มีปัจจัยหลายอย่างที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่แนวทางการวางแผน การท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในมิติของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษาทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น

พูนทรัพย์ สวนเมือง ตูลาพันธ์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่าชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมาเนื่องจากชุมชนเชื่อว่า การท่องเที่ยวที่ผ่านมาทำลายความเข้มแข็งและวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้รัฐยังเข้ามามีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวแทนประชาชนชุมชนโดยส่วนใหญ่ ไม่รู้จักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแต่ก็คาดหวังการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนจะช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ถ้าชุมชนจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง วัตถุประสงค์อันดับแรกที่ชุมชน ต้องการคือ การสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน อันดับที่สองคือ การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นส่วนการเผยแพร่ของดีของชุมชนและการศึกษาร่วมกันของชุมชน เป้าหมายกับนักท่องเที่ยวเป็นวัตถุประสงค์



ภาพที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาลากลางน้ำ วัดหนองปลาหมอ



ภาพที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งน้ำเขาชะงุ้ม



ภาพที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไร่นาสวนผสมตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9



ภาพที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไร่นาสวนผสมตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9



ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประวัติชุมชน และการจัดการธุรกิจของประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีภาพรวมความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประวัติชุมชน และการจัดการธุรกิจของประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน จังหวัดราชบุรีอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของผู้ที่มีส่วนร่วมในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาพรวมความสำคัญของผู้ที่มีส่วนสนับสนุนในการพัฒนาชุมชนหนองแขมให้เป็แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ โรงเรียนในชุมชน วัดในชุมชน นักการเมืองท้องถิ่น

ถิ่น ชำราชากรในพื้นที่ สมาคมต่างๆ และสถานประกอบการในชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความพร้อมของประชาชนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ประชาชนในชุมชน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีที่มีเพศต่างกันมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 5 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการเสียสละ การได้เสียผลประโยชน์ การแก้ปัญหา และการปฏิบัติการ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ประชาชนในชุมชน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีที่มีอายุต่างกัน มีความพร้อมในการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกัน 4 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การเสียสละ การได้เสียผลประโยชน์ การปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ส่วนด้านในการแก้ปัญหา พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีที่จบการศึกษาต่างกัน มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 5 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การเสียสละ การได้เสียผลประโยชน์ การแก้ปัญหา และการปฏิบัติการ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในชุมชน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชน

วัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกัน 3 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการเสียสละ ได้เสียผลประโยชน์ และการแก้ปัญหา อย่างมีนัยสำคัญของสถิติมีระดับ .05 สำหรับการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การปฏิบัติการ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในชุมชน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีที่มีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีต่างกัน มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันทั้ง 5 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การเสียสละ การได้เสียผลประโยชน์ การแก้ปัญหา และการปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประชาชนในชุมชน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีที่มีสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกัน 3 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การแก้ปัญหา และการปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการส่วนร่วมในการเสียสละ และการได้เสียผลประโยชน์ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ความพร้อมของประชาชนในการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมในด้านการวางแผนและการตัดสินใจ การเสียสละ การได้เสียผลประโยชน์ การแก้ปัญหา การปฏิบัติการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชน นเรศ สงเคราะห์ : (2541)[11] ได้ให้

ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชนว่ามีลักษณะเป็นกระบวนการของการพัฒนา ตั้งแต่ต้นจนจบสิ้นสุด กระบวนการประกอบด้วย การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน การบริหารงาน การติดตามและประเมินผล ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นให้กับชุมชน การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจึงเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีบทบาทเพื่อการร่วมตัดสินใจ กำหนดความต้องการของตนเอง ในการใช้ทรัพยากรของชุมชน เรียกว่าความพร้อมของประชาชนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชน พร้อมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ กิตยบุตร : (2559)[12] ได้ทำการวิจัยและพัฒนาชุมชนไทลื้อ อำเภอสะเทิง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ผู้แทนชุมชนและสมาชิกชุมชนต่างมีจิตสำนึกร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน มีการร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีการวางแผน มีการวิเคราะห์ ควบคุม แก้ไขปัญหาาร่วมกัน ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประวัติของชุมชน และการจัดการธุรกิจของประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประวัติของชุมชน และการจัดการธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ ทวีวงศ์ : (2551)[13] สำนวณศักยภาพของคนท้องถิ่นไชยา จ.สุราษฎร์ธานี ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประชาชน ด้านความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย จ.สุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง พร้อมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิคม วงศ์นันตา : (2548)[14] ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านแม่สาใหม่ ตำบลโป่งแพ่ง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีศักยภาพในการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้

ความสำคัญต่อหน่วยงานที่มีส่วนสนับสนุนให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ โรงเรียนในชุมชน วัดในชุมชน นักการเมืองท้องถิ่น สมาคมต่างๆ และสถานประกอบการภายในชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการวิจัยของ ธิษณูชา ปานศิริ : (2552)[15] ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมือง จ.เพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า การสนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาครัฐ จากบุคคลหน่วยงานเอกชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง

จากการเปรียบเทียบความพร้อมของประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนเพศชาย และเพศหญิง มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบันมีการยอมรับว่าเพศหญิงและเพศชายต่างมีความสามารถในการพัฒนาช่วยเหลือชุมชนและสังคมเท่าเทียมกัน

ประชาชนที่มีอายุ 21-25 ปี มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้า ประชาชนที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี มีโอกาสได้ศึกษาข้อมูลจากสารสนเทศต่างๆ จึงมีความพร้อมที่จะนำข้อมูลที่ได้นำใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนประชาชนที่มีอายุระหว่าง 31-35ปี มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมในการเสียสละเนื่องจากช่วงอายุดังกล่าวเป็นช่วงอายุกำลังทำงานมีเหตุมีผลเข้าใจในความเสียสละเพื่อชุมชนประชาชนที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีความเข้าใจในการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องด้วยช่วงอายุดังกล่าวอยู่ในวัยที่กำลังร่างกายที่แข็งแรงมีประสบการณ์

พร้อมทั้งต้องการให้ตนเองมีความสำคัญและมองเห็นอนาคตในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเนื่องจากการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างงานและการกระจายรายได้เสริมสร้างความมั่นคงความปลอดภัยต่อพื้นที่ที่มีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว วรรณภา วงษ์วานิช(2556)[16]

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปวช. ม.6 ปวส. อนุปริญญา ปริญญาตรี มีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มากกว่าประชาชนที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงย่อมมองเห็นความเจริญเติบโตของชุมชนทำให้สภาพเศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้นในภาพรวม

ประชาชนมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความพร้อมในการพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนริมคลองภาษีเจริญให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สูงกว่าประชาชนที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ต่อเดือน เนื่องจากประชาชนที่มีรายได้น้อยมีความคาดหวังเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตเมื่อชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เป็นการเพิ่มรายได้ของตนเองและครอบครัว

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน 12-16 ปี มีความพร้อมในการพัฒนาชุมชนหนองแขมริมคลองภาษีเจริญมากกว่า ผู้ที่มีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวน 2-6 ปี, 7-11 ปี และ 17 ปีขึ้นไป 4 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การเสียสละ การได้เสียผลประโยชน์ และการปฏิบัติ การด้วยผู้ที่อาศัยในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนระหว่าง 12-16 ปี มีความมั่นใจที่จะอาศัยอยู่ในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนตลอดไป จึงพร้อมที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อความคล่องตัวทางเศรษฐกิจความมั่นคงของครอบครัวและนำความเจริญมาสู่ชุมชน

ประชาชนที่จำนวนสมาชิกในครอบครัวแตก

ต่างกันมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การแก้ปัญหา และการปฏิบัติการ แตกต่างกัน เนื่องจากประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คนขึ้นไป ทำให้ต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ดูแลครอบครัวอาจจะช่วยเหลือการพัฒนาชุมชนใน 3 ด้านดังกล่าวไม่เต็มที่ ส่วนความพร้อมในการมีส่วนร่วมในการเสียสละ และการได้เสียผลประโยชน์ ไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากการมีส่วนร่วมทั้ง 2 ด้าน ไม่จำเป็นต้องใช้เวลาและกำลังกายเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ประชาชนในชุมชนจะมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหลายรูปแบบที่ก่อให้เกิดผลกระทบแตกต่างกัน ประกายรัตน์ สุขุมลชาติ และคณะ (2559)[17] ทฤษฎีแลกเปลี่ยน อธิบายว่าการที่ประชาชนในชุมชนยินดี มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับผลต่างระหว่างผลประโยชน์ ทั้งของตนเอง ชุมชน ที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในกิจกรรมดังกล่าว

ผลจากการศึกษาที่ได้รับ ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงความพร้อมของประชาชนในชุมชน หนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยภาพรวมประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดการธุรกิจ และพร้อมให้ความร่วมมือเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในทุกด้าน ส่วนความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประชาชนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย จึงต้องมีการวางแผนเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนให้กับประชาชนได้รับทราบและเกิดความหวงแหนทรัพยากรอันมีคุณค่าของชุมชนเพื่อสนับสนุนให้ชุมชนหนองปลาหมอ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไปต่อไป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรต่างๆ ในชุมชนหนองปลาหมอ ควรส่งเสริมให้การสนับสนุนเพื่อให้ประชาชนในชุมชนวัฒนธรรมไท-ยวนมีแรงขับเคลื่อนในทุกๆด้านเพื่อให้ชุมชนหนองปลาหมอ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามนโยบายของภาครัฐต่อไป

2. ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนควรวางแผนให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนหนองปลาหมอ อย่างมีระบบ เพื่อให้

ประชาชนในชุมชนมีองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมบูรณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับจุดอ่อน จุดแข็ง ของชุมชนหนองปลาหมอ เกี่ยวกับการเสริมสร้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

2. ควรศึกษารูปแบบของกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเข้าสู่ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] เจ้าพระยาทิพากรวงศ์.2495.พระราชพงศาวดารรัชกาลที่ 4 เล่ม 2 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา
- [2] หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์.2553.นโยบายกรุงเทพมหานครส่งเสริม 12 ชุมชนทั่วกรุงเทพบุกเบิกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : บริษัทสารสู่อานาคตจำกัด.
- [3] อนุพงษ์ อินฟ้าแสง .2548 ศึกษาประวัติศาสตร์ ชุมชน “ชุมชนหนองแขม” “ทุนวิจัยมหาวิทยาลัยธนบุรี” : มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- [4] สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ.2501 เรื่อง การเสด็จประพาสต้นในรัชกาลที่ 5 พิมพ์เป็นอนุสรณ์ในงาน พระราชทานเพลิงศพ นาวาตรี หม่อม ศิริวงศ์ วรรัตน์ กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รุ่งเรืองธรรม
- [5] สภาร่างรัฐธรรมนูญ.2540. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย คณะกรรมาธิการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รัฐสภา
- [6] ศุภราภรณ์ ธรรมชาติ . 2541. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งกรณีศึกษาอำเภอละงู จังหวัดสตูลวิทยานิพนธ์ คณะวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม : มหาวิทยาลัยมหิดล
- [7] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา . 2542.การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คณะมนุษยศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [8] Parson. 1951 Toward General Theory of Action. New York : Harvard University Press.
- [9] ภัทรา แจ่มใจเจริญ.2559 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา ชุมชนโอหังมาจิ หมู่บ้านขิราคว่าโก จังหวัดกิฬุ ประเทศญี่ปุ่น
- [10] ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์.2538. วิธีการสุ่มตัวอย่าง.กรุงเทพ.โอเดียนสโตร์
- [11] นเรศ สงเคราะห์.2541. จากแนวคิดสู่การปฏิบัติการการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมบนพื้นที่สูง เชียงใหม่:สำนักพิมพ์เชียงใหม่
- [12] วิไลลักษณ์ กิตติบุตร.2550. การพัฒนาชุมชนไทลื้ออำเภอดอยสะเก็ดจังหวัดเชียงใหม่ คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์:มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

- [13] พรทิพย์ ทวีวงศ์.การสำรวจศักยภาพของท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย คณะวิทยาการจัดการ :มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- [14] นิคม วงษนันตา.2548. สภาพของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนแม่สาใหม่ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
- [15] อธิษฐา ปานศิริ. 2551. ชนในการพัฒนาเทศบาลเมืองจังหวัดเพชรบุรี วิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร :วารสารวิชาการสังคมปริทัศน์.
- [16] วรรณ วรชวานิช.2546. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- [17] ประกายรัตน์สุขุมลชาติและคณะ.2529. การศึกษาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรใต้ทะเลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต. : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์และสิ่งแวดล้อม : มหาวิทยาลัยมหิดล

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชน กิจกรรมธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา
THE FORM OF ECO-TOURISM BY LOCAL COMMUNITY, AN ORDINARY CONSUMES BUT
DISTINGUISHES

สุชาติ อินกล้า
Suchart Inklam

สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง จังหวัดตรัง

Hospitality and Tourism Collage
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SRIVIJAYA TRANG CAMPUS

Abstract

The Form of Eco-Tourism by local community, an ordinary consumes but distinguishes. This article had been purposed to learn the potentiality of the local community regarding to the management of sustainable tourism by applying qualitative research, including the document investigation, the interviewing of those stakeholders to the tourism management in the areas for 30 people who had been participated. Those analysis results indicated as following; 1. The local community has an uncommon ability to operate the tourism projects. 2. Should have to organize the tourism plans of those areas to gain some further supports. 3. There are the forms of eco-tourisms, natural resources and environment as following; sea grass plantation, nature study, mangrove canoeing, beach detective, morning foggy and marine life's learning. Professional group as following; beach fishing, crab nets, fish nets, soft shell crabs, cage farming, fish sauce, seafood processing, cultural activities, Rong-Ngang folk dance, to be supported by the government units in order to learn and visits.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน โดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 30๐ คน ร่วมกับการสังเกตการณ์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่ม พบว่า 1) ชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว โดยมีความพร้อมในการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ มีแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และมีบริการบ้านพักโฮมสเตย์ 2) ควรเร่งจัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งมีส่วนช่วยในการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น 3 มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกป่าชายเลนปลูกหญ้าทะเล กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ เช่น ล่องเรือพายชมป่าชายเลน นักสืบชายหาด ชมทะเลหมอกยามเช้าและศึกษาชีวิตสัตว์ทะเล กิจกรรมกลุ่มอาชีพ เช่น ประมงชายหาด อวนปู

อวนปลา การเลี้ยงปูน้ำจืด การเลี้ยงปลาในกระชัง การทำน้ำปลา การแปรรูปอาหารทะเล กิจกรรมด้านวัฒนธรรม การรื้อฟื้นพื้นที่บ้านโดยในปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ในการเป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาดูงาน

ความสำคัญของปัญหา

จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ (UNWTO) พบว่า ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวน 1,087 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 1,035 ล้านคน ในปี 2555 ร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนจะขยายตัวมากที่สุดและส่งผลกระทบต่ออัตราการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวโลก และหากนับจากปี 2548 เป็นต้นมา ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงที่สุดถึงร้อยละ 6.2 ทั้งนี้ UNWTO คาดการณ์ว่า ในปีค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปีและคาดการณ์ว่า ในปีค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวน นักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาค ที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วย รักษา เสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World

Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและ การท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ

จังหวัดตรัง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นน่าสนใจหลายอย่าง ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อีกทั้งมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก สภาพภูมิประเทศที่สวยงามเอื้อต่อการท่องเที่ยวจึงมีการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาโดยตลอด มีการปรับปรุงเส้นทางเพื่อการคมนาคมที่สะดวก มีการประชาสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยว และส่งผลให้เกิดการลงทุนเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น และที่สำคัญ จังหวัดตรังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภูมิประเทศของชุมชนหยงสตาร์ มีส่วนสำคัญต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ และขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนนิสัยใจคอ เพราะพื้นที่ของต้นหยงสตาร์ มีลักษณะเป็นแหลมยื่นลงสู่ทะเลอันดามันโดยมีแหลมหยงสตาร์อยู่ตรงปลายสุด ชุมชนบ้านหยงสตาร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวิถีชีวิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเนื่องจากสภาพโครงสร้างของพื้นที่ที่โดดเด่นเกิดความหลากหลายทางชีวภาพค่อนข้างสูง อีกทั้งการเข้าชุมชนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เองที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเข้าไปใช้บริการ

จึงจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ เพื่อการจัดการให้สอดคล้องกับการอนุรักษ์ ทั้งนี้เพื่อรักษาสภาพธรรมชาติให้คงสภาพเดิมมากที่สุดและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดตรังที่มีการกำหนดยุทธศาสตร์ไว้คือ สวรรค์แห่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พัฒนาการเกษตรสู่สากล มีเป้าประสงค์ที่เพิ่มผลผลิตทางการเกษตร สร้างโอกาสให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งทุน การเพิ่มรายได้จากหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่ได้มาตรฐาน และเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยจึงตระหนักว่าจะมีแนวทางอย่างไรบ้างจะทำให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดความยั่งยืนและกระตุ้นให้สถานประกอบการด้านท่องเที่ยวในท้องถิ่นตระหนักถึงแนวคิดในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งสถานประกอบการจะได้รับการส่งเสริมให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นโดยหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในเขตพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในภูมิภาคภาคใต้

โดยทุกคนในชุมชนมีความตระหนัก เห็นคุณค่าและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่นของตน

ปัญหาวิจัย

รูปแบบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนกรณีศึกษาชุมชนหอยสตาร์ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ต้องดำเนินการอย่างไร

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนในการจัดการรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งคำถามที่ใช้ได้ผ่านการวิเคราะห์และตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญก่อนลงพื้นที่สัมภาษณ์จริง และใช้การสังเกตการณ์ควบคู่ด้วยพื้นที่ใช้ในการศึกษา คือ ชุมชนหอยสตาร์ โดยขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ชุมชนหอยสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักชุมชน ประเภทของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่ 2 ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ประกอบด้วย ประชาชน หน่วยงานราชการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และประวัติความเป็นมาของชุมชน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า ในการลงพื้นที่ที่จะสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยสัมภาษณ์แต่ละกลุ่มเพื่อนำไปสู่ประเด็นที่ต้องการศึกษา

2.2 การสังเกต ใช้ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้ควบคู่การสัมภาษณ์ด้วย

2.3 การบันทึกภาพ และเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ และระหว่างการสังเกตเพื่อนำมาประกอบการการเขียนงานวิจัย

3. การเก็บข้อมูล ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ดังนี้

3.1 ศึกษาสภาพการณ์ในปัจจุบัน ข้อ
จำกัด ปัญหา อุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยการลงพื้นที่เข้าไปสังเกต
สัมภาษณ์กลุ่มสมาชิกที่ดูแลโฮมสเตย์ ผู้นำชุมชน
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหอยสตาร์ และผู้
ประกอบการในชุมชน

3.2 ลงพื้นที่สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ
ในประเด็นคำถามเกี่ยวกับ จุดเด่น ปัญหา ข้อจำกัด
และแนวทางที่จะจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดย
ชุมชน สัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยว ในประเด็นด้าน
สถานการณ์การท่องเที่ยว ศักยภาพรูปแบบกิจกรรม
และทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน การจัดการการ
ท่องเที่ยวของชุมชน และสัมภาษณ์นักวิชาการ ใน
ประเด็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการทำงานท่องเที่ยว
ในชุมชน และแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนให้ยั่งยืน

3.3 สรุปแนวทางการจัดการรูปแบบการ
ท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืนจากการสังเกตในชุมชนจาก
ค้นหาข้อมูล และจากการลงพื้นที่

3.4 ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่ยัง
ไม่ครบถ้วน สรุปผล หลังจากนั้นประเมินข้อมูลที่ได้
จากการเก็บข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำ
ไปสู่การสร้างข้อสรุปสำหรับการเขียนรายงาน
วิจัยต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล เชิงคุณภาพที่ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
การสังเกต ภาพถ่ายนำข้อมูลที่นำมาจัดหมวดหมู่ให้
ตรงประเด็นในการศึกษา

4.2 ตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้อง และ
ตีความข้อมูลให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ศึกษา

4.3 นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ และนำ
มาตรวจสอบข้อมูล เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการ

จัดการรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้การวิเคราะห์
ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
มาวิเคราะห์หาประเด็นที่คล้ายคลึงกัน และทิศทาง
เดียวกัน แล้วนำมาจัดเข้ากลุ่ม และเขียนข้อมูลเป็น
ข้อความเชิงบรรยายจัดทำข้อสรุปในแต่ละประเด็นให้
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพของชุมชนในการ
จัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชน

1.1 ศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว
สรุปได้ดังนี้ 1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์ ได้แก่ ศาลาหนังสือ ครูบำรุง ใจสมุทร
หรือหอสมุดมูลนิธิล่วงต่างใจราษฎร์ หลวงสมุทรโยธี
บรรพบุรุษใจสมุทร ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 บ้านหอยสตาร์ ตำบล
ท่าข้าม อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง มีจุดประสงค์เพื่อ
ใช้เป็นที่เก็บรวบรวมความเป็นมาของวงศ์ตระกูล และ
ยังเป็นที่รวมญาติตระกูลใจสมุทร ในทุก ๆ ปี

1.2 ศักยภาพด้านการบริการการท่องเที่ยว
บ้านพักโฮมสเตย์มีพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวที่
เดินทางเข้ามา มีบ้านพักพร้อมให้บริการจำนวน 3 หลัง
สามารถรองรับผู้เข้าพักได้ถึง 100 คน และยังได้รับ
มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยที่จะสร้างความมั่นใจให้นัก
ท่องเที่ยวได้ เจ้าของบ้านแต่ละหลังมีอัธยาศัยไมตรีที่
ดี สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว และใช้หลัก
เกณฑ์บ้านพักที่มีส้วม 1 ห้องนอน ต่อนักท่องเที่ยว 4
คน โดยมีการจัดลำดับในการเข้าพักของบ้านที่เป็นโฮม
สเตย์ จัดตามคิวของกลุ่มที่กำหนดไว้ มีการรับสมัคร
สมาชิกใหม่ที่เข้ากลุ่มโฮมสเตย์ โดยการยื่นใบสมัคร
และมีการพิจารณาคัดเลือกโดยคณะกรรมการกลุ่ม
โฮมสเตย์ ตามระเบียบที่ได้กำหนดไว้ โดยสมาชิกแรก
เข้าที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการแล้วผ่านต้อง
มีการระดมทุนโดยต้องจ่ายค่าสมัครแก่กลุ่มโฮมสเตย์
200 บาท ต่อ 1 ครอบครัว เพื่อใช้ในการบริหาร

1.3 ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ การ

บริหารจัดการของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการทำงานมีความเป็นระเบียบในการจัดเก็บเอกสารที่สามารถตรวจสอบได้ และการเวียนการเข้าพักของแต่ละบ้านเพื่อให้รายได้ที่เท่าเทียมกันปัญหาในการทำงานของกลุ่มโฮมสเตย์ การให้คำปรึกษาจากผู้นำชุมชน และการพูดคุยกัน ทำให้การทำงานมีช่องว่างในการทำงาน บางครั้งก็เกิดความเข้าใจกันของงาน ในการบริหารจัดการของร้านค้าชุมชน ร้านค้าแต่ละร้านมีศักยภาพของตนเองอยู่แล้ว และมีผู้ดูแล การขอความร่วมมือก็ไม่มีปัญหาแต่ปัญหาในการบริการจัดการร้านค้าจะเป็นเรื่องการทำการตลาดมากกว่า ที่ยังขาดการพูดคุยทำความเข้าใจเพื่อที่จะหาแนวทางในการทำตลาดเพื่อให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นกว่าปัจจุบัน

1.4 ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ชุมชนหอยสตาร์มีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ในชุมชน กิจกรรมการเดินป่าชายเลน ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกกิจกรรมได้ตามความสนใจ ประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติ แต่ไม่ธรรมชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ มาเพื่อการศึกษาดูงานและการเรียนรู้

1. เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ชมความหลากหลายทางธรรมชาติในป่าชายเลน การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ล่องเรือชมทัศนียภาพ การส่องสัตว์/ดูนก การถ่ายรูป บันทึกภาพ/เสียง ชมทิวทัศน์ พักผ่อน

ปิกนิก ชื้อของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง

2. กิจกรรมท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ชากเรือโบราณ ด้านศุลกากรเก่า โรงเก็บน้ำมันโบราณ บ้านโบราณ ถ้วยชามโบราณ กระโຈมไฟ สมัยรัชกาลที่ 6 โรงพระ 108-109

3. กิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจที่ได้รับความนิยมในชุมชน ได้แก่ กิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกป่าชายเลนปลูกหญ้าทะเล กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ เช่น การล่องเรือพายชมป่าชายเลน กิจกรรมนักสืบชายหาด กิจกรรมชมทะเลหมอกยามเช้าและศึกษาชีวิตสัตว์ทะเล กิจกรรมการเรียนรู้กลุ่มอาชีพ เช่น ประมงชายหาด อวนปู อวนปลา การเลี้ยงปูน้ำจืด การเลี้ยงปลาในกระชัง การทำน้ำปลา การแปรรูปอาหารทะเล กิจกรรมด้านวัฒนธรรม การรำรองเง็งพื้นบ้าน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนหอยสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง

1. ศาลาหนังสือ ครูบำรุง ใจสมุทร หรือหอสมุดมูลนิธิล่วงต่างใจราษฎร์ หลวงสมุทรโยธีบรรพบุรุษใจสมุทร ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 บ้านหอยสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.14132214/99.6831638 มีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็นที่เกิดรวบรวมความเป็นมาของวงศ์ตระกูล และยังเป็นที่ยกย่องเชิดชูเกียรติตระกูลใจสมุทรในทุกๆปี ในศาลาหนังสือยังมุ่งเน้นหนังสือหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม



2. โรงมัน ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 บ้านหอยสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.13833471/99.68477178 เป็นที่เก็บน้ำมันก๊าด

เดิมเป็นของนายไคว้ เต็กฉ้วน ก่อสร้างตามแบบที่บริษัทน้ำมันในสิงคโปร์กำหนด ปัจจุบันตั้งอยู่ในที่ดินของเอกชน





3. ต้นพิกุลยักษ์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 ตำบลท่าข้าม
อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง อยู่ใกล้กับบ้านเลขที่

19/1 พิกัด 7.14392665/99.68512315 มีลักษณะ
ต้นใหญ่ ดอกโต มีอยู่ต้นเดียวในเกาะหยงสตาร์



4. วัดพิบูลเรือง ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 บ้านหงสตา ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด

7.14392665/99.68512315 สร้างก่อนปี พ.ศ. 2478



5. โรงพระขี้แย้ง ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 บ้านหงสตา ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด

7.14266748/99.68391079 ตั้งอยู่ใกล้กับวัดพิบูลเรือง



6. โรงพระร้อยแปด ร้อยเก้า ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตราง พิกัด 7.14185875/99.68401272
บ้านหงสตา ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัด



8. ด้านศุลกากรต้นหยงสตาร์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 บ้านหยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.12975821/99.69481029 อยู่ทางชายทะเล สุดถนนหลวงสายตรัง-หยงสตาร์ กม. ที่ 49.5 บริเวณหน้าที่ทำการด้านๆ เป็นชาวประมงซึ่งย้ายมาจากเกาะเหลาตรง หลังด้านมีทางแยกเข้าไปยังแปลงปลูกปาล์วยเลน คลองกูเรา บ่อกึ่ง ทุ่งนา และท่าเรือขนประดัดจิตภาษา ด้านศุลกากรต้นหยงสตาร์

เป็นด้านที่ประกาศไปทั่วโลกให้เป็นด้านเก็บภาษีสากลเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 มีผลกระทบทำให้การเดินเรือค้าขายต้องหยุดชะงักลงหลังจากนั้นงานเก็บภาษีอากรของด้านศุลกากรต้นหยงสตาร์ก็ซบเซาลงเรื่อยๆ ซึ่งต่อมาทางราชการต้องสั่งปิดทำการเป็นการชั่วคราวให้ไปขึ้นกับด้านศุลกากรกันตัง อำเภอกันตัง



9. หินหัวช้าง ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.13149049/99.66861717 เป็นหมู่ก้อนหินก้อนเล็กก้อนใหญ่ วางเรียงรายทับซ้อนกันเป็นบริเวณกว้าง อยู่ริมชายทะเล บางก้อนลักษณะตะคุ่มคล้ายหลังช้างหรือ หัวช้าง จึงเรียกบริเวณนี้ว่า หินหัวช้าง สมัยก่อนมีผู้นับถือว่า มีทวดศักดิ์สิทธิ์สถิตอยู่ตามหมู่หินนี้ เดี่ยว

นี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวชายทะเล ของบ้านหยงสตาร์อีกแห่งหนึ่ง อยู่ไม่ไกลจากแหลมหยงสตาร์มากนัก มีทางแยกจากถนนลาดยางบริเวณท่าเรือบ้านทุ่งรวงทอง เข้าไปประมาณ 800 เมตร ทะเลแถบนี้ มีกุ้ง หอย ปู ปลา ชุกชุมมาก โดยเฉพาะ หอยดีเตบ หอยแครง รสดีไม่มีที่ใดเทียบได้



10. ช้องกิ้ว ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.11701059/99.66903225 และ 7.11716496/99.6687315 เป็นควนสูงลาดต่ำลงไปทั้งสองข้าง ช้อง

กิ้วเป็นส่วนที่แคบที่สุดที่ยื่นออกไปของแหลมหยงสตาร์ มองเห็นทะเลทั้งสองด้าน ปัจจุบันถนนตัดผ่านบริเวณนี้ตรงสั้นเนิน หากใครผ่านมาถึงตรงนี้ ลองหยุดชมวิวที่นี้สักครู่ คงได้บรรยากาศอีกแบบหนึ่ง



11. ควนสูง ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.12476493/99.67584103 อยู่ติดถนนลาดยางทางไปแหลมหยงสตาร์ พื้นที่เป็นเนินสูง ซึ่งเมื่อมองจาก

ทะเล เป็นส่วนที่จะมองเห็นแหลมหยงสตาร์ชัดเจน แล้วจินตนาการเป็นผลมะปราง หรือเมล็ดมะปราง บริเวณนี้แต่ก่อนเป็นที่ปลูกพริกไทย เดียวนี้เปลี่ยนเป็นที่ปลูกยางพารา



12. ทำขุนดับจิต ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 บ้านหงสตา
และหมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอ

ปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.1237489/99.6757622
และ 7.13029749/99.69090667



13. กระโจมไฟ ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง
ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด

7.11471101/99.66754295



14. แหลมมะปริง ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.11445517/99.66897458 เป็นที่ดินของมูลนิธิ

หลวงต่างใจราษฎร์ หลวงสมุทรโยธี บรรพบุรุษใจสมุทร



15. จุดลมวิวแหลมมะปริง ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้าน
ทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง
พิกัด 7.11752261/99.66944966 เป็นที่ดินของ

มูลนิธิหลวงต่างใจราษฎร์ หลวงสมุทรโยธี บรรพบุรุษ
ใจสมุทร



16. แหลมหยงสตาร์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.11669553/99.66577873 สถานที่บริเวณแหลมหยงสตาร์ เป็นที่เกิด ของชื่อบ้านหยงสตาร์

17. อาคารแปรรูปสัตว์น้ำ ตั้งอยู่หมู่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด 7.11654848/99.666665648 เป็นอาคารที่

ก่อสร้างโดยความร่วมมือระหว่างรัฐบาลไทยและรัฐบาลฝรั่งเศส ในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ อาคารนี้มีจุดประสงค์เพื่อแปรรูปสัตว์น้ำแช่เย็นแช่แข็ง ของชาวประมงจับสัตว์น้ำมาได้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต แต่ปัจจุบันไม่ได้ดำเนินการแล้ว และเป็นที่เก็บของของ อ.บ.ต.ท่าข้าม และของชาวบ้านหมู่ที่ 4 บ้านทุ่งรวงทอง



18. ทวดโต๊ะแหลม ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านหยง
स्ता ตำบลท่าข้าม อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง พิกัด

ปกติริมน้ำบริเวณแหลมหยงสตาร์โดยทั่วไป
เป็นหาดหินบางแห่งมีหินก้อนใหญ่ ๆ วางกองทับซ้อน
กัน



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน
ควรมุ่งเป้าหมายไปที่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนใน
ชุมชน โดยการสร้างงานและรายได้ให้เกิดกับ
ประชาชนในชุมชน นอกเหนือจากแหล่งรายได้หลักที่
มีอยู่ โดยการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรม
เอกลักษณ์ให้เป็นจุดเด่นของชุมชน เช่น เน้นการท่องเที่ยว
ที่ผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
กิจกรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นการเป็นแหล่ง
รับประทานอาหารทะเล สด ใหม่

2. เน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและนำ
เสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย
ทางวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว ธรรมชาติที่บริสุทธิ์และ
ผู้คนที่เป็มิตรที่พร้อมให้บริการที่มีคุณภาพสูง
เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชน
แบบมีส่วนร่วม และที่พักแรม ที่เป็นมิตรต่อสิ่ง
แวดล้อม

3. มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว
มากมาย เช่น เกาะ ชายหาด ป่าชายเลน ป่าดิบชื้น
ภูเขา ชุมชน และเมืองที่มีชีวิตชีวา ซึ่งผู้มาเยือน
สามารถสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น
ที่แท้จริง

4. มีการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นพร้อมกับกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับร่วมกัน เพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ด้วยความร่วมมืออย่างพร้อมเพรียงกันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในหน่วยงานราชการ หน่วยงานท่องเที่ยวเอกชน ชุมชน

5. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับแนวหน้าในภาคใต้ของประเทศ ซึ่งเป็นจังหวัดที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ทั้งหมดบูรณาการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจเข้าไปในกิจกรรมท่องเที่ยว โดยการประยุกต์ใช้หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6. ควร จัดทำเส้นทางจักรยาน เส้นทางการเดินทางโดยรอบชุมชนมีความสะดวกสบายจึงเหมาะแก่การปั่นจักรยาน และสามารถแวะพักตามแหล่งท่องเที่ยวได้ และเพิ่มกิจกรรมของกลุ่ม โฮมสเตย์ให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น เช่น การให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำอาหารพื้นบ้าน การทำบุญใส่บาตรตอนเช้า เป็นต้น ดึงวิถีความเป็นชุมชนเกษตรกรรมออกมาให้เป็นจุดขาย ขยายกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นนอกจากกลุ่มที่เข้ามาศึกษาดูงาน

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ประเภทและรูปแบบของการท่องเที่ยว. สืบค้น 25 เมษายน 2560, จาก <https://manopas.com>.

กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ : แสงดาว.

จริญญา เจริญสุกใส. (2544). แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จิรัชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น : คลังน่านวิทยา.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. งานวิชาการคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). การวางแผนและการจัดนำเที่ยว. กรุงเทพฯ : บริษัท วิรัตน์เอ็ด ดูเคชั่นจำกัด.

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร. (2542). คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ : ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : บริษัทไฟว์เอนด์โพรฟรินด์จำกัด

มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). การจัดการการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ราณี อีสัยกุล. (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี : มปท.

วรรณา ศิลปอาชา. (2545). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วรรณา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ภาควิชาภูมิศาสตร์คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

สุวัฒน์ จูชากรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส. (2552). แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 2. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุชาติ อินกล้า ศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนหอยสตาร์ อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง 2553
สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). ความหมายของการท่องเที่ยว. สืบค้น 25 เมษายน 2560, จาก [https://
tourismatbuu.wordpress.com](https://tourismatbuu.wordpress.com).

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). ความหมายของนักท่องเที่ยว. สืบค้น 25 เมษายน 2561, จาก [http://www.
moe.go.th/](http://www.moe.go.th/)

Perreault, W. D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. (1979). A Psychological Classification of Vacation
Life-styles, **Journal of Leisure Research**. 9, p. 208-224.

Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experience, **Sociology**, 13, p. 179-201.

การศึกษาศูนย์คศึกษาบ้านตากกลาง ที่มีต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษา ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

STUDY OF THE IMPACTS OF ELEPHANT STUDY CENTER ON COMMUNITY STRENGTHS :
A CASE STUDY OF TAMBON KRA-PHO , THA TUM DISTRICT SURIN PROVINCE

วีรยา มีสวัสดิกุล¹ ศิวธิดา ภูมिवรรณนี² ศุภฤกษ์ ชงกรานต์ทอง³

Weeraya Meesawatdikul , Sivathida Phumiworrarnunee² Supharoek Chongkranthong

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของศูนย์คศึกษาบ้านตากกลาง ที่ส่งผลต่อความเป็นอยู่ของชุมชน โดยใช้องค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็งโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยวิธีการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของศูนย์คศึกษาบ้านตากกลาง เกี่ยวกับการจัดการของ ศูนย์คศึกษา ที่ส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของช้างสุรินทร์

จากการศึกษาพบว่าศูนย์คศึกษาบ้านตากกลาง มีส่วนสร้างเสริมความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่คนในท้องถิ่น อีกทั้งยังมีส่วนพัฒนาคุณภาพชีวิตของช้างสุรินทร์ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น ที่มีส่วนช่วยให้เกิดการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่น การจัดการศูนย์คศึกษาที่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคนในท้องถิ่นจะส่งผลเกี่ยวเนื่องมาสู่คุณภาพชีวิตของช้างสุรินทร์ด้วย

คำสำคัญ : การจัดการท่องเที่ยวชุมชน , การท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง

Abstract

This research aims to study the Implementation of Elephant Study Center Ban Ta Klang The effect of the community. Using strong community elements using data collection methods. By way of observation And depth interviews. Involvement in the operation of the center About the management of Education Center The result is a strong community. And the quality of life of the Surin Elephant The study found that the Center for Education. Strengthening the local people. Using tourism as a tool for local development. That contributes to job creation. In addition, the tourism industry has become an important source of income for the people in the tourism-related community, resulting in the conservation of local wisdom and culture. Management of the education center that results in local development will contribute to the quality of life of Surin elephants.

Keywords : Community Based Management , Elephant Village Tourism

บทนำ

ในอดีตช้างเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมือง และสร้างคุณประโยชน์ให้กับผืนแผ่นดินไทยมาเป็นเวลาช้านาน ดังจะเห็นได้จากการที่ ช้างเคยมีส่วนร่วมในการกอบกู้บ้านกู้เมือง สร้างอิสรภาพให้เกิดแก่แผ่นดินไทย ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ช้างยังเป็นสัตว์คู่บารมีกับพระมหากษัตริย์ไทย และมีคุณค่าต่อผืนแผ่นดินไทย ปัจจุบันถึงแม้ช้างจะถูกลดบทบาทจากงานด้านศึกสงคราม และงานด้านการใช้แรงงาน แต่ด้วยความฉลาด และแสนรู้ของช้างไทย ส่งผลให้มีการนำช้างออกแสดงโชว์ และใช้เพื่อประกอบการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากทุกภูมิภาคของประเทศไทย มีปางช้างให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้การการท่องเที่ยวของประเทศไทยก็ได้ใช้ช้างเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่งผลให้ช้างไทยได้รับความสนใจจากคนไทย และชาวต่างชาติ

จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการฝึกช้าง และการมีช้างเลี้ยง เป็นจำนวนมากที่สุดของประเทศไทย โดยเฉพาะที่บ้านตากกลาง มีประชากรที่ประกอบอาชีพเลี้ยงช้าง จำนวนกว่า 58 ครัวเรือน เลี้ยงช้างจำนวน 200 เชือก จากหลักฐานพบว่าเจ้าเมืองสุรินทร์คนแรกเป็นชาวกวย เหตุที่ได้ขึ้นเป็นเจ้าเมืองเพราะมีความดีความชอบสามารถจับช้างเผือกที่หลุดรอดออกมาจากพระราชนิเวศน์ ในสมัยพระที่นั่งสุริยาศน์อมรินทร์กลับไปคืนได้สำเร็จ ชาวกวยจึงได้ประกาศความเป็นผู้นำเรื่องช้างบนแผ่นดินไทย โดยในอดีต ชาวกวยมีอาชีพหลักคือการคล้องช้าง และฝึกช้าง แล้วจึงนำไปขาย โดยถือว่าการเลี้ยงช้างเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับสืบทอดต่อกันมาจากรพบุรุษ ช้างเปรียบเสมือนเป็นคนในครอบครัวที่พวกเขาต้องปฏิบัติด้วยอย่างดี (จิตวิไล คำภา และคณะ, 2456 :3)

ในปัจจุบันเมื่อสภาพสิ่งแวดล้อม และสังคมเปลี่ยนไป การเลี้ยงช้างของชาวกวยต้องเผชิญต่อปัญหาการขาดแหล่งอาหารของช้าง อาทิแหล่งอาหารตามธรรมชาติหรือป่าสาธารณะ ซึ่งเคยใช้เป็นพื้นที่

เลี้ยงช้าง ในอดีต ถูกจัดให้เป็นเขตป่าสงวน โดยห้ามไม่ให้ชาวบ้าน และช้างเข้าไปในบริเวณดังกล่าว นอกจากนี้พื้นที่บางส่วนของหมู่บ้าน ได้มีการปรับไถเพื่อปลูกพืชเศรษฐกิจ เมื่อช้างไม่มีอาหารจากธรรมชาติภาระจึงตกหนักกับเจ้าของช้าง ที่จะต้องหาอาหารมาให้ช้างที่เลี้ยง จำนวนมากถึง 350 กิโลกรัมต่อวัน (ไชยวัฒน์ ปัญญาณติกุล, 2556 : การสัมภาษณ์) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “เจ้าของช้างต้องแบกภาระค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงช้าง ไม่ว่าจะเป็นค่ายารักษาโรค ค่าโซ่ล่ามช้าง หรือแม้กระทั่งค่าขนส่ง เมื่อมีการพาช้างออกแสดงในพื้นที่ต่างๆ ขณะที่ผลตอบแทนจากการเลี้ยงช้างได้กลับมาทางเดียว โดยได้รายได้จากการนำช้างออกแสดง และโชว์ในงานต่างๆ จากปัญหาที่เกิดขึ้น มีหนทางแก้ปัญหาเพียงทางเดียวที่จะทำได้คือ การนำช้างมาเร่ร่อนหาเงินตามเมืองใหญ่ และในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเร่ร่อนดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อช้าง อันได้แก่อุบัติเหตุ และความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นกับช้าง” การนำช้างเร่ร่อนดังกล่าว ยังถือเป็นการลดค่าของสัตว์ที่มีส่วน สร้างแผ่นดินไทย จากสภาพปัญหาดังกล่าว ส่งผลให้มีการผลักดัน “โครงการนำช้างคืนถิ่น เพื่อพัฒนาสุรินทร์บ้านเกิด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือกลุ่มผู้เลี้ยงช้าง โดยไม่ต้องนำช้างไปเร่ร่อน ยังพื้นที่อื่น โดยในโครงการมีการจัดสร้าง ศูนย์คชศึกษา ขึ้นในหมู่บ้านโดยหวังให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งภายในมีพื้นที่สำหรับการแสดงช้างพิพิธภัณฑสถานชาวกวยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับช้าง และมีบริเวณสำหรับการขายผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่น เพื่อหวังให้กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านช้างเป็นส่วนหนึ่งในสร้างให้ชุมชนเข้มแข็ง ส่งผลให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดความสามัคคี ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อีกทั้งจะส่งผลทางอ้อมมาสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของช้างสุรินทร์ด้วย สอดคล้องกับ ประเวศ วะสี (2541,46) ได้กล่าวถึงความหมายของชุมชนเข้มแข็งว่า “ การที่สมาชิกในชุมชนมีความสามารถในการบริหารจัดการ

ได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถเผชิญกับภาวะวิกฤติการต่างๆได้ ความเข้มแข็งของชุมชนเกิดจากการที่คนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน เข้ามาร่วมคิด ร่วมทำ มีการเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ ความเป็นชุมชนจะทำให้มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาทุกชนิดทั้งทางเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การเมือง และสุขภาพ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการจัดการหมู่บ้านช้าง ที่เอื้อให้เกิดชุมชนเข้มแข็งและการอนุรักษ์ช้างสุรินทร์อย่างยั่งยืน ในการวิจัยครั้งนี้ จะตัวชี้วัดเรื่องการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยจะประเมินจากตัวชี้วัดที่ครอบคลุมทั้ง 4 มิติดังนี้ (วรรณธรรม กาญจนสุวรรณ, 2553 :129)

- 1). มิติทางเศรษฐกิจ ในด้านการผลิตและการบริโภคของชุมชน , กลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน , การจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจ และความสามารถในการพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจของชุมชน
- 2) มิติทางสังคม และองค์กรชุมชน ในด้านการจัดการและการบริหารองค์กร,ความสัมพันธ์ภายในองค์กร,เครือข่ายองค์กรชุมชน,การพึ่งตนเองได้ทางด้านสังคม
- 3) มิติทางวัฒนธรรมและการเรียนรู้ ในด้านการอนุรักษ์ และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และ
- 4) มิติทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในด้านการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

วิธีการดำเนินการศึกษา

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้มี 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นกลุ่มประชากร ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 คนในชุมชน ที่มีคนในท้องถิ่นทั้งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และผู้ยึดอาชีพหารายได้หลักจากการขายของภายในหมู่บ้านช้างจำนวนประชากรทั้งสิ้น 117 คน จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง (Purposive

Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snow balls) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 25 คน

กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในศูนย์คชศึกษา จำนวนประชากรทั้งสิ้น 69 คน จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 25 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ หรือแนว

คำถามประกอบการสัมภาษณ์ (Interview guidelines) โดยแนวทางการสัมภาษณ์ จะตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องลักษณะของการจัดการหมู่บ้านช้าง ที่เอื้อให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความเข้มแข็ง รวมถึงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของช้างสุรินทร์ โดยมีข้อคำถามที่ครอบคลุมทุกมิติของตัวชี้วัด ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีวิธีการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview)

การสังเกต อย่างไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาดำเนินการวิเคราะห์ตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลโดยโดยการวิเคราะห์

เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกการจัดการหมู่บ้านช้างต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็งและอนุรักษ์ช้างสุรินทร์ อย่างยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดกระบวนการสร้างสรรค์ชุมชนเข้มแข็ง แนวคิดกระบวนการสร้างสรรค์ชุมชนเข้มแข็ง มีฐานเดิมจากแนวคิดประชาสังคม แต่ด้วยเหตุที่วิกฤติการณ์และสภาพปัญหาในมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและ

การเมือง ยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างทั่วถึง ดังที่วรรณธรรม กาญจนสุวรรณ (2553 :4) ได้นำเสนอปัจจัยและตัวชี้วัดในการศึกษาชุมชนเข้มแข็งของสังคมไทย โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ มีตัวชี้วัดย่อย ได้แก่ การผลิตและการบริโภคในชุมชน, กลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน , การจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจ และความสามารถในการพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจของชุมชน 2) ด้านสังคมและองค์กรชุมชน มีตัวชี้วัดย่อย ได้แก่ การจัดการและบริหารองค์กรชุมชน, ความสัมพันธ์ภายในองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน 3) ด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ มีตัวชี้วัดย่อย ได้แก่ การอนุรักษ์และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น , การเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน และการจัดการตนเองทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา 4) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีตัวชี้วัดได้แก่ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อศึกษาความสำเร็จของชุมชนและองค์กรชุมชนที่นำไปสู่จุดหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ มาใช้เป็นต้นทุนหรือใช้เป็นปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนภายในชุมชน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืน และเกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น สีนธุ์สโรบล และคณะ (2546: 27)

ข้อมูลพื้นฐานหมู่บ้านช้าง และศูนย์คชศึกษาบ้านตากกลาง

ข้อมูลทั่วไปของหมู่บ้านช้างตากกลาง ตั้งอยู่ในตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ มีประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวกวย ที่อพยพมาจากแขวงจำปาสัก ด้วยเหตุผลทางการเมืองตั้งแต่ปี พ.ศ. 2200 ชาวกวยมีการประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก และมีการเลี้ยงช้างสืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ จึงทำให้พื้นที่บริเวณดังกล่าวเป็นหมู่บ้านที่มีช้างเลี้ยงมากที่สุดในจังหวัดสุรินทร์

ลักษณะการดำรงชีวิตของบ้านตากกลาง เป็นรูปแบบชีวิตของคนในสังคมชนบทโดยอาศัยอยู่แบบครอบครัวใหญ่ ที่มีความสัมพันธ์กันเหนียวแน่น และมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันอยู่เสมอ รูปแบบชีวิตของคนบ้านตากกลางที่แตกต่างจากชุมชนอื่น คือมีชีวิตที่มีความผูกพันกับช้าง เลี้ยงช้างเสมือนเป็นญาติ หรือเป็นสมาชิกในครอบครัว โดยค่าใช้จ่ายสำหรับการเลี้ยงช้าง ได้ นอกจากนี้คนบ้านตากกลางมีประเพณี ซึ่งการนับถือและยึดถือศีลธรรมมาปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ส่งผลให้คนบ้านตากกลางส่วนใหญ่ จะมีนิสัยนอบน้อม ไม่ประพฤติดื้อ และไม่มีการวิวาท หรือทะเลาะเบาะแว้งกันภายในชุมชน (ธีรติ ศาลางาม, 2556: สัมภาษณ์)

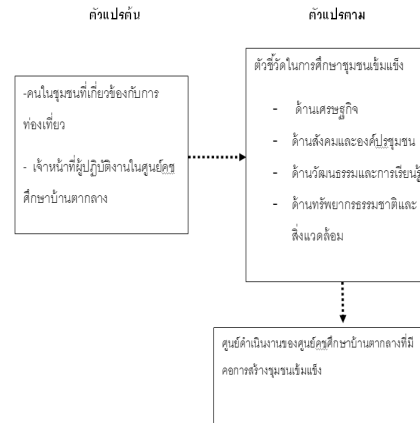
การบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆที่เกิดขึ้นภายในหมู่บ้านช้าง มีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก คือ ศูนย์คชศึกษา ซึ่งขึ้นตรงต่อสำนักงานจังหวัดสุรินทร์ ศูนย์คชศึกษาแห่งนี้ตั้งอยู่ภายในหมู่บ้านตากกลาง ซึ่งทำหน้าที่หลักในการส่งเสริมและจัดหาให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมหมู่บ้านช้าง ผ่านการจัดงานในเทศกาลสำคัญต่างๆ ของทุกปีเช่น การจัดงานจดทะเบียนสมรสบนหลังช้าง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ จัดงานประเพณีบวชนาคช้าง ในช่วงเดือนพฤษภาคม ฯลฯ นอกจากนี้ภายในศูนย์คชศึกษายังมีการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ อาทิการแสดงช้าง ซึ่งมีการจัดแสดงการโพนช้างแบบโบราณ และการแสดงช้างแสนรู้ นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ ที่จัดแสดงประวัติความเป็นมาของชาวกวยที่เกี่ยวข้องกับช้าง ผ่าน

รูปภาพ และเครื่องมือเครื่องใช้ในอดีต รวมถึงมีการให้ความรู้ด้านพันธุวิทยาของช้าง โดยการนำซากโครงกระดูก ของช้าง มาจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ อีกทั้งยังมีบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว ที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตระหว่างคนกับช้าง (ประภิตกลางพัฒนา, 2555 :การสัมภาษณ์)

ศูนย์คชศึกษา นอกจากมีหน้าที่ สร้างเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ภายในหมู่บ้านช้างตากกลางแล้ว ยังมีหน้าที่ส่งเสริมและดูแลคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ ของช้างที่เข้าร่วมโครงการ ผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ ทั้งที่ทำร่วมกับนักท่องเที่ยว และร่วมกับคนในหมู่บ้าน อาทิ การส่งเสริมให้กลุ่มคนในหมู่บ้าน ร่วมกันจัดสรรพื้นที่ สำหรับปลูกพืชที่เป็นอาหารสำหรับช้าง มีการจัดโครงการ “หนึ่งคน หนึ่งต้น หนึ่งผืน” เพื่อเป็นการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ที่สนใจ ร่วมกันกันปลูกพืชที่เป็นอาหารสำหรับเลี้ยงช้าง นอกจากนี้ ยังมีการปรับปรุงระบบชลประทาน ให้มีการไหลเวียน หรือกักเก็บน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากน้ำเป็นปัจจัยสำคัญต่อทั้งชีวิตคนและช้าง (เยาวภา เจริญรื่น, 2546 :121)

แนวคิดของการสร้างศูนย์คชศึกษา เกิดขึ้นจากความต้องการแก้ปัญหาความยากจนของผู้เลี้ยงช้าง ปัญหาช้างเร่ร่อน อีกทั้งต้องการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และครอบครัวผู้เลี้ยงช้าง จึงได้เกิดเป็น “โครงการนำช้างคืน เพื่อพัฒนาสุรินทร์บ้านเกิด” ซึ่งโครงการดังกล่าวได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดเป็นศูนย์คชศึกษาดังกล่าว ซึ่งในปัจจุบันศูนย์คชศึกษา ต้องการให้ช้างที่เร่ร่อนอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย กลับมารวมตัวในหมู่บ้านช้างเพียงแห่งเดียว โดยจะให้ค่าจ้างเดือนละ 8,000 บาท ต่อช้าง 1 เชือก นอกจากนี้ ศูนย์คชศึกษามีทำหน้าที่หลักในการพัฒนาชุมชนผ่านกระบวนการจัดการท่องเที่ยวแต่โครงการดังกล่าว ยังไม่ได้รับความสนใจจากเจ้าของช้างเท่าที่ควร เนื่องจากค่าตอบแทนยังต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับ การนำช้างออกเร่ร่อน หรืออยู่ตามปางช้าง

(ศูนย์คชศึกษาบ้านตากกลาง, 2549 :5)



ผลการศึกษา

เพื่อให้ได้ข้อมูล ในเรื่องของ

“การจัดการหมู่บ้านช้าง ต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็งและอนุรักษ์ช้างสุรินทร์อย่างยั่งยืน” ผู้วิจัยได้ตัวชี้วัดตามองค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็ง ทั้ง 4

มิติ ซึ่งประกอบด้วย มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม องค์กรชุมชน มิติด้านวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยน และมิติทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบการดำเนินการศึกษา ซึ่งได้ผลวิจัยดังต่อไปนี้

มิติที่ 1 ด้านเศรษฐกิจ การจัดการศูนย์คชศึกษาที่สร้างเสริมรายได้ให้แก่ชุมชน

ศูนย์คชศึกษา มีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดรายได้ให้แก่คนในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ทั้งในส่วนการจ้างแรงงานที่เป็นคนในหมู่บ้าน ทั้งในส่วนของการเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ความรู้ช้างที่นำช้างมาเข้าร่วมโครงการภายในศูนย์คชศึกษา ซึ่งจะได้รับค่าจ้างเดือนละ 8,000 บาท และ กลุ่มคนผู้สูงอายุที่มีความรู้ ความชำนาญ ในเรื่องช้าง อาทิ หมอช้าง ปราชญ์ชาวบ้าน ก็จะได้รับเงินเดือนจำนวน 5,000 บาท (นายประภิตกลางพัฒนา, 2556 : การสัมภาษณ์) ได้ให้ข้อมูลว่าทางศูนย์คชศึกษา ได้มีการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้น แก่คนในหมู่บ้านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ศูนย์คชศึกษา โดยรายได้ส่วนหนึ่งจากการขายบัตรเข้าชมหมู่บ้านช้าง

ภายหลังจากหักค่าใช้จ่ายต่างๆเสร็จสิ้น ส่วนที่เหลือจะกระจายให้คนในชุมชนที่เกี่ยวข้องทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ในส่วนการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านข้าง มีวัตถุประสงค์เพื่อจะแก้ไขปัญหาความยากจนของควาญช้าง ที่ไปภูหนั้นนอกระบบ ทำให้ไม่มีเงินมาใช้จ่ายในครอบครัว ส่งผลให้เกิดการนำช้างออกไปเร่ร่อนตัวหัวเมือง ศูนย์คชศึกษาจึงหาทางแก้ไขเพื่อลดปัญหาดังกล่าว โดยการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านข้าง ซึ่งกองทุนดังกล่าว เปรียบเสมือนเป็นกองทุนฉุกเฉิน ทำให้พื้นที่พึ่งพา ยามขัดสน โดยผู้เข้าร่วมกองทุนดังกล่าว นอกจากมีสิทธิ์ที่จะกู้ยืมเงินจากกองทุนได้ยังมีเงินปันผลให้แก่สมาชิกกองทุนทุก 3 เดือนการจัดตั้งกองทุนดังกล่าว นอกจากจะเกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจจากที่กล่าวมาข้างต้น ทั้งในเรื่องการจ้างงาน การปันผลกำไรที่ได้จากศูนย์คชศึกษาสู่คนในหมู่บ้าน ตลอดจนการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านข้างช่วยส่งเสริมให้คนในท้องถิ่น มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ อันจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจให้เกิดแก่คนในชุมชน

มิติที่ 2 ด้านสังคมและองค์กรชุมชน การศูนย์คชศึกษา ที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน

การจัดการของศูนย์คชศึกษา สร้างผลดีให้เกิดขึ้นภายในชุมชน ทั้งในเรื่องสัมพันธภาพที่มีความแน่นแฟ้นกลมเกลียวมากขึ้น ซึ่งเกิดจากพื้นฐานเดิมของคนในหมู่บ้านซึ่งส่วนใหญ่ จะมีความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เป็นทุนเดิม แต่ภายหลังความสัมพันธ์ดังกล่าวเริ่มคลายลง เนื่องจากสมาชิกคนหนุ่มสาวในหมู่บ้าน ต่างแยกย้ายมุ่งเข้ามาทำงานในเมืองเพื่อหารายได้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำช้างไปเร่ร่อน ตามหัวเมืองใหญ่ๆ อันได้แก่ จังหวัดชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต เป็นต้น แต่ภายหลังจากที่มีศูนย์คชศึกษา เข้ามาจัดกิจกรรมภายในหมู่บ้านดังกล่าว ทำให้คนที่ออกไปทำงานยังต่างถิ่น บางส่วนเกิดความต้องการมาประกอบอาชีพภายในท้องถิ่น โดยยอมแลกกับรายได้ที่ลดลง แต่ได้อยู่พร้อมหน้ากับครอบครัว อีกทั้งคนและช้าง ก็ไม่ต้องมีสภาพความเป็นอยู่ที่ลำบาก และเป็น

อันตราย เหมือนกับช่วงเร่ร่อนโดยรูปแบบการจัดการของศูนย์คชศึกษา ที่สร้างเสริมความสัมพันธ์ของสมาชิกของหมู่บ้าน ผ่านการทำงานร่วมกัน และผ่านกิจกรรมเสริมต่างๆ อาทิ กิจกรรมประจำวันของควาญช้าง จะต้องมีการประชุมปรึกษาหารือร่วมกัน หรือมีการสรุปการทำงาน เพื่อให้เกิดการรับรู้ในข้อมูลข่าวสารร่วมกันระหว่าง สมาชิกของศูนย์คชศึกษา (อินทร์ แสนดี, 2556 : การสัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ยังส่งผลให้สมาชิกในหมู่บ้านข้างหันมายึดวิถีชีวิตแบบพอเพียง มีดำรงชีวิตให้อยู่ได้ ใ้รายได้ที่จำกัด แต่มีความสุข และความภาคภูมิใจ ที่ได้ทำงานเพื่อพัฒนาบ้านเกิด อีกทั้งได้เห็นช้างที่ตนเองรักได้อยู่อาศัย ในถิ่นฐานที่คุ้นเคย ศูนย์คชศึกษาและสมาชิกของหมู่บ้านข้าง ก็ไม่ได้จัดการอย่างเดียวดาย หากแต่มีหน่วยงานภาครัฐอาทิองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ รวมถึงหน่วยงานรัฐ ในท้องถิ่น และหน่วยงานเอกชน ที่สนับสนุนงบประมาณ และช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้แก่หมู่บ้านข้างและส่งเสริมการพัฒนากิจกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการของศูนย์คชศึกษา เพื่อผลักดันให้กิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านข้างตากกลาง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ ที่เน้นดำเนินการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเกษตร ภายใต้งานมีส่วนร่วมของชุมชน (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุรินทร์, 2555: 7)



ภาพที่ 1 กลุ่มผู้สูงอายุภายในชุมชนประกอบอาชีพภายในศูนย์คชศึกษา

มิติที่ 3 มิติทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยน : การจัดการของศูนย์ศึกษาที่ส่งผลต่อการฟื้นฟูและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

คนในหมู่บ้านช้าง บ้านตากกลาง มีรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิต และวัฒนธรรมประเพณี ที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่มีช้างเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ของคนในหมู่บ้าน ก่อนที่จะมีการจัดตั้งศูนย์ศึกษา รูปแบบวิถีชีวิต รวมถึงวัฒนธรรมดังกล่าว เกือบจะสูญสิ้นไป เนื่องจากคนในชุมชนส่วนหนึ่ง ต่างย้ายมาหางาน ในเมืองใหญ่ บางส่วนนำช้างออกเร่ร่อน และมีคนในหมู่บ้านอีกจำนวนมาก ที่ขายช้างให้แก่คนต่างถิ่น รวมถึงทุน เนื่องจากปัญหาด้านหนี้สิน รวมถึงไม่มีเงิน สำหรับเลี้ยงดูช้าง (พลากร ศาลางาม, 2555 .การสัมภาษณ์)

ศูนย์ศึกษา บ้านตากกลาง เป็นหน่วยงานสำคัญ ที่ทำให้รูปแบบวิถีชีวิต รวมถึงวัฒนธรรม ในหมู่บ้าน ได้รับการฟื้นฟู ให้กลับมาเป็นดังในอดีตอีกครั้ง โดยให้ใช้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือรื้อฟื้น เอกลักษณ์ของหมู่บ้าน อาทิ เรื่องการโปนช้าง การฝึกช้าง รวมถึงวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน ที่มีความผูกพันกับช้าง มาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ เริ่มตั้งแต่กิจกรรมการท่องเที่ยวแรก ที่ให้บริการนักท่องเที่ยว คือการให้นักท่องเที่ยวได้ชมและรับฟังการบรรยาย จากวิทยากรประจำศูนย์ศึกษาผ่านการชมภาพประวัติศาสตร์ความเป็นมาของช้างในจังหวัดสุรินทร์ รวมถึงเรียนรู้ถึงวิธีการโปนช้างซึ่งเป็นวิธีการจับช้างป่าของชาวกูยในอดีต(มา ทรัพย์มาก, 2555 :การสัมภาษณ์) ได้กล่าวว่าบรรพบุรุษของชาวกูยผู้เลี้ยงช้าง ใน จังหวัดสุรินทร์นิยมออกไปจับช้างป่าเป็นประจำทุกปี บริเวณชายแดนติดต่อระหว่าง ไทย-กัมพูชา การออกจับช้างป่าของชาวกูยใช้วิธีการโปนช้าง ซึ่งเป็นวิธีการจับช้างป่า ที่หมอช้างได้ชี้ช้างต่อเพื่อไล่คล้องเอา ช้างป่าจากโขลง และนำหนังประกาศคล้องลงบนศรีษะของช้าง นอกจากนี้ภายในพิพิธภัณฑ์ยังมีการรวบรวมเครื่องมือและอุปกรณ์สำคัญ ที่ใช้ในการโปนช้าง ของ

คนในอดีต รวมถึงมีเชือกประคำที่เคยผ่านการใช้งาน มาทำการจัดแสดง ภายนอกศูนย์ ยังมีการสาธิตการเป่าสแนงเกล ซึ่งทำจากเขาสัตว์ นอกจากนี้ในลานแสดงช้าง ซึ่งจะจัดแสดงวันละ 2 รอบ ซึ่งภายในลานแสดง ประกอบด้วยกิจกรรม การสาธิตโปนช้างแบบโบราณ ชมการแสดงช้างแสนรู้มากมาย นอกจากนี้ในช่วงเย็น ของวันพุธ ช้างทุกเชือกภายในศูนย์ศึกษา บ้านตากกลาง จะเดินแถวมุ่งสู่วังทะเล ซึ่งเป็นบริเวณที่มีแม่น้ำมูลไหลผ่าน นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับการเล่นน้ำซึ่งเป็นภาพที่แสดงถึงความรัก ความผูกพันระหว่างความผูกพันกับช้าง

กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในศูนย์ศึกษา ส่งผลให้ความรู้และภูมิปัญญาของคนในหมู่บ้าน ถูกรวบรวม ให้เป็นภูมิปัญญาของคนในหมู่บ้าน และจากการที่ความรู้ และภูมิปัญญาของชุมชนได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว จึงถูกดึงมาใช้ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้กระจายสู่คนในหมู่บ้าน ส่งผลให้คนให้คนในหมู่บ้าน เกิดความรัก ความภาคภูมิใจ และเห็นความสำคัญต่อการอนุรักษ์ เอกลักษณ์ดังกล่าว ให้อยู่คู่กับคนในท้องถิ่น



ภาพที่ 1 การสัมภาษณ์ปราชญ์ของชุมชนภายในศูนย์ศึกษา (ได้รับการอนุญาตให้เผยแพร่)

มิติที่ 4 มิติทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการของศูนย์ศึกษา ต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต โดยเฉพาะวิถีชีวิตคนในชนบท จำเป็นต้องพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติของท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิถีชีวิตของคนในจังหวัดสุรินทร์ มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม ตั้งแต่ครั้งอดีต ดังนั้นหากต้องการให้คนในท้องถิ่น สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน ที่เป็นทั้งแหล่งอาหาร ของคนในหมู่บ้าน

ศูนย์คชศึกษา ได้มีความพยายามที่จะผลักดันคนในหมู่บ้านช้างให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ ผ่านการทำอาชีพเสริมอื่นๆที่นอกเหนือจากการแสดงช้าง โดยศูนย์คชศึกษาได้มีการเสริมสร้างและพัฒนาแหล่งอาหารภายในท้องถิ่น รวมถึงพัฒนาอาชีพใหม่ๆให้เกิดขึ้นภายในหมู่บ้าน โดยเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน และการดำเนินโครงการ อาทิการฟื้นฟูแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและคนในท้องถิ่นและซ่อมแซมเส้นทางชลประทานจากลำน้ำชีเข้ามาสู่ในหมู่บ้าน ส่งผลให้ชุมชนมีน้ำเพียงพอในการทำอาชีพเกษตรกรรมโดยคนในหมู่บ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านการ ทำนา และการปลูกอ้อย ไซยวัฒน์ ปัญญา นิตกุล, 2556 : การสัมภาษณ์) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าทางศูนย์คชศึกษา ยังมีโครงการเพื่อพัฒนาแหล่งอาหารสำหรับช้างภายใต้โครงการ “หนึ่งคนหนึ่งต้น หนึ่งฝน” ซึ่งเปิดโอกาสให้บุคคลหลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมปลูกพืชที่เป็นอาหารสำหรับช้าง

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการของศูนย์คชศึกษาบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ ส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็ง และคุณภาพชีวิตของช้างในจังหวัดสุรินทร์ โดยให้องค์ประกอบของความเข้มแข็งในชุมชน ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 1)มิติทางด้าน

เศรษฐกิจ 2) มิติทางด้านสังคม และองค์กรชุมชน 3) มิติทางด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และ4) มิติทางด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยทำการศึกษาโดยวิธีการสังเกต และการสัมภาษณ์ คนภายในหมู่บ้านตลอดจนเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์คชศึกษา

ผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการจัดการของศูนย์คชศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของผู้เลี้ยงช้างอันจะนำมาซึ่งนำช้างออกเร่ร่อนยังต่างถิ่น ซึ่งทางศูนย์คชศึกษา ได้พยายามให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งและคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่คนใน

ท้องถิ่น ผ่านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในท้องถิ่น ซึ่งกิจกรรมและโครงการต่างๆที่ทางศูนย์คชศึกษาจัดขึ้น จะมีส่วนร่วมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สมาชิกให้ท้องถิ่น อีกทั้งยังส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของช้างสุรินทร์ ทั้งประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนที่มีรูปแบบการจัดการเพื่อสร้างเสริมรายได้ให้แก่ชุมชน ผ่านการจ้างงาน การส่งเสริมพัฒนาอาชีพให้แก่สมาชิกในชุมชนหลายกลุ่ม นอกจากนี้ศูนย์ คชศึกษา มีรูปแบบการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านช้างโดยเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในหมู่บ้านมีส่วนถือหุ้นร่วมกันโดยมีการปันผลที่เป็นธรรม นอกจากจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และลดปัญหาการกักเงินทุนนอกระบบ ยังทำให้สมาชิกทุกคนมีความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของชุมชน และศูนย์คชศึกษา ส่งผลให้เกิดความร่วมมือร่วมใจที่จะพัฒนาศูนย์คชศึกษา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่สำคัญต่อไปในอนาคต ในมิติทางด้านสังคมและองค์กรชุมชน การจัดการศูนย์คชศึกษา ส่งผลวิถีชีวิตแบบชนบท หวนกลับคืนสู่ชุมชนอีกครั้ง ดังจะเห็นได้จากหลายครอบครัว ที่เคยนำช้างออกเร่ร่อนตามหัวเมือง หรือเคยออกไปรับจ้างทำงานยังต่างถิ่น ได้กลับคืนสู่ชุมชนอีกครั้ง โดยการรวมกลุ่มร่วมพึ่งพาอาศัยกันและกันในการร่วมกันสร้างเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใน

ศูนย์ศึกษา รูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนอกจากจะเป็นการสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่น และเป็นการดีที่ช่างได้หวนกลับคืนสู่ท้องถิ่น ยังได้นำพาความช่วยเหลือที่มาจากต่างถิ่น เพื่อการพัฒนาคน และกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใน ศูนย์ศึกษาฯ ในมิติด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม พบว่า การจัดการของศูนย์ศึกษาที่ส่งผลต่อการฟื้นฟูและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในศูนย์ศึกษาฯ ได้นำความรู้และภูมิปัญญาของคนในหมู่บ้าน เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะภูมิปัญญาทางการคล้องช้างด้วยวิธีการโพนช้างและการฝึกช้างของ ชาวภูยสร้างให้เกิดรายได้กระจายสู่คนในหมู่บ้าน ส่งผลให้คนในหมู่บ้าน เกิดความรัก ความภาคภูมิใจ และเห็นความสำคัญต่อการอนุรักษ์เอกลักษณ์ดังกล่าวให้อยู่คู่กับคนในท้องถิ่น นอกจากนี้มิติทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่าศูนย์ศึกษาฯ มีการจัดการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืน ได้มีความพยายามที่จะผลักดันคนในหมู่บ้านช้างให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง โดยศูนย์ศึกษา และช่างในท้องถิ่น

การอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของศูนย์ศึกษาศูนย์ศึกษาบ้านตากกลาง ที่ส่งผลต่อความเป็นอยู่ของชุมชน โดยใช้องค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็งโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าศูนย์ศึกษาศูนย์ศึกษาบ้านตากกลางมีส่วนสร้างเสริมความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่คนในท้องถิ่น อีกทั้งยังมีส่วนพัฒนาคุณภาพชีวิตของช่างสุรินทร์ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น ที่มีส่วนช่วยให้เกิดการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของท้องถิ่น การจัดการศูนย์ศึกษาที่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคนในท้องถิ่นจะส่งผลเกี่ยว

เนื่องมาสู่คุณภาพชีวิตของช่างสุรินทร์ด้วย ทั้งนี้เนื่องจากศูนย์ศึกษา มีความตระหนักต่อวัฒนธรรม ความเชื่อและภูมิปัญญาของคนในชุมชน อีกทั้งการจัดตั้งศูนย์ศึกษาศูนย์ศึกษาบ้านตากกลาง ภายในชุมชน ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพ ความสำคัญดังกล่าว ส่งผลให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และการที่คนในชุมชน รู้ค่าต่อศูนย์ศึกษา ย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน และ ยั่งยืนของศูนย์ศึกษาศูนย์ศึกษาบ้านตากกลาง ที่เติบโตคู่กับคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ศูนย์ศึกษาศูนย์ศึกษาบ้านตากกลาง ยังไม่ได้รับความสนใจจากสมาชิกในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการนำช่างกลับคืนสู่ท้องถิ่น เนื่องจากเจ้าของช่างได้รับค่าตอบแทนต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับช่างออกเรือนหรืออยู่ตามปางช้าง แนวทางให้ส่งเสริมให้เจ้าของช่างเข้าร่วมโครงการกับศูนย์ศึกษาฯ กระทำได้ด้วยแนวทางต่อไปนี้ 1) ทางศูนย์ศึกษา ต้องหาทางประชาสัมพันธ์ รวมถึงจัดโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ต้องมีการพัฒนา และเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ 3) ส่งเสริมให้สมาชิกในท้องถิ่นดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง และการพึ่งพาตนเอง เพื่อลดค่าใช้จ่าย อันจะเป็นสาเหตุ ของการนำช่างออกเรือน

หากมีการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวภายในศูนย์ศึกษา เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของศูนย์ศึกษาอันจะนำไปประโยชน์ให้เกิดแก่สมาชิกในท้องถิ่น และช่างที่อาศัยในหมู่บ้านช่างตากกลาง จังหวัดสุรินทร์

บรรณานุกรม

- จิตวิไล คำภา, ลมัย ไกล่สิกรรม, วุชรินทร์ กิ่งมณี, วิวาพร วิชากรณ์ และสมหมาย อรไทรวรรณ. (2546). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. ปรินิพนธ์มหาวิทยาลัยรัตนโกสินทร์. (2556, 5 มกราคม). [การสัมภาษณ์].
- ธีรติ ศาลางาม. (2556, 5 มกราคม). [การสัมภาษณ์].
- ประกิต กลางพัฒนา. (2556, 5 มกราคม). [การสัมภาษณ์].
- ประเวศ วะสี. (2541). ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มูลนิธิโกศล
- แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุรินทร์. (2555). กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เชิงนิเวศและเกษตร ภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน, สุรินทร์ : สำนักงานจังหวัดสุรินทร์.
- พลกร ศาลางาม. (2555, 24 ธันวาคม). [การสัมภาษณ์]
- มา ทรัพย์มาก (2555, 24 ธันวาคม). [การ [สัมภาษณ์]
- เยาวภา เจริญรื่น. (2549). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สังคมศาสตร์). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- วรรณธรรม กาญจนสุวรรณ. (2553). กระบวนการจัดการชุมชนเข้มแข็ง:รูปแบบปัจจัย และตัวชี้วัด.วารสารรัฐประศาสนศาสตร์, ปีที่ 8, 119-158.
- ศูนย์คชศึกษาบ้านตากกลาง. (2549). รายงานผลการดำเนินโครงการนำช้างคืนถิ่น เพื่อพัฒนาสุรินทร์บ้านเกิด. สุรินทร์ : ศูนย์คชศึกษาบ้านตากกลาง.
- สินธุ์ สโรบล, อุดร วงษ์ทับทิม และ อนงนาฏ ปัญญาใหญ่. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดและประสบการณ์. เชียงใหม่ : วนิดาเพรส
- อินทร์ แสนดี. (2556, 5 มกราคม). [การสัมภาษณ์].

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน CREATIVE COMMUNITY-BASED TOURISM ACTIVITY PATTERNS

อรรัญญา ทวะระ และคณะ

Aranya Thawara et al

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya

บทคัดย่อ

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้างความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆอย่างสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การเรียนรู้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจวัฒนธรรมของชุมชนอย่างลึกซึ้ง เน้นความยั่งยืนและคงความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน กล่าวได้ว่ากิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากร และเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน บทความวิชาการนี้จึงพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ประกอบด้วย การศึกษา การวางแผน การประสานงาน การทดลองและประเมินผล โดยทุก ๆ กระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล

คำสำคัญ: รูปแบบการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชน

Abstract

A pattern of community-based tourism activities is one of critical parts of community tourism management to create a commitment between a host and guest through creative participation in activities in order for the tourists to have deep understanding about community cultures. By focusing on sustainability and identity, creating the balance between tourism resources, society, culture and ways of life in a community, tourists who visit the community will perceive the valuable experience. It can be said that community tourism activities are important to add more values to the resources and can attract potential tourists who want to travel in that community. This article aimed to develop creative community-based

Corresponding Author.

E-mail: Jutima.b@rmutsv.ac.th

tourism activity patterns. Research methodology included studying, planning, coordination, experiment and evaluation. Every process concentrated on participation of community members on co-planning, co-decision making, co-development, co-execution, benefit sharing and participatory evaluation

Keyword: Tourism Patterns Creative Tourism Community

บทนำ

ปีพ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวสร้างรายได้จำนวน 2.23 ล้านล้านบาท ซึ่งเกินจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ 30,000 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ปีพ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 32.6 ล้านคน สร้างรายได้ เข้าประเทศ 1.65 ล้านล้านบาท ปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีเป้าหมายเพิ่มการเติบโตภาคการท่องเที่ยวร้อยละ 10 และปีพ.ศ. 2561 รัฐบาลประกาศให้ประเทศไทยเป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน หรือ “Amazing Thailand Tourism Year 2018” เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อกูลเรื่องความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยาและการต่างประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญยิ่งที่สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพอีกหลายแขนงก่อให้เกิดการกระจายงานกระจายรายได้ ทั้งนี้ รัฐบาลยังส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความพร้อมบนพื้นฐานของเอกลักษณ์ไทย โดยสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนที่ช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) เพราะปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวประเภทมุ่งหาประสบการณ์ (Experiential tourist) เช่น การได้เห็นขนบธรรมเนียม

ต้องการสัมผัสกับคนในท้องถิ่น (Experimental tourist) เช่น การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสใกล้ชิดและพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนเหล่านั้น (วลัยพร รุ่งตระกูลไพบูลย์, 2557:18) และเมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่าประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจน และเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (ภัณณณี แก้วสง่า และนิศาชล จ่านงศรี, 2555) เนื่องจากประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวประทับใจเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำปฏิบัติ มากกว่าการได้เป็นผู้เยี่ยมชม จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จึงไม่ใช่สถานที่อันสวยงาม แต่กลับเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์โดยชุมชน (ลัดดาวรรณ ทองใบ, 2561:112)

ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนให้มีความเหมาะสมโดยชุมชนยังคงเอกลักษณ์ของตนเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก รวมถึงการสร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการมีความเข้าใจและเข้าถึงการจัดการ การดูแลรักษา และการอนุรักษ์อย่างเป็นระบบ

เพื่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization : UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ โดยอาศัยหลักการ แยกออกมาตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 1) การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ 2) การท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 3) การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยว (ปีรันธ์ ชิดโชติและ ชีระวัฒน์ จันทิก, 2559:254)

ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ได้ถูกวิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเดิมนักท่องเที่ยวจะเป็นเพียงผู้รับ (Passive) ในการเยี่ยมชม มองดู และซื้อสินค้าที่ระลึกเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวจะเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Active) (ภัณณิ แก้วสง่า และนิศาชล จันทศรี, 2555:95-96) โดยการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน โดยผลักดันให้เกิดความยั่งยืนผ่านการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้

การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชนนั้น ๆ (มุทริกา พลุกษาพงษ์, 2554)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในแนวคิดที่เน้นกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ทั้งผู้ให้และผู้รับ โดยมีกิจกรรมที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนในพื้นที่ได้ ทั้งนี้กลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญคือ ชุมชน ซึ่งเปรียบเสมือนเจ้าบ้านที่คอยต้อนรับนักท่องเที่ยว (ลัดดาวรรณ ทองใบ, 2561:108) ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการ ตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิด ประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการ รองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (สินธุ์ สโรบล, 2559) ซึ่งองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ 4) การเรียนรู้ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็น เครื่องมือในการพัฒนาชุมชนมีหลักการดังนี้

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม

8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น

10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2559)

กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนจึงมีความสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองนโยบายของภาครัฐในการกระตุ้นให้เกิดรายได้แก่คนในท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์แหล่งวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีคุณค่าในชุมชน โดยชุมชนต้องมีความเข้มแข็งและมีความพร้อมต่อการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ

แนวทางการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน

การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับคุณค่าจากการท่องเที่ยว ได้เรียนรู้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ผู้เขียนได้นำแนวคิดต่าง ๆ มาวิเคราะห์ เพื่อการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดความสร้างสรรค์ โดยวิเคราะห์จากคุณสมบัติของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2560:9) ได้แก่ 1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน 2) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ 3) แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม หรือข้ามวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์การมีส่วนร่วม 4) เป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม 5) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรียนรู้ประสบการณ์ 6) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว หรือชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ 7) การท่องเที่ยว

เที่ยวแบบจัดเตรียมไว้อย่างจำเพาะเจาะจง วิเคราะห์จากขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของณัฏฐพัชร มณีโรจน์ (2560:25-46) ที่มีอยู่ 12 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น 2) สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สมาชิกในชุมชนได้พิจารณา 3) ศึกษาศักยภาพชุมชนและความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยว 4) วิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษาศักยภาพร่วมกัน 5) พัฒนาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว 6) กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกฎกติกาต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยว 7) กำหนดรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 8) จัดทำโปรแกรมเส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน 9) ทดลองและประเมินผล โปรแกรมเส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน 10) พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งระบบ 11) จัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดและการสื่อความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 12) การติดตามและประเมินผล และวิเคราะห์จากแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนของกัลยาณี ธรรมจารีย์ (2558:23-25) ในเรื่องของความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน โดยนำข้อมูลที่ค้นพบมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ออกเป็น 9 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศึกษาสำรวจทรัพยากรในชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนที่มี

การศึกษา หรือสำรวจทรัพยากรของชุมชน และวัฒนธรรมของชุมชนที่มีเพื่อถึงความโดดเด่นของชุมชนออกมาใช้เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่สามารถรักษาความเป็นเอกลักษณ์และความยั่งยืนของทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนให้คงอยู่ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยคนในชุมชนจะต้องช่วยกันคิด และร่วมวางแผนในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชน เริ่มจากศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนอื่น ๆ ดูวิธีการจัดการ

ว่าชุมชนอื่นมีการจัดการอย่างไรจึงทำให้ชุมชนนั้นประสบความสำเร็จ แล้วนำมาคิด ปรับใช้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนของตนที่มีให้คงอยู่และเป็นที่รู้จักต่อไป

2. สร้างศักยภาพของตัวชุมชน และความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยว

การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นเจ้าของภูมิปัญญา ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน สมาชิกในชุมชน กลุ่มสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ร่วมกันสำรวจและศึกษาศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน ว่าสามารถสร้างกิจกรรมอะไรได้บ้าง ที่สามารถก่อให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและสามารถตอบโจทย์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้

3. กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกฎกติกาต่าง ๆ ในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยว

กำหนดเป้าหมายการท่องเที่ยวในช่วงระยะกลางถึงระยะยาว กำหนดขอบเขตของชุมชนที่จะดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของชุมชน โดยการกำหนดวิสัยทัศน์โดยกำหนดตามความพร้อมและความเป็นไปได้ของชุมชน

4. กำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน

เมื่อชุมชนมีทรัพยากรท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนสามารถทำเป็นจุดขายให้กับชุมชนได้ ชุมชนจะต้องจัดตั้งองค์กรในชุมชนเพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน คอยอำนวยความสะดวก และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการจัดโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ การจัดสรรผลประโยชน์เข้าสู่ชาวบ้านและชุมชน โดยทุกขั้นตอนต้องมีความชัดเจน โปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมถึงการออกกฎ กติกา เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของสมาชิกชุมชนและนักท่องเที่ยวตลอดจนเป็นแนวทาง

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเรียบร้อยและบรรลุมิติวัตถุประสงค์

5. จัดทำโปรแกรมเส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน

นำเสนอโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนเอง เน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวกับชุมชนได้ เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของภูมิปัญญากับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยคำนึงถึงจำนวนวันของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมา กิจกรรมตามช่วงวัย และความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยการออกแบบโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่บนพื้นฐานของการอนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสานวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ของชุมชน รวมถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ

6. ทดลองและประเมินผล โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน

ทดสอบความพร้อมการจัดการท่องเที่ยวในทุกๆด้าน โดยการทดสอบอาจใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาสาสมัครเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อทดสอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน โดยหลังจากนักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมในชุมชนเสร็จแล้ว อาจจะทำโต๊ะไว้นิเทศน์ แสดงความคิดเห็นในกิจกรรมท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว การเข้าถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ประสานงานการท่องเที่ยว บุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวและคุณค่าของการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวเสียไป นอกจากจะมีนักท่องเที่ยวร่วมแสดงความคิดเห็นแล้ว ควรมีผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจากภายนอก สมาชิกในชุมชน และบุคคลอื่นๆ ด้วย ที่เกี่ยวข้องได้แสดงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อนำความคิดเห็นข้อเสนอต่าง ๆ มาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไป

7. พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้

เกิด *ความสร้างสรรค์ที่สามารถต่อยอดให้กับชุมชน*

นำข้อเสนอแนะจากการทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยว เมื่อชุมชนทราบกับปัญหาที่เกิดขึ้นและได้รับข้อเสนอแนะจากคนภายนอก แล้วนำมาพัฒนาเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว โดยคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้เกิดความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำ ร่วมคิด ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดนันทนาการระหว่างการท่องเที่ยว อาจจะเพิ่มเติมรูปแบบกิจกรรมในส่วนที่ชุมชนมีอยู่แล้วโดยทำให้กิจกรรมนั้นดูมีความน่าสนใจมากขึ้น แปลกใหม่ น่าทดลอง นักท่องเที่ยวเห็นแล้วรู้สึกตื่นเต้นและอยากร่วมทำกิจกรรมนั้น ส่วนนี้จะเป็นเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมในชุมชนได้ เช่น การทำผ้าบาติก โดยเพิ่มลายภาพวาดที่ชุมชนไม่เคยทำมาก่อน เป็นลายที่ยากขึ้น เก็บทุกรายละเอียดก็สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าบาติก โดยที่ชุมชนไม่ได้ลงทุนเพิ่มลงทุนเท่าเดิมแต่ได้มูลค่าที่เพิ่มมากขึ้น

8. *จัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดและการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน*

นำเสนอความเป็นตัวตนของชุมชนโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว ของดีในชุมชน และทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เสนอออกสู่ตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารการตลาดหลายรูปแบบ โดยการเตรียมตัวของคนในชุมชน คือ การบันทึกและประวัติศาสตร์ของชุมชนอย่างภาคภูมิใจ เพื่อนำมาเล่าให้นักท่องเที่ยวผ่านการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ชุมชนอาจจะแต่งกายด้วยชุดประจำถิ่นที่ชุมชนของตน มาร่วมต้อนรับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และควรมีการติดตั้งข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา ป้ายบอกทางต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และมีความเข้าใจ

อย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น

9. *การติดตามและประเมินผล*

การติดตามและประเมินผลเป็นขั้นที่ต้องทำตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเป็น 2 ส่วนคือ 1)การประเมิน และสรุปผลการดำเนินงานการให้บริการท่องเที่ยวหลังการเสร็จกิจกรรมการท่องเที่ยวของทุก ๆ กลุ่มที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอาจจะทำในรูปแบบสัมภาษณ์ การพูดคุยแบบมีส่วนร่วม หรือการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและนำผลที่ได้มาพัฒนาในครั้งต่อไป และ 2)การประเมินผลภาพรวมการท่องเที่ยวเช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริหารการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวในภาพรวมอาจจะทำการประเมินทุก ๆ 3 เดือน เพื่อตรวจสอบการจัดการท่องเที่ยวและนำผลที่ได้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวทุกมิติเพื่อให้การท่องเที่ยวมีความพร้อมเป็นแหล่งสร้างการเรียนรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายปัจจัยที่ประกอบเข้าด้วยกันแล้วทำให้รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนประสบความสำเร็จ เกิดประโยชน์และคุณค่าต่อชุมชน ตลอดจนสามารถก่อให้เกิดการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์แก่ผู้มาเยือนในเชิงสร้างสรรค์

ได้แก่ 1) ศึกษา สำรวจทรัพยากรในชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนที่มี 2) สร้างศักยภาพของตัวชุมชน และความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยว 3) กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกฎกติกาต่างๆ ในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยว 4) กำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน 5) จัดทำโปรแกรมเส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน 6) ทดลอง และประเมินผล โปรแกรม

กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน 7) พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิด ความสร้างสรรค์ที่สามารถต่อยอดให้กับชุมชน 8) จัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดและการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน และ 9) การติดตาม และ ประเมินผล โดยทั้ง 9 ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน ให้ประสบความสำเร็จ และยังประโยชน์ของการท่องเที่ยวให้ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยสมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกับชุมชนเรียนรู้ร่วมกัน ผู้ร่วมกิจกรรมเป็นมากกว่าผู้ชม ได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับทรัพยากรและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับคุณสมบัติของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ

เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2560:9) และในส่วนชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะได้รับผลตอบแทนของการจัดการรูปแบบกิจกรรมในชุมชน สอดคล้องกับขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560:25-46) ทั้งนี้ สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในชุมชนของหน่วยงานต่าง ๆ ของกัลยาณี ธรรมจารีย์ (2558:23-25) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนมีส่วนให้ชุมชนได้ช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้วให้คงอยู่คู่ชุมชนตลอดไป ด้วยการบันทึกองค์ความรู้พื้นฟู รักษา สืบสาน ประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา และสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น และประการสำคัญ คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของพัฒนาคน และพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมตลอดไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยาณี ธรรมจารีย์. (2558). จัดการท่องเที่ยวอย่างไรให้ชุมชนเกิดความยั่งยืน. *วารสารวิชาการเฉลิมกาญจนา*. 2(3), 23-25.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *รัฐบาลประกาศปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก https://thai.tourismthailand.org/ข่าวอัพเดท/detail?home_new_id=2766
- กรมการท่องเที่ยว. (2559). *สรุปรายได้และ ค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2558*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.tourism.go.th/view/1/สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย%20ปี%202558/TH-TH>
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวนานาชาติ*. 13(2), 25-46.
- ภัณณิ แก้วสง่า และนิศาชล จันทศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. *Suranaree J. Soc. Sci.* 6(1), 93-111.
- ลัดดาวรรณ ทองใบ. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีส เทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์*, 8(2), 103-112.
- วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์. (2557). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2559). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก <http://>

www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang= 20112012094103#.W_x3UTgzbDc
สินธุ์ สโรบล. (2557). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก https://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=957:2013-12-07-02-14-40&&option=com_content&view=article&id=957:2013-12-07-02-14-40
องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2560). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคุน แอนด์ โค จำกัด.

ผลจากความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว
ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ
THE EFFECT OF CLUSTERING OF THE TOURISM ECONOMIC SECTORS OF PROVINCIAL
CLUSTER IN THE SOUTHERN GULF OF THAILAND TO THE ECONOMIC GROWTH

เกียรติชจร ไชยรัตน์¹ ภัทรา สมประสงค์² สุภากร กังจี้³ และ ชรัสรา ปานทอง¹
Kiakajon Chairat¹ Phattra Somprasong² Supaporn Kongchi³ and Charisara Panthong¹

¹ สาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

² สาขาการเงิน คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

³ สาขาการบัญชี คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

¹ Department of Management, Faculty of Management Technology,
Rajamangala University of Technology Srivijaya

² Department of Finance, Faculty of Management Technology,
Rajamangala University of Technology Srivijaya

³ Department of Accounting, Faculty of Management Technology,
Rajamangala University of Technology Srivijaya

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยบทความ คือวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวตามแนวคิดเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และทดสอบผลความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมดังกล่าวที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แบบจำลองประมาณการสมการแบบ Panel Data ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดและภาพรวมของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยของภาคการค้าและบริการสูงที่สุดในขณะที่สาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว พบว่า สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร มีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาคุณลักษณะความเป็นกลุ่มจากความสัมพันธ์ในภาคกิจกรรมทางเศรษฐกิจพบว่า สาขาลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคลมีความสามารถในการผลิตของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาพรวมมากกว่าระดับภาคใต้

ผลการทดสอบการลักษณะความเป็นกลุ่มที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโดย พบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยถูกกำหนดโดยมูลค่าของทุนและจำนวนแรงงาน และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์กับตัวแปรความชำนาญในแต่ละภาคกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละตัวแปร พบว่า ความชำนาญในสาขาการโรงแรมและภัตตาคารมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ความเป็นกลุ่ม การได้ประโยชน์จากการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม สาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

Abstract

The objective of this research were to analyze the characteristics of the economic activities in tourism sector of provincial clustering of the Southern shore of the Gulf of Thailand, consisting of Chumphon, Surat Thani, Nakhon Si Thammarat, Phatthalung province and also investigated the effects of provincial clustering into economic development.

Panel data and model use to analyze characteristics of the economic activities in tourism sector of provincial clustering and also estimate the provincial clustering test on economic growth. The research found the provinces and provincial clustering the Southern shore of the Gulf of Thailand have the highest average economic value of commercial and services sectors, while the economic activity in tourism sector shown the hotel and restaurant sector was found highest average economic value. To analyze characteristics of provincial clustering was found the household's individual labor force sectors present the capacity to produce economic activities as specialization sector more than the whole in the Southern

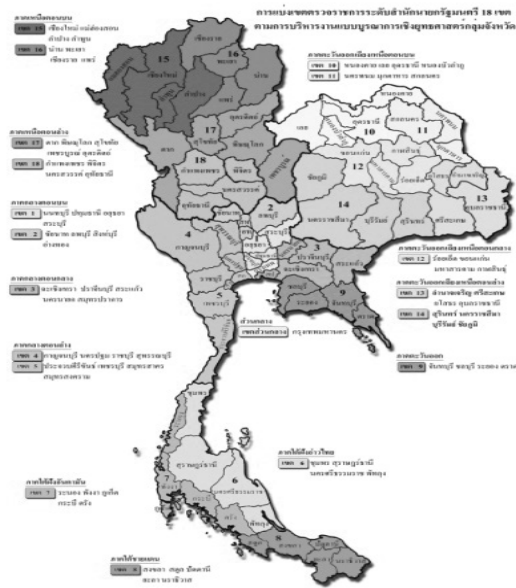
The results of panel data model that use to estimate the provincial clustering test on economic growth presented the economic value of the Southern shore of the Gulf of Thailand effect by the value of capital and labor as important variables. The result testing relationship with the characteristics of provincial clustering in each tourism economic sectors found the sectors of hotel and restaurant was statistical significant.

Keywords: Clustering, Agglomeration Effects, Tourism economic sectors, Provincial clustering of the Southern shore of the Gulf of Thailand

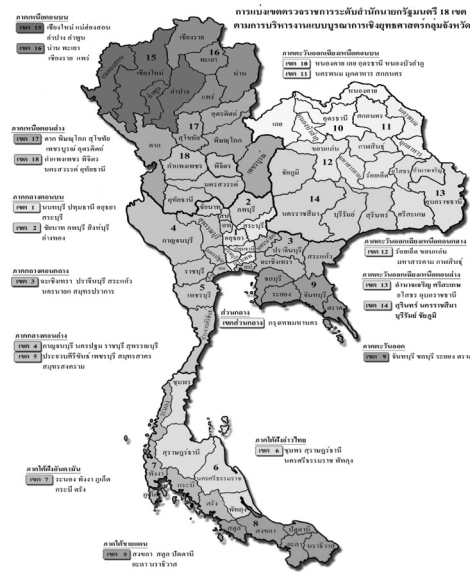
บทนำ

ในระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยในช่วงแรกของการวางแผนมีแนวนโยบายการพัฒนาพื้นที่เมืองและภูมิภาคเริ่มในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515-2519) มีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาระหว่างกรุงเทพมหานครและเมืองในภูมิภาคต่าง ๆ ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับต่อมาได้มีการดำเนินนโยบายการพัฒนาเมืองศูนย์กลางความเจริญในภูมิภาคเพื่อการกระจาย

ความเจริญและกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาค โดยเฉพาะการพัฒนาแบบเมืองหลักและเมืองรองในภาคต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ มีการนำแนวคิดเรื่องเครือข่ายภูมิภาค (Regional Networks) มาเป็นแนวทางการพัฒนา เพื่อส่งเสริมการขยายตัวของเมืองหลักให้เป็นศูนย์กลางความเจริญในแต่ละภูมิภาคซึ่งจะเป็นฐานการส่งต่อความเจริญไปสู่ส่วนอื่นในภูมิภาค ใช้แนวคิดการพัฒนาที่สมดุลควบคู่กับแนวคิดการพัฒนาแบบองค์รวม มีการกระจายอำนาจให้เกิดความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจและสังคม



ภาพที่ 1 แผนที่จำแนกกลุ่มจังหวัด 18 กลุ่ม



ภาพที่ 2 แผนที่กลุ่มจังหวัดในภาคใต้ 3 กลุ่ม

แนวความคิดประการหนึ่งสำหรับการบริหารงานเชิงพื้นที่ที่มีการดำเนินการ คือการจัดกลุ่มจังหวัด ซึ่งมีมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 22 กรกฎาคม 2546 ได้เห็นชอบแนวทางการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด และกำหนดนิยาม “กลุ่มจังหวัด” ว่าหมายถึงการจัดกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ หรือมีความเกี่ยวเนื่องทางเศรษฐกิจ การผลิต การค้า การลงทุน หรือมีลักษณะปัญหาเฉพาะที่เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ที่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างจังหวัดในรูปของการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงเข้าด้วยกันทำให้ในแต่ละพื้นที่มีตำแหน่งในการพัฒนาที่ชัดเจน ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดกลุ่มจังหวัดและคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 รับรองการมีกลุ่มจังหวัดตามแต่ละภูมิภาคทั้งหมด 18 กลุ่ม กลุ่มดังกล่าวที่ 1 การดำเนินงานของกลุ่มจังหวัดมีผลตามกฎหมายและเริ่มมีการดำเนินการจริงตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา

ปัจจุบันแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) มียุทธศาสตร์การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาและเร่งดำเนินการการสร้างเสริมความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่ที่สร้างรายได้ รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคและเมืองให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งคือการยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่พื้นที่เชื่อมโยงรวมทั้งชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องมีการพิจารณา คือสนับสนุนให้จังหวัดเป็นแหล่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสร้างคุณค่าห่วงโซ่อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความหลากหลายและมีมาตรฐานระดับสากล รวมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันภาคใต้ดังภาพที่ 2 ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว มีการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันและอ่าวไทย และแหล่งท่องเที่ยวบนบกบริเวณพื้นที่ตอนในที่มีศักยภาพสูง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีศักยภาพอื่นๆ เพื่อเชื่อมโยงเป็นเส้นทางโครงข่ายการท่องเที่ยว กับแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีชื่อเสียงในจังหวัด และพัฒนาเป็นฐานเศรษฐกิจที่สร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับท้องถิ่นและชุมชน

บทความการวิจัยครั้งนี้มุ่งตรวจสอบคุณลักษณะของความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวตามแนวคิดเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ซึ่งจะได้รับผลต่อการได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มที่แตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่ การวิจัยคาดหวังว่าการตรวจสอบคุณลักษณะของความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดซึ่งทำให้เกิดการได้ประโยชน์จากความเป็นกลุ่ม (Agglomeration Effect) ที่ได้รับการภายนอก (Externalities) และจะมีผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของพื้นที่ จะแสดงถึงผลที่ได้รับจากการวิจัยที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินนโยบายการจัดกลุ่มจังหวัดเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเชิงพื้นที่ในด้านการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคเพื่อที่จะส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1) วิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวตามแนวคิดเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย
- 2) ทดสอบผลความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ได้ตรวจเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และการวิจัยเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก และหลากหลายประเด็น ดังนั้นขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องเป็น 2 ส่วนสำคัญคือ 1) การตรวจเอกสารเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม และ 2) การตรวจเอกสารเกี่ยวกับผลการรวมกลุ่มที่มีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ รายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสารเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นกลุ่ม

การรวมกลุ่ม (Cluster) มีชื่อเรียกและใช้ในการอธิบายที่แตกต่างกันตามลำดับช่วงเวลา เช่น เขตอุตสาหกรรม (Industrial District) กลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Cluster) การได้ประโยชน์จากการรวมกลุ่มกัน (Agglomeration) หรือคำอื่นๆ Porter (1990) เป็นนักวิชาการที่ทำให้คำว่า การรวมกลุ่ม (Cluster) เป็นที่นิยมและใช้กันอย่างกว้างขวางได้ให้คำนิยามของการรวมกลุ่มหมายถึงการกระจุกตัวในพื้นที่ของหน่วยธุรกิจที่มีการติดต่อระหว่างกันรวมทั้งสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่การนิยามความหมายการรวมกลุ่มของนักวิชาการอื่น ๆ เช่น Marshall (1890) Krugman (1991) Saxenian (1994) Hill and Brennan (2000) Rosenfeld (2005) Cortright (2006) และ Glaeser and Gottlieb (2009) อธิบายแนวความคิดความกลุ่มมีความหลากหลายในการนำเสนอตามวาทกรรมทางภาษาที่แตกต่างกัน (Terminology) มีการขยายความหรืออธิบายความหมายที่ต่างกันขึ้นอยู่กับจุดเน้นตามวัตถุประสงค์การศึกษาและหน่วยการวิเคราะห์ รวมทั้งการนำระเบียบวิธีการศึกษาตลอดจนเทคนิคในการวิเคราะห์ความเป็นกลุ่มในแต่ละระดับทั้งระดับภูมิภาค ระดับอุตสาหกรรมหรือระดับประเทศมาเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ทำให้ความซ้ำซ้อนหรือทิศทางในการนิยามการรวมกลุ่มแตกต่างกันไป ทั้งนี้โดยภาพรวมจากการนิยามและข้อค้นพบจากการ

วิจัยเชิงประจักษ์พบว่ามีความเห็นที่สอดคล้องร่วมกัน Chairat et.al. (2015) นำเสนอแนวคิดที่ใช้เกณฑ์อธิบายความเป็นกลุ่ม 3 ประการ คือ 1) แนวคิดเชิงพื้นที่ 2) แนวคิดความสัมพันธ์ และ 3) แนวคิดปัจจัยด้านจุลภาคที่มีต่อแรงขับเคลื่อนสู่ความเป็นกลุ่มสำหรับการวิจัยในครั้งนี้จะพิจารณาเฉพาะการรวมตามแนวคิดเชิงพื้นที่

การรวมกลุ่มตามแนวคิดเชิงพื้นที่

พื้นฐานแนวคิดของการรวมกลุ่มเชิงพื้นที่มาจากทฤษฎีแหล่งที่ตั้ง (Location of Economic Activity) เป็นการศึกษาถึงเหตุผลที่มีต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งของหน่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่นั้น ๆ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะทางกายภาพทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละพื้นที่ ลักษณะรูปแบบของการดำรงชีวิต ระบบเศรษฐกิจ ระบบสถาบัน ระบบสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มบุคคลต่างๆซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่และแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการกระจายตัวของหน่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามพื้นที่ต่างๆ

การพิจารณาบทบาทสำคัญของที่ตั้งของพื้นที่ (Location) มาเป็นปัจจัยหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์มีแนวคิดพื้นฐานเดิมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้ง Von Thunen (1826) Weber (1920) และ Losch, (1954) ยังคงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเนื่องจากการที่มีที่ตั้งที่อยู่ใกล้กัน (Proximity) ของหน่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจทำให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะของแรงงานในพื้นที่ (Specialization) รวมทั้งผลประโยชน์จากภายนอก (External Economies) ที่มีผลต่อการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of Scale) ทำให้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของหน่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้รับประโยชน์จากการรวมกันซึ่งมีผลอยู่ 3 รูปแบบสำคัญ คือ 1) ความเชี่ยวชาญเฉพาะในพื้นที่ (Localization Economies) และ 2) ภาวะความเป็นเมือง (Urbanization Economies) และ 3) ความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ที่มีที่

ตั้งในพื้นที่ของกลุ่มอุตสาหกรรมที่หลากหลาย (Jacobs's Externalities)

แนวคิดภูมิเศรษฐศาสตร์ใหม่ (New Economic Geography: NEG) โดย Krugman (1990) และ Fujita, Krugman and Venables (1998) ได้อธิบายถึงการตัดสินใจเลือกที่ตั้งของหน่วยธุรกิจที่มีการรวมกลุ่ม โดยได้ประโยชน์จากผลของต้นทุนการขนส่งสินค้าสู่ตลาดที่ถูกลง (Transportation Costs) การประหยัดจากการเพิ่มขึ้นของขนาดการผลิต (Increasing Return to Scale) และการแข่งขันกันของเมือง (Urban Competition) ที่เป็นการแข่งขันซึ่งพิจารณาจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ด้านราคา (Diversify หรือ Variety) กล่าวคือ เมื่อหน่วยธุรกิจเลือกที่ตั้งด้วยเหตุผลจากการประหยัดจากการเพิ่มขึ้นของขนาดการผลิตรวมทั้งต้นทุนการขนส่งที่ถูกลงทำให้หน่วยธุรกิจมีความเข้มแข็งมากขึ้น หน่วยธุรกิจจะมีความสามารถในการกำหนดราคา ภายใต้เงื่อนไขที่ถูกค้าและผู้ขายวัตถุดิบสามารถเคลื่อนย้ายไปยังพื้นที่ที่มีแรงจูงใจทางเศรษฐกิจของตนเองได้อย่างเสรี หน่วยธุรกิจมีการตัดสินใจที่มีเหตุผลจากการได้ประโยชน์จากการประหยัดจากขนาดการผลิตภายในของหน่วยธุรกิจจากการผลิตในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้จะใช้หลักการสำคัญของการวิเคราะห์ฐานเศรษฐกิจ คือ การตัดสินใจว่าสาขาการผลิตใดของจังหวัดนั้น ๆ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์อัตราส่วนที่ตั้ง (Location Quotient Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ที่จะบอกให้รู้ว่าจังหวัดที่ศึกษามีความชำนาญเป็นพิเศษ

การทบทวนเอกสารความเป็นกลุ่มกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

บทบาทของการได้ประโยชน์จากการรวมกลุ่มที่ทั้งในแง่การผลิตที่มีการประหยัดจากขนาดและการสะสมของความรู้ในการผลิต โดยผ่านการกระจายความรู้และบทบาทของสถาบันที่มีต่อการกระจายของ

Externalities ในพื้นที่ที่มีผลต่อกระบวนการในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ จะช่วยในการสนับสนุนต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่เดียวกัน ดังที่ Diaz-bantita and Alejandro (2005) เสนอว่ากระบวนการพัฒนาในพื้นที่ที่พิจารณาพลวัตของการกระจายความรู้และบทบาทของสถาบันที่มาจาก การกระจายของ Externalities เพื่อใช้ในการดำเนินงานของหน่วยการผลิตจะช่วยให้การเติบโตของพื้นที่รวดเร็วมากกว่าพื้นที่ที่ไม่มีการพิจารณาในบริบทดังกล่าว Cooke (2003) และ Leibovits (2003) ชี้ให้เห็นว่าหน่วยการผลิตได้รับประโยชน์เพิ่มจากความใกล้ชิดกันในพื้นที่ที่จะกระตุ้นให้เกิดกระบวนการในการเรียนรู้ระหว่างกันและการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ สอดคล้องกับ Phelps (2004) ที่เสนอว่าหากมีการส่งเสริมจากนโยบายของรัฐในการสนับสนุนการเกิดการรวมกลุ่มที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ที่จะก่อให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองและภูมิภาคในระยะยาว

แบบจำลองพื้นฐานสำคัญในการอธิบายการเติบโตทางเศรษฐกิจของ Solow (1957) ใช้ตัวแปรที่กำหนดผลผลิตของการผลิตให้เพิ่มขึ้น คือ Total Output (GDP) เป็นตัวชี้วัดการเติบโตทางเศรษฐกิจ Romer (1986) Lucas (1988) ได้เสนอทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจแนวใหม่ (New Growth Theory หรือ Endogenous Growth Theory) ได้กำหนดให้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมาเป็นปัจจัยที่สำคัญในแบบจำลองเพื่อใช้ในการอธิบายการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีการนำตัวแปรเทคโนโลยีและทุนทางมนุษย์ เช่น การศึกษา การวิจัยและพัฒนา หรือการเรียนรู้ระหว่างกัน เป็นตัวแปรที่ใช้ในการอธิบายผลการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในแง่มุมนี้บทบาทของความรู้นั้นที่สามารถกระจายหรือถ่ายทอด แลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Spillovers) จึงเป็นตัวแปรที่บอกถึงประโยชน์ด้านบวก (Positive External Effects)

ที่มีความสำคัญต่อนโยบายของรัฐที่จะต้องมีการสนับสนุนกระตุ้นในด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมใหม่ สอดคล้องกับบทบาทของทำเลที่ตั้งที่มีการกระจุกตัวในพื้นที่ของหน่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามแนวคิดของ Marshall รวมทั้งการอธิบายแรงขับเคลื่อนที่มีต่อการเป็นกลุ่มผ่านปัจจัยพื้นฐานทางด้านจุลภาคเช่น อุปสงค์ในพื้นที่ ความเชี่ยวชาญเฉพาะในพื้นที่ โครงสร้างหน่วยธุรกิจและบทบาทของสถาบัน เป็นต้น มีผลต่อกลไกของต้นทุนและผลิตภาพที่หน่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้รับจากการประหยัดจากขนาดที่เพิ่มขึ้นซึ่งมาจากการที่มีที่ตั้งอยู่ใกล้หรือการรวมกลุ่มกัน กล่าวโดยสรุปแนวคิดการรวมกลุ่มที่มีส่วนช่วยในการอธิบายเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่เป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะที่ผลลัพธ์ที่ตามมาคือความเข้มแข็งในสมรรถนะทางเศรษฐกิจ แสดงโดยตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ เช่น GDP per Capita อัตราการว่างงาน ค่าจ้างโดยเฉลี่ย การเข้ามาลงทุนจากภายนอก เป็นต้น

วิธีการวิจัย

หน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis)

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาซึ่งจะเป็นหน่วยการวิเคราะห์สำหรับการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และพัทลุง

เครื่องมือการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ความเป็นกลุ่มแต่ละจังหวัดและเป็นข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการทดสอบผลการจัดกลุ่มจังหวัดต่อพัฒนาการทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ข้อมูลที่สำคัญเป็นข้อมูลทางเศรษฐกิจ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) สามสาขา กิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของภาคการ

ค้าและบริการ ในแต่ละจังหวัด ซึ่งประกอบด้วย สาขา การโรงแรมและภัตตาคาร สาขาการให้บริการด้าน ชุมชน สังคมและบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ และสาขา ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล โดยมีการจัดข้อมูลแบบ Panel Data คือมีข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ถึง 2558 ทั้งนี้ระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2560

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นกลุ่มของ สาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว จังหวัดตามแนวคิดที่แนวคิดเชิงพื้นที่

การวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจ (Economic Structure) แนวความคิดเรื่องทฤษฎีฐาน เศรษฐกิจ (Economic Base) อธิบายว่าบทบาททาง เศรษฐกิจของจังหวัดถูกกำหนดโดยสาขาการผลิตที่ จังหวัดมีความชำนาญเป็นพิเศษ จนสามารถส่งเป็น สินค้าออกไปขายภายนอกจังหวัด สินค้าดังกล่าวอาจ จะอยู่ในรูปของการเคลื่อนย้ายทั้งสินค้า แรงงาน หรือ การให้บริการต่าง ๆ ตลอดจนรายจ่ายที่คนภายนอก ใช้ซื้อสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นภายในจังหวัด ซึ่งไม่ สามารถเคลื่อนย้ายได้ด้วยเหตุผลเรื่องที่ตั้ง ภูมิศาสตร์ และความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สาขาการผลิตที่ มีหน้าที่ดังกล่าวเป็นสาขาที่เป็นฐานเศรษฐกิจของ จังหวัด เรียกว่า Basic Sector ส่วนกิจกรรมหรือสาขา การผลิตเสริมที่ตอบสนองความต้องการของการจ้าง งานและรายได้ใน Basic Sector จะพิจารณาเป็นสาขา ที่ไม่ใช่ฐานเศรษฐกิจของจังหวัด จะเรียกว่า Non-Basic Sector

การวิเคราะห์ข้อมูลการรวมกลุ่มในการวิจัย ครั้งจะใช้หลักการสำคัญของการวิเคราะห์ฐาน เศรษฐกิจ คือ การตัดสินใจว่าสาขาการผลิตใดของจังหวัด นั้น ๆ เป็น Basic Sector หรือ Non-Basic Sector นั่นคือเทคนิคการวิเคราะห์อัตราส่วนที่ตั้ง (Location Quotient Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ที่

จะบอกให้รู้ว่าจังหวัดที่ศึกษามีความชำนาญเป็นพิเศษ (เกินกว่าระดับภาค/ประเทศ) ในสาขาการผลิตใด และ เมื่อมีความชำนาญเป็นพิเศษก็เป็นที่น่าคิดว่าจะส่งสินค้า ที่ผลิตได้ในสาขาการผลิตนั้นเป็นสินค้าออก สาขาการ ผลิตที่จังหวัดมีความชำนาญเป็นพิเศษจึงถูกพิจารณา ว่าเป็นสาขาการผลิตที่เป็นฐานเศรษฐกิจของจังหวัด

การคำนวณค่าระดับความชำนาญโดย วิธี Location Quotient (LQ)

$$LQ_{I,NR,TH} = (e_{I,NR} / e_{NR}) / (E_{I,TH} / E_{TH})$$

โดยที่

$e_{I,NR}$ = รายได้หรือผลผลิตทางเศรษฐกิจที่ สนใจในสาขาการผลิต I ของจังหวัด

$E_{I,TH}$ = รายได้หรือผลผลิตทางเศรษฐกิจที่ สนใจในสาขาการผลิต I ของกลุ่มจังหวัด

e_{NR} = รายได้หรือผลผลิตทางเศรษฐกิจที่ สนใจในทุกสาขาการผลิตของจังหวัด

E_{TH} = รายได้หรือผลผลิตทางเศรษฐกิจที่ สนใจในทุกสาขาการผลิตของกลุ่มจังหวัด

การแปลผล

$LQ > 1$ จังหวัดชำนาญกว่า หรือน่าจะเป็น สาขาการผลิต หรือสาขาการผลิตฐาน (จังหวัดเป็น Basic sector ให้บริการเฉพาะในพื้นที่)

$LQ < 1$ กลุ่มจังหวัดชำนาญกว่า (จังหวัดเป็น Non basic sector ให้บริการเฉพาะในพื้นที่)

$LQ = 1$ ระดับเดียวกัน

การวิเคราะห์ความเป็นกลุ่มของสาขา กิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อการ พัฒนาเศรษฐกิจ

การทดสอบผลการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีต่อ เป้าหมายจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจจะพิจารณาจาก การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Growth) เป็นการทดสอบ จากแบบจำลองซึ่งกำหนดให้ Production Function เป็นแบบ Cobb-Douglas

$$Y_{it} = K_{it}^{\alpha} (L_{it})^{\beta}; \\ 0 < \alpha, \beta < 1 \text{ ---- (1)}$$

โดยที่ Y_{it} คือ มูลค่าผลผลิตสาขา i ณ เวลา t
 K_{it} คือ ทุนทางเศรษฐกิจสาขา i ณ เวลา t
 L_{it} คือ แรงงานทางเศรษฐกิจสาขา i ณ เวลา t

ในขณะที่การวิเคราะห์การเติบโตของกลุ่มจังหวัดจะนำตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์ความเป็นกลุ่ม (C_{it}) มาใช้แบบจำลองการผลิตเพื่อวิเคราะห์ผลของความเป็นกลุ่มที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีแบบจำลองกำหนดให้ Production Function เป็นแบบ Cobb-Douglas เช่นกัน

$$Y_{it} = K_{it}^{\alpha} (L_{it})^{\beta} C_{it}^{\gamma}; \\ 0 < \alpha, \beta, \gamma < 1 \text{ ---- (2)}$$

โดยที่ C_{it} คือ ค่าความชำนาญของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (LQ) สาขา i ณ เวลา t

สำหรับการทดสอบการรวมกลุ่มที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจจะวิเคราะห์ โดยใช้แบบจำลองจำนวน 3 แบบจำลองประกอบด้วย

แบบจำลองที่ 1 แบบจำลอง Production Function เป็นแบบ Cobb-Douglas ที่มีการพิจารณา ค่าความชำนาญของสาขาการโรงแรมและภัตตาคาร (LQ)

$$Y_{it} = K_{it}^{\alpha} (L_{it})^{\beta} C_{h \& r, t}^{\gamma}; \\ 0 < \alpha, \beta, \gamma < 1 \text{ ---- (3)}$$

โดยที่ $C_{h \& r, t}$ คือ ค่าความชำนาญของสาขาการโรงแรมและภัตตาคาร ณ เวลา t

แบบจำลองที่ 2 แบบจำลอง Production Function เป็นแบบ Cobb-Douglas ที่มีการพิจารณา ค่าความชำนาญของสาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคมและบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ (LQ)

$$Y_{it} = K_{it}^{\alpha} (L_{it})^{\beta} C_{c \& s, t}^{\gamma}; \\ 0 < \alpha, \beta, \gamma < 1 \text{ ---- (4)}$$

โดยที่ $C_{c \& s, t}$ คือ ค่าความชำนาญสาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคมและบริการส่วนบุคคล ณ เวลา t

แบบจำลองที่ 3 แบบจำลอง Production Function เป็นแบบ Cobb-Douglas ที่มีการพิจารณา ค่าความชำนาญของสาขาลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล (LQ)

$$Y_{it} = K_{it}^{\alpha} (L_{it})^{\beta} C_{p \& s, t}^{\gamma}; \\ 0 < \alpha, \beta, \gamma < 1 \text{ ---- (5)}$$

โดยที่ $C_{p \& s, t}$ คือ ค่าความชำนาญของสาขาลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล ณ เวลา t

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นกลุ่มของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของ 4 จังหวัดและของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยตามแนวคิดที่แนวคิดเชิงพื้นที่

โครงสร้างทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โดยภาพรวมพบว่าภาคการค้าและบริการมีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 162,339.91 ล้านบาท รองลงมาคือภาคเกษตรกรรม มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 145,641.86 ล้านบาท และภาคอุตสาหกรรมมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 74,225.81 ล้านบาท เมื่อพิจารณารายสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว พบว่า สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร มีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 17,994.66 ล้านบาท สาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคมมีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 2,734.85 ล้านบาท และ สาขาลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคลมีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 455.21 ล้านบาท

ในขณะที่ลักษณะการรวมกลุ่มของกลุ่ม สามารถในการผลิตของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจใน
จังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โดยภาพรวม พบว่าผลการ ภาพรวมของกลุ่มจังหวัดมากกว่าระดับภาคใต้ ได้แก่
วิเคราะห์ค่า LQ ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งแสดงถึงความ สาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 ค่าความชำนาญสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจ (LQ) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยโดยเฉลี่ย

จังหวัด/สาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจ	GPP เฉลี่ย ปี 2549 - 2558	ค่า LQ เฉลี่ย เฉลี่ย ปี 2549 - 2558
จังหวัดชุมพร		
ภาคการค้าและบริการ (ล้านบาท)	23,000.87	0.88
- สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร	413.83	0.15
- สาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคม	544.88	1.22
- สาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	28.49	0.42
Gross provincial product (GPP)	62,209.39	-
จังหวัดสุราษฎร์ธานี		
ภาคการค้าและบริการ (ล้านบาท)	23,000.87	1.08
- สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร	413.83	2.28
- สาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคม	544.88	0.70
- สาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	28.49	0.58
Gross provincial product (GPP)	62,209.39	-
จังหวัดนครศรีธรรมราช		
ภาคการค้าและบริการ (ล้านบาท)	53,266.28	0.95
- สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร	847.19	0.15
- สาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคม	1,080.54	1.14
- สาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	282.76	1.73
Gross provincial product (GPP)	132,743.80	-
จังหวัดพัทลุง		
ภาคการค้าและบริการ (ล้านบาท)	14,725.90	1.10
- สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร	62.43	0.04
- สาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคม	332.52	1.46
- สาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	39.36	1.16
Gross provincial product (GPP)	31,810.04	-
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย		
ภาคการค้าและบริการ (ล้านบาท)	162,339.91	0.89

- สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร	17,946.26	0.63
- สาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคม	2,734.85	0.71
- สาขาลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	455.21	1.10
Gross provincial product (GPP)	382,207.58	-

ที่มา : จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นกลุ่ม
ของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่มี
ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ผลการทดสอบการลักษณะการรวมกลุ่ม
ที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้แบบจำลองการ
ประมาณการสมการ Panel Data โดยการทดสอบการ
ประมาณการสมการ 3 แบบจำลอง

ตารางที่ 2 ผลการประมาณสมการ ความสัมพันธ์ระหว่าง Lny, LnK, LnL, Ch & r, Cc & s และ Cp & s

ตัวแปร	แบบจำลองที่ 1		แบบจำลองที่ 2		แบบจำลองที่ 3	
	Fixed Effects	Random Effects	Fixed Effects	Random Effects	Fixed Effects	Random Effects
Constant	- 5.890 *	- 1.190 *	- 5.812 *	- 1.215 *	- 5.481 *	- 1.291 *
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
	0.946 *	0.990 *	0.904 *	0.995 *	0.908 *	0.983 *
Ln_K	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
	0.425 *	0.017	0.453 *	0.014	0.423 *	0.031
Ln_L	(0.001)	(0.537)	(0.001)	(0.610)	(0.002)	(0.383)
	0.058 **	0.003				
Ch & r	(0.030)	(0.639)				
			- 0.083	0.004		
Cc & s			(0.457)	(0.915)		
					- 0.005	- 0.011
Cp & s					(0.802)	(0.478)
Adjust-R ²	0.9724	0.9692	0.9727	0.9690	0.9726	0.9693
Statistic (Prob.)	F-statistic	Wald Chi	F-statistic	Wald Chi	F-statistic	Wald Chi
	968.04 (0.00)	8749.91 (0.00)	915.75 (0.00)	8729.75 (0.00)	909.72 (0.00)	8718.13 (0.00)
Hausman's						
Specification Test	(Prob.) = 15.89 * (0.0015)		(Prob.) = 11.12 * (0.0012)		(Prob.) = 9.96 * (0.0189)	
Chi2						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : สัญลักษณ์ *, ** และ *** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ

จากการทดสอบ สมการที่เหมาะสมคือสมการที่ประมาณค่าด้วยวิธี Fixed Effects ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ทั้งสามแบบจำลอง ทั้งนี้ มีเพียงแบบจำลองเดียวที่มีนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรที่แสดงถึงอิทธิพลของความเป็นกลุ่มของสาขากิจการทางเศรษฐกิจคือ แบบจำลองที่ 1 โดยมีตัวแปรความชำนาญในสาขากิจการโรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร (ความชำนาญในภาคเศรษฐกิจกิจการการค้าและบริการ) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นกลุ่มของสาขากิจการทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว 4 จังหวัดและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ผลการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ซึ่งโดยภาพรวม ภาคการค้าและบริการมีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 162,339.91 ล้านบาท รองลงมาคือ ภาคเกษตรกรรม มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 145,641.86 ล้านบาท และภาคอุตสาหกรรมมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 74,225.81 ล้านบาท ซึ่งชี้ให้เห็นถึงบทบาทของภาคการค้าและบริการของกลุ่มจังหวัดที่มีมูลค่าสูง

เมื่อพิจารณารายสาขา พบว่า ภาคเกษตรกรรมในสาขากิจการทางเศรษฐกิจสาขาเกษตรกรรม ลำสัตว์ และการป่าไม้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 119,140.01 ล้านบาท ภาคอุตสาหกรรม ซึ่งสาขาอุตสาหกรรมมีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 49,600.46 ล้านบาท ในขณะที่ภาคการค้าและบริการซึ่งมีสาขาการขนส่ง /ปลีก ยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคล/ครัวเรือนมีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยคือ 44,132.69 ล้านบาท โดยที่สาขาการศึกษาที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ย 23,010.40 ล้านบาท สาขาการ

บริหารราชการ 22,012.96 ล้านบาท และสาขาการโรงแรมและภัตตาคาร 17,946.26 ล้านบาท ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของแต่ละภาคกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า ภาคการค้าและบริการมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าทางเศรษฐกิจในรอบ 10 ปี มากที่สุด (พ.ศ. 2549 – 2558) โดยเฉพาะสาขาการโรงแรมและภัตตาคาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาคการค้าและบริการของจังหวัดในกลุ่มภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดที่มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการรวมกลุ่ม 4 จังหวัดและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการรวมกลุ่มของ 4 จังหวัดและของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยใช้ข้อมูลจากการคำนวณค่า LQ ของสาขากิจการทางเศรษฐกิจทั้ง 3 สาขากรรม โดยภาพรวมกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีลักษณะการรวมกลุ่มซึ่งพิจารณาจากค่า LQ ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการผลิตของสาขากรรมทางเศรษฐกิจในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดมากกว่าระดับภาคใต้ ได้แก่ ภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรม

ในขณะที่โดยภาพรวมภาคการค้าและบริการมีค่า LQ น้อยกว่า 1 แต่ระดับสาขากรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า สาขาการขนส่ง /ปลีก ยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคล/ครัวเรือน สาขาตัวกลางทางการเงิน สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ สาขาการบริหารราชการ สาขาศึกษา และสาขาด้านการท่องเที่ยวคือสาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล มีค่า LQ มากกว่า 1

ผลการทดสอบคุณลักษณะความเป็นกลุ่มของสาขากรรมทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ

การทดสอบลักษณะการรวมกลุ่มที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ พบว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยถูกกำหนดโดยมูลค่าของ

ทุนและจำนวนแรงงาน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อมีการพิจารณาความสัมพันธ์กับตัวแปรความชำนาญในแต่ละภาคกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่าความชำนาญภาคกิจกรรมการค้าและบริการในสาขาการโรงแรมและภัตตาคาร มีนัยสำคัญทางสถิติต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจ

จากผลการวิเคราะห์ลักษณะการรวมกลุ่ม 4 จังหวัดและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และผลการวิเคราะห์การลักษณะการรวมกลุ่มที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ แสดงให้เห็นถึงบทบาทของภาคการค้าและบริการที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ดังนั้นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจควรพิจารณาในภาคเศรษฐกิจการค้าและการบริการ ขณะเดียวกันควรพิจารณาว่าสาขา กิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาคการค้าและการบริการที่มีผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นสาขากิจกรรมที่ควรส่งเสริม สร้างความเข้มแข็ง และประเด็นที่สำคัญ คือ ความเชื่อมโยงระหว่างกันของสาขากิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Linkage) โดยเฉพาะสาขาที่อยู่ในภาคการค้าและการบริการ

ข้อเสนอแนะ

การผลการวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

บรรณานุกรม

- Chairat K., et. (2015). *Provincial Clustering: Effects on Empirical Economic Development in Southern Thailand*. Applied Econometrics and International Development Volume 15-1, January-June.
- Chairat K., et. (2015). *Provincial Clustering in Southern Thailand: Concept and Empirical*. Regional Science Inquiry Volume VII, Number 1, June,.
- Cortright, J. (2006). *Making sense of clusters: regional competitiveness and economic development*. Discussion paper Brookings Institution Metropolitan Policy Program.
- Fujita M. and Thisse J.-F. (2004). *Economies of Agglomeration, Cities, Industrial Location and Regional Growth*. Cambridge, Cambridge University Press.

1) ควรมีการพิจารณาตัวชี้วัดอื่นๆ ที่บ่งชี้ถึงคุณลักษณะความเป็นกลุ่มและสามารถชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะที่สำคัญซึ่งอาจจะมีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น ตัวชี้วัดความเชื่อมโยงภายในกลุ่ม ตัวชี้วัดลักษณะการกระจายตัว หรือตัวชี้วัดระดับจุลภาคของพื้นที่ เป็นต้น หากตัวชี้วัดดังกล่าวแสดงถึงผลที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ก็สามารถเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาทางเศรษฐกิจต่อพื้นที่ได้

2) การทดสอบผลที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ สามารถกำหนดตัวแปรอื่นที่สามารถวัดผลกระทบได้เช่น อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทดสอบเพื่อแสดงผลดังกล่าว ซึ่งอาจจะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของตัวชี้วัดที่มีผลการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่

3) การแสดงถึงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ อาจจะใช้ตัวแปรอื่น แสดงผลดังกล่าว เช่น จำนวนแรงงานผลิตภาพแรงงาน ซึ่งบทบาทของแรงงานก็มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจเช่นกัน

4) ควรมีการเก็บข้อมูลแบบระยะยาว ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดในสาขาด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งการท่องเที่ยวระดับชุมชน

- Fujita, M. and Thisse, J.-F., (1996. *Economics of Agglomeration*. Centre for Economic Policy Research Discussion Paper #1344.
- Krugman, P. R. (1980). *Scale Economies, product differentiation and the pattern of trade*, American Economic Review, 70, 950-959.
- . (1995). *Development, Geography and Economic Theory*. Cambridge: MIT Press.
- Lucas, R. E. (1988). *On the Mechanics of Economic Development*. Journal of Monetary Economics 22: 3-42.
- Lösch, A., (1954). *The Economics of Location*. Yale University Press, New Haven.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. London: Macmillan.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Macmillan, London.
- Romer, P.M. (1990). *Endogenous Technological Change*. Journal of Political Economy 98, S71-S102.
- Solow, Robert M. (1957). *Technical Change and the Aggregate Production Function*. Review of Economics and Statistics 39, 312-320.
- Saxenian, A. (1994). *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Harvard University Press.

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์
POTENTIAL TOURISM: A CASE STUDY OF BAN PLUB COMMUNITY, SANOM DISTRICT
SURIN PROVINCE

ดร.ศิวธิดา ภูมิวรรมณี¹ และ วีรยา มีสวัสดิกุล²
Dr.Sivathida Phumiworramunee¹ and Weeraya Meesawatdikul²

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus

บทคัดย่อ

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลจากบทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่ชุมชนเพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูล (Field work/data collection) แล้วนำมาวิเคราะห์และสรุปผล ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นที่สุด คือ กิจกรรม รองลงมาคือวัฒนธรรม ส่วนธรรมชาติ มหกรรม เทศกาล งานประเพณี และการบริการนั้น แม้จะไม่โดดเด่นมากแต่ก็มีความน่าสนใจ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็ง คือ ชุมชนอยู่ติดกับตัวอำเภอสนม สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด อีกทั้งเป็นชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีชีวิตคนในชุมชนมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการและมีความพร้อมในการต้อนรับและบริการ ในด้านจุดอ่อนที่พบคือ ทรัพยากรบางอย่างในชุมชนทรุดโทรม สิ่งอำนวยความสะดวกมีไม่เพียงพอ นอกจากนี้คนในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการและพัฒนา รวมถึงขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว ในด้านโอกาสของชุมชน คือ รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุน ส่งเสริม พัฒนา และกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง และในด้านอุปสรรคพบว่ายังขาดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจากเส้นทางหลักมายังชุมชน ตลอดจนการคมนาคมที่ไม่เอื้อต่อการเดินทางเท่าที่ควร โดยเฉพาะการเป็นจังหวัดที่ไม่มีสนามบินและไม่มีรถโดยสารสาธารณะจากตัวจังหวัดมายังตัวอำเภอสนม เป็นต้น

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อหาศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว คือ มีทรัพยากรครบทุกด้านทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม กิจกรรม มหกรรม เทศกาล ประเพณี และการบริการ ที่สามารถนำมาผสมผสานกันได้เป็นอย่างดี ในด้านความสะดวกในการเข้าถึงนั้นสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกมาก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พบว่า หลายอย่างมีความพร้อมอยู่แล้ว แต่บางอย่างยังต้องมีการจัดหาเพิ่มเติมและพัฒนาให้ดีขึ้น ในด้านสภาพแวดล้อมนั้นมีความเป็นวิถีชนบท มีทุ่งนา ป่าไม้ ป่าไผ่ แหล่งน้ำ และพื้นที่การเกษตร ในด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว คือ โครงสร้างพื้นฐานของชุมชนในปัจจุบันเหมาะต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กเท่านั้น และในด้านความมีชื่อเสียง ถือว่าชุมชนแห่งนี้เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น สืบเนื่องจากการ

เป็นชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

คำสำคัญ: ศักยภาพ การท่องเที่ยว ชุมชนบ้านพลับ

Abstract

The purposes of the study are to investigate tourism resources, to evaluate strengths, weaknesses, opportunities, and threads (SWOT Analysis) and to investigate tourism potential of Ban Plub Community, Sanom Subdistrict, Surin Province. Data collection was conducted through the analysis of related research articles, theses, and research work, and field work.

The findings suggest that tourist activities are the most outstanding tourism resource of the community, while their cultures comes second. Although the natural sites, festivals, traditions, and services of the community are not the most outstanding parts, they are interesting to some extent.

Moreover, SWOT analysis suggests that one of the strengths of community is their convenient access as Ban Plub is situated in the neighborhood of district area and many important tourist attractions of Surin. Another strength of the community is that they are an OTOP innovative tourism community, and the villagers are participative in management and prepared to provide hospitalities to visitors. Some weak points of the community include ruined and worn out structures, insufficiency of knowledge in management, insufficient infrastructure, and the shortage of tourism personnel. The opportunity of the community is continuously supported by the government and related sector in terms of finance, the development, and promotion of local tourism. With regard to threats, the study shows that Ban Plub Community lacks tourist routes that connect to the main roads. Another problem is air-to-ground travel route connectivity that does not support travelling. For example, there is no airport in Surin, and there is no public transportation from Surin to Sanom District.

Regarding tourism potential, the results shows that Ban Plub Community has all necessary tourism resources: culture, tourist activities, festivals, traditions, and service, incorporated with the convenience of access to the community. It is also found that the infrastructure of the community is sufficient; however, more facilities may be added to improve the system. Another significant tourist attraction of the community is its local environment embedding rice fields, forests, bamboo forests, water resources, and agricultural areas. One potential challenge of the community is that it can only provide service to a small group of tourists at a time due to infrastructure restrictions. However, the community is gaining more tourist popularity as it is one of an OTOP innovative tourism community that receives substantial support from the government.

Key words: Potential Tourism Ban Plub Community

บทนำ

คณะรัฐมนตรีรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้มีมติเห็นชอบมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 55 เมืองรอง อันได้แก่ เชียงราย พิชญโลก ดาก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ สุโขทัย ลำพูน อุตรดิตถ์ ลำปาง แม่ฮ่องสอน พิจิตร แพร่ น่าน กำแพงเพชร อุทัยธานี พะเยา อุดรธานี อุบลราชธานี หนองคาย เลย มุกดาหาร บุรีรัมย์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ สกลนคร นครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม บึงกาฬ กาฬสินธุ์ ยโสธร หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ ลพบุรี สุพรรณบุรี นครนายก ราชบุรี สมุทรสงคราม ชัยนาท อ่างทอง สิงห์บุรี สระแก้ว ตราด จันทบุรี ปราจีนบุรี นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา และปัตตานี โดยสามารถนำค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในเมืองรองมาคิดเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อลดหย่อนภาษีได้ตามจริงสูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท ซึ่งจากมาตรการภาษีดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดแนวทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยกระตุ้นการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand Go Local หรือ เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต เพื่อกระจายโอกาสในเชิงพื้นที่ คือ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชนไม่น้อยกว่า 10 ล้านคน (ไทยรัฐ, 2561, สื่อออนไลน์)

จังหวัดสุรินทร์ เป็นจังหวัดชายแดนของภาคอีสานตอนล่าง หรือ อีสานใต้ และเป็นเมืองรองที่รัฐบาลให้การส่งเสริมทางการท่องเที่ยว โดยจังหวัดสุรินทร์นั้น มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และอารยธรรมขอมโบราณที่หล่อหลอมและผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสาน นักท่องเที่ยวต่างรู้จักกันในนามสุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่เพราะมีกลุ่มชาติพันธุ์ชาวกูยที่มีความชำนาญในการเลี้ยงช้าง นอกจากนี้ยังมีชื่อเสียงด้านการทอผ้าไหมพื้นบ้านและผ้ายกทองโบราณที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นของชุมชน รวมถึงมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

หลายรูปแบบ อาทิเช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม กระจายอยู่ในพื้นที่ของแต่ละอำเภอ สิ่งที่ได้กล่าวมานั้นได้ส่งเสริมให้จังหวัดสุรินทร์เป็นเมืองที่น่าสนใจและน่าท่องเที่ยวไม่แพ้จังหวัดอื่น ๆ (สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, 2561)

ณ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ มีชุมชน

บ้านพลับ ซึ่งเป็นชุมชนที่พูดภาษาเขมรหนึ่งเดียวในตำบลสนม โดยมีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตแบบพื้นถิ่นเขมรดั้งเดิมไว้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง สามารถพัฒนาหมู่บ้านจนได้รับมาตรฐานงานชุมชน (มชช.) ทั้งประเภทชุมชนและตนเอง อีกทั้งประสบความสำเร็จในการจัดตั้งสถาบันการจัดการเงินทุนชุมชนได้สำเร็จ มีเงินทุนหมุนเวียนเสมอมา โดยมีรางวัลการันตีศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชน แต่ในเชิงของการจัดการการท่องเที่ยวนั้น เป็นที่ทราบกันดีว่าอำเภอสนม ในอดีตที่ผ่านมาเป็นอำเภอที่ยังไม่มีการพัฒนาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร จึงทำให้ขาดโอกาสในยุคแห่งการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน อีกทั้งรัฐบาลก็ให้การสนับสนุนและส่งเสริมเสมอมา ทั้งที่เส้นทางหลักในการเดินทางไปอำเภอสนมนั้น คือ ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 214 ซึ่งเป็นเส้นทางหลักในการเดินทางไปยังอำเภอท่าตูม พื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ อันเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดหลายแห่ง อาทิเช่น โลกของช้าง อาณาจักรช้าง ชุมชนท่องเที่ยวบ้านตากกลาง ชุมชนท่องเที่ยวบ้านตาติตย์ วัดป่าอาเจียง วังทะลุ วัดพระพุทธรูปบาทพนมดิน ป่าภูดิน โสมสแต่ย์บ้านหนองบัว เป็นต้น จะเห็นได้ว่าอำเภอท่าตูมนั้น ได้นำการท่องเที่ยวมาเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของชุมชน อันเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม เศรษฐกิจ และตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและสามารถบริหารจัดการได้เป็นอย่างดีและมี

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี อันก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและสร้างรายได้แก่คนในชุมชน เริ่มต้นจากเป็นรายได้เสริมพัฒนาเป็นรายได้หลัก ดังนั้น เพื่อเป็นการศึกษา สำนวณ หาศักยภาพและความเป็นไปได้ทางการท่องเที่ยว สู่การนำมาขับเคลื่อนและพัฒนาชุมชนในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นในทุกมิติอย่างสร้างสรรค์ ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อหาศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เมื่อเอ่ยถึงคำว่า “การท่องเที่ยว” ทำให้เกิดการจินตนาการถึงแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การคมนาคมขนส่ง อาหาร ที่พัก แรม สินค้าของฝากของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และบริการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีนักวิชาการได้จำกัดนิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่เกี่ยวกับการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทางและนักท่องเที่ยว

ที่มาเยือน (จริญญา เจริญสุทไส และสุวัฒน์ จูธารณ, 2545: 72) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำซึ่งกันและกัน) ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ รัฐบาล และชุมชน ผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ (McIntosh & Goeldner, 1986: 4) ซึ่งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดนั้นเกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงใจให้กับนักท่องเที่ยว (Mill, 1990)

จากนิยามความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากถิ่น ที่อยู่อาศัยประจำไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อร่วมกิจกรรมและรับบริการทางการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน ซึ่งทำให้เกิดประสบการณ์ เกิดสัมผัสภาพกับบุคคล ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในการเดินทางครั้งนั้น ๆ อีกทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว

หากนึกถึงคำว่า “ศักยภาพ” โดยยังไม่ทราบความหมายตามรากศัพท์ที่แน่ชัด ก็คงนึกถึงสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตน หรือความสามารถทั้งของตัวบุคคลหรือภาพรวมของกลุ่มคนและชุมชน แต่ความหมายตามราชบัณฑิตยสถาน ‘ศักยภาพ’ (สัถยภาพ) หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจ หรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525) เมื่อนำคำว่าศักยภาพมาใช้ในเชิงการท่องเที่ยว ก็คงมีนัยยะ ที่เกี่ยวข้องับสิ่งที่บ่งบอกถึงความพร้อมและบริบทพื้นที่ชุมชน ตลอดจนจุดแข็งและจุดขายทางการท่องเที่ยว รวมถึงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีนักวิชาการได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพทางการท่องเที่ยว ไว้พอสังเขป ดังนี้

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาและการกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

ประกอบไปด้วย (วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์, 2529:40-42)

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย
4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพ อื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้หลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ (จารุจน์ กลิ่นดีปสี, 2541)

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น

ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับการจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์การท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ หรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ศักยภาพทางการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานหรือดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ ทั้งเรื่องทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

บริบททั่วไปของบ้านพลับ

บ้านพลับ ตั้งอยู่ที่ตำบลสนม อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2458 ราษฎรส่วนใหญ่เป็นชนเผ่าเขมร อพยพมาจากบ้านตุมและบ้านพงสวาย อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ สาเหตุที่อพยพมาเพราะมีการประกอบอาชีพทำนาเพียงอย่างเดียว ซึ่งพื้นที่นาส่วนมากติดกับลำน้ำมูล ทำให้น้ำท่วมนาไม่ได้ผลผลิตเท่าที่ควร และต่อมา ผู้อาวุโสของหมู่บ้านได้เดินทางมาเห็นทำเลแห่งนี้ มีความเหมาะสมกับการประกอบอาชีพเพาะปลูกจึงพากันอพยพมาตั้งบ้านเรือนจนถึงปัจจุบัน “พลับ” เป็นชื่อของไม้ยืนต้นชนิดหนึ่ง ซึ่งแต่เดิมมีต้นพลับขึ้นที่หนองน้ำของหมู่บ้าน จึงเห็นพ้องต้องกันว่าไม้ชนิดนี้เป็นไม้มงคล มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง จึงนำมาตั้งเป็นชื่อว่า ‘บ้านหนองพลับ’

และต่อมาเรียกกันสั้น ๆ ว่า ‘บ้านพลับ’ และเรียกขื่อนี้จนถึงทุกวันนี้ ซึ่งอัตราส่วนประชากรในปัจจุบันของหมู่บ้าน เป็นกลุ่มชาติพันธุ์เขมร ร้อยละ 70 และ กลุ่มชาติพันธุ์ลาว ร้อยละ 30

ลักษณะภูมิประเทศ บ้านพลับ มีลำห้วยไหลผ่านรอบหมู่บ้าน 1 สาย สภาพอากาศมี 3 ฤดู ร้อน ฝน และหนาว คนในหมู่บ้านนิยมปลูกไม้ผล ผักสวนครัว และไม้ยืนต้นรอบ ๆ บ้าน เพื่อปรับสภาพอากาศ และได้รับร่มเงาจากต้นไม้ในช่วงหน้าร้อนเพื่อให้เกิดความร่มเย็นมากขึ้น พื้นที่รวมของหมู่บ้าน 2,831 ไร่ สภาพทางสังคม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ การเกษตร ทำนา ทำไร่ ทำสวน เลี้ยงสัตว์ ค้าขาย รับจ้าง หัตถกรรมในครัวเรือน ลักษณะบ้านเรือนของบ้านพลับมีความมั่นคงถาวร ประชากรได้รับการส่งเสริมด้านการศึกษาอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม สมาชิกในครัวเรือนมีส่วนร่วมในเวทีประชาคม โดยการแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ของชุมชนโดยสม่ำเสมอ นอกจากนี้บ้านพลับยังมีการบูรณาการทุนในชุมชน และใช้ศูนย์กลาง คือ ศูนย์บูรณาการทุนชุมชนเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติงานและเตรียมความพร้อมสู่การเป็นสถาบันการจัดการเงินทุนในชุมชนในอนาคตข้างหน้า

ประชากรในหมู่บ้านส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดประจำหมู่บ้าน คือ วัดหนองพลับ เป็นศูนย์รวมทางจิตใจ และเป็นศูนย์กลางในการจัดพิธีกรรมทางศาสนา ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน

วิธีการวิจัย

3.1 ประเภทของการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีแบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) และมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและการกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) หรือ การสังเกตภาคสนาม (Field Observation) โดยผู้วิจัยได้เข้าไปในพื้นที่บ้านพลับเพื่อเก็บข้อมูลกับภาคประชาชนที่เข้าร่วมโครงการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP) นวัตกรรมโดยใช้กระบวนการสังเกต จัดบันทึกข้อมูล และซักถามข้อมูลที่สงสัยครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงร่วมทดสอบและทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดขึ้น อีกทั้งการเปิดเผยตัวเองว่าเป็นนักวิจัย ซึ่งเป็นการใช้กระบวนการวิจัยครบทั้ง 3 ขั้นตอน ได้แก่ การสังเกต การซักถาม และการจัดบันทึกภาคสนาม (Field-notes)

2. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นการสังเกตสภาพบริบททั่วไปของพื้นที่เพื่อทำการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) 5 ด้าน ได้แก่ 1. ทรัพยากรธรรมชาติ 2. ทรัพยากรวัฒนธรรม 3. ทรัพยากรธรรมชาติ เทศกาล และงานประเพณี 4. ทรัพยากรกิจกรรม และ 5. ทรัพยากรบริการ (พยอม ธรรมบุตร, 2549)

3. แบบสำรวจ (Basic Survey) ใช้สำรวจเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับศักยภาพทางการท่องเที่ยวจากสภาพที่พบเห็นตามความเป็นจริง แล้วบันทึกข้อมูลลงในแบบสำรวจ

4. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ทางการท่องเที่ยวของชุมชน

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัย ใช้เครื่องมือในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยใช้วิธีการสำรวจ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย อาทิเช่น บทความวิจัย งานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ข้อมูลจากแหล่งสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น

การจัดทำข้อมูล

คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและการสังเกตที่บันทึกข้อมูลไว้ นำมาตรวจสอบรายละเอียดและความสมบูรณ์ ถ้าพบว่าข้อมูลมีเนื้อหาไม่ครบถ้วน ก็ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้ง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ครบถ้วนแล้วมาจัดตามหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละข้อ แล้วทำการสรุปข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการเขียนแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)
2. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้วิธีการนำข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่าน หรือกลับไปสอบถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีกเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับความเป็นจริง
3. ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนกและสรุปประเด็นสำคัญ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัย และนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยมีดังนี้

1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ห้วยบ้านพลับ ป่าไผ่ธรรมชาติ ผืนป่าชุมชน

1.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ เพลงและดนตรีกันตรึมพื้นบ้าน เรือมอันเร (รำกระทบสาก) ดนตรีบรรเลงพื้นบ้านอีสาน (เป่าแคน ดิดพิณ สีซอกลอง ฉิ่ง ฉาบ) รำเซิ้งอีสาน การแสดงหนุ่มสาวตำข้าว ลานวัฒนธรรม การจัดแสดงเครื่องมือเครื่องใช้พื้นบ้านที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวัน อาทิเช่น ยุงข้าวหรือฉางข้าว ที่ทอผ้า กระสวย อัก พืม ครกตำข้าว ไถ คราด แอก กระบุง กระดัง เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรมรดกทางศิลปวัฒนธรรม และงานประเพณี ได้แก่ บุญรวมญาติ ประเพณีแซนโถงตามบูชาบรรพบุรุษ บุญข้าวสาก เป็นต้น

1.4 ทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ ฐานการเรียนรู้การเกษตรพอเพียง แปลงนาข้าวและเกษตรอินทรีย์ ฐานการเรียนรู้หม่อนไหมครบวงจร ฐานการเรียนรู้จักสานไม้ไผ่ ฐานเรียนรู้โรงสีข้าวและการทำข้าวเม่า ฐานการเรียนรู้การทำน้ำพริกและขนมโบราณ ฐานเรียนรู้การดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ศึกษาเรียนรู้ศูนย์สาธิตการตลาด ฐานเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบ เป็นต้น

1.5 ทรัพยากรบริการ ได้แก่ ตลาดชุมชนบ้านพักแบบโฮมสเตย์ จักรยานปั่นชมหมู่บ้าน (ฟรี) รถซาเล้งรับนักท่องเที่ยว สัญญาณเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (Wi-Fi) เน็ตประชารัฐ เป็นต้น

2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชน

บ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์

2.1 จุดแข็ง (Strengths)

- ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดสุรินทร์
- เป็นหมู่บ้านที่มีอาณาเขตติดกับตัวอำเภอ จึงสามารถเข้าถึงได้ง่าย
- เป็นหมู่บ้านที่ได้รับการคัดเลือก 1 ใน 4 หมู่บ้านชุมชนท่องเที่ยววิถี อำเภอสนม พ.ศ. 2561
- ความร่วมมือของคนในชุมชนต่อการบริหารจัดการและมีส่วนร่วมทุกครัวเรือน
- ชุมชนมีความพร้อมในการต้อนรับและการบริการ

2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- คนชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
- ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางอย่างมีสภาพที่ทรุดโทรม
- สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะห้องสุขา

- ขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว

2.3 โอกาส (Opportunities)

- รัฐบาลให้การส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาและขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวแก่ชุมชนบ้านพลับ
- สถาบันการศึกษาและนักวิชาการ จัดโครงการหรือจัดอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแก่ชุมชนบ้านพลับ
- กระแสการท่องเที่ยวชุมชน โอท็อป (OTOP) นวัตกรรม จะทำให้ชุมชนบ้านพลับ เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.4 อุปสรรค (Threats)

- ขาดการส่งเสริมและพัฒนาเส้นทางเชื่อม

โยงการท่องเที่ยวจากเส้นทางหลักไปเส้นทางรอง

- การแข่งขันและแย่งชิง ในตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียง มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดและมีแนวโน้มที่สูงขึ้น
- รัฐบาลไม่อนุมัติโครงการก่อสร้างสนามบินสุรินทร์ จากการประชุมคณะรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการนอกสถานที่ (จังหวัดบุรีรัมย์) พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ
- ภาวะเศรษฐกิจผันผวนและชบเซา เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายใช้สอยน้อยลง

3. เพื่อหาศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์

การพิจารณาและการกำหนดการหาศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้หลักเกณฑ์ของวิวัฒน์ชัย บุญยภักดี ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนบ้านพลับเป็นชุมชนที่มีคุณค่าด้านการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สามารถผสมผสานกันได้อย่างลงตัวเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมายในการมาสัมผัสประสบการณ์วิถีชีวิตความเป็นท้องถิ่นของชุมชนคนบ้านพลับ อาทิเช่น การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การทอผ้า การจักสานไม้ไผ่ การปลูกพืชผักสวนครัว แปลงเกษตร ไร่นา การทำข้าวเม่าแบบพื้นบ้าน การทำน้ำพริก การทำสบู่จากโปรตีนรังไหม เป็นต้น

2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพ

ของเส้นทางท่องเที่ยวในการเข้าถึงบ้านพลับมีความสะดวกสบายและเข้าถึงง่าย เพราะทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากจังหวัดและอยู่ติดกับตัวอำเภอ เส้นทางเข้าถึงแม้จะมีจุดแยกออกจากเส้นทางหลักแต่สภาพถนนดีและกว้างขวาง ใช้ระยะเวลาเดินทางจากตัวเมืองสุรินทร์

ประมาณ 1 ชั่วโมง เหมาะต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลและรถนำเที่ยว และการเดินทางมาอำเภอสนมไม่มีรถโดยสารสาธารณะเข้ามาสู่ตัวอำเภอ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ประปา ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม ร้านค้าเบ็ดเตล็ดต่างๆ มีเพียงพอต่อการบริการ มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต มีความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวสูง และเป็นอำเภอที่เงียบสงบ ในส่วนของที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบันเทิง ปั๊มน้ำมันขนาดใหญ่ ศูนย์บริการทางการท่องเที่ยว สำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ปัจจุบันยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสนม

4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพมีความเป็นธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นทุ่งนา สลับที่ราบลุ่ม มีพื้นที่การเกษตร มีลำห้วยเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติขนาดเล็ก และป่าไผ่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานในชุมชนมีความพร้อมในระดับหนึ่ง ซึ่งยังไม่ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงให้พร้อมต่อการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว อาทิเช่น ถนนหนทางจากเส้นทางหลักเข้าไปในชุมชน ลานจอดรถขนาดใหญ่ ห้องน้ำ-ห้องสุขาสาธารณะ เป็นต้น หากนักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่มขนาดเล็กก็สามารถรองรับได้ แต่ถ้าหากมาเป็นกลุ่มใหญ่ถือว่ายังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร

6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักในระดับหนึ่ง จากการที่บ้านพลับได้รับการคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 4 ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” ของอำเภอสนม ซึ่งชุมชนบ้านพลับก็ได้มีการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในระดับหนึ่ง โดยมีสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสนมเป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุน ส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยมีการจัดทำแผนธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน แผนทางการท่องเที่ยว

ยกระดับและพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) อาหารพื้นถิ่น นักเล่าเรื่องชุมชน การฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน การเตรียมความพร้อมโฮมสเตย์ โปรแกรมการท่องเที่ยว การประกวดชุมชนท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP) นวัตวิถี เป็นต้น

อภิปรายผล

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยโดยการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ รวมถึงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และการหาศักยภาพทางการท่องเที่ยว

การอภิปรายผลด้านการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ทรัพยากรที่โดดเด่นที่สุด คือ ทรัพยากรกิจกรรม คนในชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาฐานการเรียนรู้ขึ้นมาหลายฐานกิจกรรมที่แสดงถึงบริบทและวิถีชีวิตของคนในชุมชนไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและศึกษา ทั้งฐานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร หม่อนไหมครบวงจร งานจักสานไม้ไผ่ อาหารและขนมพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับพยอม ธรรมบุตร (2549) กล่าวว่า ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังพบว่า ทรัพยากรที่โดดเด่นรองลงมา คือ ทรัพยากรด้านวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องและผูกพันกับวิถีชีวิตในอดีต โดยเฉพาะในเรื่องของเครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพทำนาและการเกษตร วิธีการทอผ้า การบรรเลงดนตรีและขับร้องเพลงพื้นบ้านอีสาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงวัฒนธรรม (2550) ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่า เป็นองค์ประกอบ ที่สำคัญยิ่งของทรัพยากรการท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ที่มีลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

เที่ยวได้ และเป็นตัวกำหนดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความรู้สึกประทับใจ คือ วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนและสอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม หรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางไปท่องเที่ยว ในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติ เทศกาล และงานประเพณี และทรัพยากรบริการในชุมชน แม้จะไม่โดดเด่นมากแต่ก็พอมีอยู่บ้างในการนำมาเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์

การอภิปรายผลด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ชุมชนแห่งนี้มีจุดแข็ง (Strengths) คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดสุรินทร์ อีกทั้งอยู่ติดกับตัวอำเภอก็สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับมนัส สุวรรณ (2538) กล่าวว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบความสำเร็จมีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินคือความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง นอกจากนี้ชุมชนแห่งนี้ยังเป็นชุมชนท่องเที่ยววิถีชีวิตที่มีพลังความร่วมมือของคนในชุมชนในการบริหารจัดการอย่างเข้มแข็ง รวมถึงมีความพร้อมในการต้อนรับและการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับศุภธิดา ก้อนศิลา. (2555) คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวช่วยให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยว คนในชุมชนเกิดการรวมกลุ่มทางสังคม ซึ่งมีทั้งผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้าน ในชุมชนและเยาวชนได้ระดมความคิดในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การต้อนรับนัก

ท่องเที่ยว การพูดคุย การมีอสังหาริมทรัพย์ เพื่อที่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการคิดค้นและสร้างสรรค์งานหัตถกรรมของชุมชน เพื่อนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับ Oakley (1984) และCohen and Uphoff (1981) ที่ได้กล่าวว่า ชุมชนควรได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดา เนินกิจกรรมในการพัฒนารวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค และสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้สรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชากรท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับผลประโยชน์ ติดตาม ตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ในด้านจุดอ่อน (Weaknesses) ของชุมชน คือ ยังขาดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการสนับสนุนจากบุคลากร และหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างขาดการดูแลเอาใจใส่และยังไม่พร้อมต่อการบริการเท่าที่ควร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริภา คุณพระเนตร (2553) ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชน ท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา: หมู่บ้านแสนชัย ตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน คือ ขาดการสนับสนุนจากองค์กรภายนอก ทั้งในเรื่องงบประมาณและการอบรมให้ความรู้ หากมองถึงโอกาส (Opportunities) ที่รัฐบาลและหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องให้การส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชนโอท็อปนวัตวิถีอย่างต่อเนื่อง ก็มีความเป็นไปได้ที่ชุมชนแห่งนี้จะเกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวต่อไปในภายภาคหน้า

อย่าง ไม่หยุดยั้ง อาทิเช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอสนม สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ สถาบันการศึกษาเป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับกรกช トラชู และคณะ (2560) ได้กล่าวไว้ว่า นโยบายของหน่วยงานภาครัฐบาลระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ต้องให้การสนับสนุน ส่งเสริมการเป็นชุมชนท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับมธุรส ปราปไพรี (2543) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานในท้องถิ่น และองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือร่วมกับชุมชน โดยการดำเนินการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้กับชุมชน ในด้านอุปสรรค (Threats) พบว่า ขาดการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากเส้นทางหลักไปเส้นทางรอง รวมถึงการคมนาคมทางอากาศ เพราะสุรินทร์ไม่มีสนามบินและไม่ได้รับการอนุมัติสร้างสนามบิน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, 2562) จึงทำให้ไม่เอื้อต่อการรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Collier and Harraway (1997) ได้กล่าวไว้ว่า การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางคมนาคมที่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้นสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียงได้ แหล่งท่องเที่ยวที่การคมนาคม สามารถเข้าถึงสะดวกนักท่องเที่ยวก็จะนิยมไปท่องเที่ยวมาก แต่ถ้าแหล่งท่องเที่ยวนั้นอยู่ไกลเดินทางลำบากและยังมีการคมนาคมที่ไม่เพียงพอก็จะได้รับความนิยมน้อยลง นอกจากนี้ภาวะเศรษฐกิจผันผวนและชบเซาเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายใช้สอยน้อยลงเช่นกัน สอดคล้องกับกรกช トラชู และคณะ (2560) พบว่า ระบบเศรษฐกิจในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เกิดความชบเซา ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและคนในชุมชนท่องเที่ยว ทำให้ขาดรายได้และปิดกิจการลง

การอภิปรายผลด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยว พบว่า 1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนบ้านพลับเป็นชุมชนที่มีคุณค่าด้านการท่องเที่ยว

ชุมชน โดยมีการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สามารถผสมผสานกันได้อย่างลงตัว และมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสประสบการณ์ วิถีชีวิตความเป็นท้องถิ่นของชุมชนคนบ้านพลับ ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว เป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญและสนใจในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ของชุมชนต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม 2. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยวในการเข้าถึงบ้านพลับมีความสะดวกสบายและเข้าถึงง่าย เพราะทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากจังหวัดและอยู่ติดกับตัวอำเภอ ใช้ระยะเวลาเดินทางจากตัวเมืองสุรินทร์ ประมาณ 1 ชั่วโมง สอดคล้องกับวรรณ ศิลปอาษา (2545) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มากหากมีความสะดวก ในการเดินทางเยี่ยมชมหากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอารมณ์ในการท่องเที่ยวได้มาก แม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเยี่ยมชมและการเดินทางไปท่องเที่ยว และในส่วนของชุมชนบ้านพลับในปัจจุบันนั้น เหมาะต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลและรถนำเที่ยว และยังไม่มีบริการรถโดยสารสาธารณะที่เข้ามาสู่ตัวอำเภอ 3. ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความพร้อม ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ประปา ธนาคาร ตู้เอทีเอ็มร้านค้า เบ็ดเตล็ด สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ในส่วนที่พัก

แรม ณ ชุมชนแห่งนี้มีความเหมาะสมอย่างยิ่งในรูป
แบบของโฮมสเตย์ ซึ่งชุมชนเองก็มีความพร้อมที่จะ
ดำเนินการตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในหลายหลังคา
เรือน และในส่วนของร้านอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะ
กับการรับประทานแบบอาหารพื้นถิ่นในแหล่งเรียนรู้
ชุมชน เพราะร้านอาหารขนาดใหญ่ยังมีไม่เพียงพอต่อ
การรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะขนาดใหญ่
รวมถึงปั้มน้ำมันขนาดใหญ่ ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว
ยังไม่พร้อมต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ
งานของวินิจ วีรยางกูล (2551) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สิ่ง
อำนวยความสะดวกเป็นสิ่งสำคัญหรือปัจจัยที่จะดลบัล
ดาลให้สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งอยู่ในความนิยมของนัก
ท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้ง
วัฒนา (2548) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่
บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่ง
ท่องเที่ยวนั้นอย่างประทับใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยาก
จะท่องเที่ยวนานวันขึ้นหรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาส
หน้า และยังสอดคล้องกับพยอม ธรรมบุตร (2549)
กล่าวว่า ในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีบริการด้าน
ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล
ปั้มน้ำมัน ฯลฯ 4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทาง
กายภาพมีความเป็นธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นทุ่งนา
สลับที่ราบลุ่ม มีแหล่งน้ำขนาดเล็ก พื้นที่การเกษตร
แบบพอเพียง และมีระบบนิเวศธรรมชาติผืนป่าและ
ป่าไผ่ธรรมชาติขนาดใหญ่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
ซึ่งสอดคล้องกับศุภลักษณ์ วิริยะสุมน (2551) ที่ได้
จำแนกองค์ประกอบสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนที่ต้องพิจารณา คือ การที่ชุมชนมีฐาน
ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิถีการผลิตที่
พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีแหล่ง
ธรรมชาติที่มีความสวยงามโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของ
ท้องถิ่น 5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว คือ
โครงสร้างพื้นฐานในชุมชน ยังไม่ได้รับการพัฒนา
ปรับปรุงให้มีความเหมาะสมเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

อาทิเช่น ถนนหนทาง ห้องสุขา ลานจอดรถ เป็นต้น
และในปัจจุบันชุมชนแห่งนี้จึงเหมาะต่อการรับนักท่องเที่ยว
เที่ยวกลุ่มเล็ก สอดคล้องกับปรีชา คุณแสน (2555)
โครงสร้างพื้นฐานในชุมชนยังไม่ได้รับการพัฒนา
ปรับปรุงให้เหมาะสม เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ใน
ชุมชน และ 6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบันชุมชนแห่งนี้
เริ่มเป็นที่รู้จักในระดับหนึ่ง จากการได้รับการคัดเลือก
ให้เป็น 1 ใน 4 ชุมชนท่องเที่ยว โอท็อป (OTOP) นวัต
วิถี” ของอำเภอสนมที่ได้รับการส่งเสริมและ
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
ในปี พ.ศ. 2561 สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา
(2553) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่อง
เที่ยวว่า คนเรานั้นเมื่อมีความต้องการอยากที่จะเดิน
ทางท่องเที่ยว ก็จะทำการตัดสินใจก่อนว่าที่ไหนที่จะ
เดินทางไปท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสาร
การท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วย
งานเกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการ
ตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลดังกล่าวจะเป็น
ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการทางการท่อง
เที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อชักจูงและ
กระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากจะเดินทางเพื่อการ
ท่องเที่ยว และ ขั้นที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่อง
เที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับ
ข่าวสารจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สรุปผล

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชน
บ้านพลับ อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ โดยภาพรวมจาก
ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนบ้านพลับ มีทรัพยากร
ทางการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และ
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้แลกเปลี่ยน
ประสบการณ์ที่สร้างสรรค์และฟื้นฟูจากวิถีชีวิตในอดีต
ของคนในชุมชนเพื่อเป็นการสืบสานและอนุรักษ์ ซึ่งบ่ง
บอกถึงความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์อย่างแท้จริง
อีกทั้งชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนเขมรหนึ่งเดียวในอำเภอ

สนม ที่สามารถใช้ทั้งภาษาเขมรและภาษาลาวในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่าชุมชนแห่งนี้มีจุดแข็งทางการท่องเที่ยว คือ เป็น 1 ใน 4 หมู่บ้านของอำเภอสนม ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นชุมชนท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP) นวัตกรรม ซึ่งแสดงถึงศักยภาพพลังสามัคคีและความพร้อมของชุมชนในการร่วมกันขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยว แม้จะมีจุดอ่อนอยู่บ้างในการขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งคนในชุมชนจำเป็นต้องได้รับองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนในลำดับต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งจากการที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสนม ได้ให้การสนับสนุนและพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP) นวัตกรรม แล้วในเบื้องต้น ทั้งจุดแข็งอินทางการท่องเที่ยว สัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวชุมชน (Landmark) ฐานกิจกรรมการเรียนรู้ จุดพื้นเมืองที่เอกลักษณ์ชุมชน เป็นต้น และหากชุมชนแห่งนี้ได้รับโอกาสจากหน่วยงานภายนอกในการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องรวมถึงมีการบริการความรู้เชิงวิชาการและการดำเนินโครงการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นผลพลอยได้ของชุมชนที่จะร่วมมือกันพัฒนาต่อไป แม้ชุมชนแห่งนี้จะมี

อุปสรรคจากภายนอกอยู่บ้างที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว อาทิเช่น ขาดการส่งเสริมและพัฒนาเส้นทางในการเชื่อมโยงจากแหล่งท่องเที่ยวหลักเข้าสู่ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง การคมนาคมทางอากาศในการเดินทางมาจังหวัดสุรินทร์ รถโดยสารสาธารณะ ที่ไม่วิ่งผ่านอำเภอสนม ตลอดจนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ซบเซา เป็นต้น ในด้านภาพรวมของศักยภาพทางการท่องเที่ยว พบว่าแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านพลับมีคุณค่าที่เหมาะสมต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน อีกทั้งมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวก็มีความพร้อมอยู่หลายประการ หากนักท่องเที่ยวต้องการมาพักผ่อน ชุมชนแห่งนี้ก็เหมาะสมอย่างยิ่งต่อการพักผ่อนในรูปแบบโฮมสเตย์ ในด้านสภาพแวดล้อมก็มีความเป็นท้องทุ่งนา ป่าโปร่ง ป่าไผ่ และลำห้วยขนาดเล็ก ในด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว คือ โครงสร้างพื้นฐานในชุมชนยังไม่ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีความเหมาะสม และในด้านความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ชุมชนแห่งนี้เริ่มเป็นที่รู้จักในระดับหนึ่ง จากการได้รับการคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 4 ชุมชนท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP) นวัตกรรมของอำเภอสนมในปี พ.ศ. 2561

References

- กรกช ตราฐ และคณะ (2560). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา*. วารสารรัชต์ภาคย์, 11 (พิเศษ), 156-166.
- Trachoo, et.al. (2017). *Creative tourism development Ban Dan Kwian Chokchai District Nakhon Ratchasima Province*. Rajapark Journal, 11 (Special), 156-166. [in Thai]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *ชวนสัมผัสเสน่ห์เมืองรองได้ลองสักครั้งจะติดใจ*. สืบค้นเมื่อ, 9 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content/1363765>.
- Tourism Authority of Thailand. (2018). *Invited to experience the charm of vice city try it once will be impressed*. Search on, 9 November 2018, From <https://www.thairath.co.th/content/1363765>. [in Thai]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). *แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- Tourism Authority of Thailand. (2001). *Action plan of the national eco-tourism*. Bangkok: Conservation Division Tourism Authority of Thailand. [in Thai]
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2550)./แผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมของสังคมไทยระยะที่ 10. สืบค้นเมื่อ,/ 10 พฤศจิกายน 2561,/จาก www.culture.go.th.
- Ministry of Culture. (2007). *The strategic plan, strengthening of cultural, social, Thailand 10 phases*. Searching on,/10 November 2018,/ From www.culture.go.th. [in Thai]
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด. (2562). *การประชุมเพื่อทบทวนแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด, สำนักงานจังหวัดสุรินทร์. เมื่อวันที่ 6 – 7 มกราคม 2562 ณ โรงแรมทองธารินทร์ จังหวัดสุรินทร์.*
- Provincial Development Strategy Group Surin Provincial Office. (2019). A meeting to review the strategic plan to develop the province. On the 6 -7 January 2019 at Thongtharin Hotel, Surin Province. [in Thai]
- จารุจน์ กลิ่นดีปี่. 2541. *ศักยภาพการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ.
- Klindeeplee, J. (1998). *Potential of Tourism*. Bangkok. [in Thai]
- จริยญา เจริญสุกใส และสุวัฒน์ จูชากรณ์. (2545). *เอกสารการสอนชุดความรู้วิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- Charoensooksai, J. and Juthakorn, S. (2002). Instructional documents knowledgebased tourism industry. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. [in Thai]
- ไทยรัฐออนไลน์. (2561). *ท่องเที่ยวเมืองรอง ความฝันที่ใกล้เป็นจริง*. สืบค้นเมื่อ,/ 11 พฤศจิกายน 2561,/จาก <https://www.thairath.co.th/content/1170887>
- Thairath Online. (2018). *The secondary City tourism A dream near reality*. Searching on,/ 11 November 2018,/ From <https://www.thairath.co.th/content/1170887>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- Jittangwatthana, B. (2005). *Sustainable Tourism Development*. Bangkok: Press and Design. [in Thai]
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Jittangwatthana, B. (2000). *Tourism Industry Management*. Chiangmai: Faculty of Humanities, Chiangmai University. [in Thai]
- ปรีชา คุณแสน. (2555). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่สาบ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Khoonsaen, P. (2012). *Community-based tourism management Maesab Administration Organization Samoeng District Chiangmai Provine*. Thesis. Faculty of graduate studies. Chiangmai University. [in Thai]
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- Dhammabut, P. (2006). *Documentation of teaching about the elements of tourism*. Bangkok: Srinakharinwirot University. [in Thai]
- มธุรส ปราบไพรี. (2543). *ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาอ้อย ตำบลเขาอ้อย จังหวัดเพชรบุรี*. ปริญญานิพนธ์. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Prabphairee, M. (2000). *The potential of the community in the management of tourist attraction Thai Song Dam Community Ban*. Khoa Aoy Khoayoy District Province. Thesis. Banakok: Graduate School Srinakharinwirot University. [in Thai]
- มนัส สุวรรณ. (2538). *นิเวศวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ*. โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์. กรุงเทพฯ. Suwan, M. (1995). *Ecological with economic development*. O.S. Printing House. Bangkok.[in Thai]
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์. หน้า 947.
- Royal Academy. (1982). *Dictionary of the Royal Academy B.E 1982*. Bangkok: Jaremrthat. P.947. [in Thai]
- วรรณ ศิลปาชา. (2545). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Silapaacha. (2002). *Tourism resource management*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. [in Thai]
- วินิจ วีรยางกูร. (2551). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Werayangkoon, W. (2008). *Tourism Industry Management*. Department of business administration Faculty of Economics and business administration. Kasetsart University. [in Thai]
- วิภารัตน์ สุราษฎร์. (2556). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Suralai, W. (2013). *Guidelines for the development of sustainable ago tourism: Case study of Wangnam Khiao Nakhon Ratchasima*. Thesis. Faculty of graduate studies. Khon Kaen University. [in Thai]
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2529). *ศักยภาพการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ.
- Boonyapak, W. (1986). *Potential of Tourism*. Bangkok. [in Thai]
- ศุภจิตา ก้อนศิลา. (2555). *ผลกระทบจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาสามพันโบก*. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Konsila, S. (2012). *The impact of tourist attraction development: Case study of Sam Pan Bok*. Thesis. Faculty of graduate studies. Khon Kaen University. [in Thai]
- ศุภลักษณ์ วิริยะสมน. (2551). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การประมวลองค์ความรู้ สถานภาพและสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง*. ลพบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- Wiriyasumon, S. (2008). *Research report computing knowledge status and situation*

- Community-based tourism in the lower northern region*. Lopburi: Faculty of Humanities and Social Sciences. Pibulsongkram Rajabhat University. [in Thai]
- Surin Province Office. (2018). *About Surin*. Search on, /12 November 2018, From <http://www.surin.go.th>. [in Thai]
- ศิริภา คุณพระเนตร. (2553). *ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาหมู่บ้านแสงชัย ตำบลบางครก อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Khoonpranet, S. (2010). *The potential of the local community in the ecotourism management: Case study of Samaechai Bangkrok Subdistrict Banlam district Petchaburi Province*. Thesis, Silakorn University. [in Thai]
- สำนักงานจังหวัดสุรินทร์. (2561). *เกี่ยวกับสุรินทร์*. สืบค้นเมื่อ, /12 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.surin.go.th>. [in Thai]
- Cohen, J. M. and Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- Collier, A. & S. Harraway. (1997). *The Newzealand Tourism Industry*. Auckland: Longman.
- McIntosh R.W. & Goeldner C.R. (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Son.
- Mill, Robert Christie. (1990). *Tourism the International Business*. New Jersey: Prentice Hall.
- Oakley, Ann. (1984). *Approaches to Participation in Rural Development*. Geneva: Internation Office.

**ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง
กรณีศึกษาบ้านหยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง**
**POTENTIAL OF BLUE SWIMMING CRAB ECO-TOURISM BY FISHERY COMMUNITY; A CASE
STUDY IN YONG-SATAR VILLAGE, THAKHAM SUB-DISTRICT, PALIAN DISTRICT, TRANG
PROVINCE, THAILAND.**

นางศานัยนา คำกันศิลป์¹, นายธงชัย นิติรัฐสุวรรณ²
Naiyana Kumgunsilp¹, Thongchai Nitiratsuwan²

¹วิทยาลัยการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง 92150
²คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง 92150

¹College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya,
Sikao District, Trang Province. 92150

²Faculty of Science and Fisheries Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya,
Sikao District, Trang Province. 92150

บทคัดย่อ

การใช้ทรัพยากรทางทะเลอย่างขาดความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและผลกระทบจากภัยธรรมชาติด้านภาวะโลกร้อนส่งผลให้เกิดปัญหาการลดลงของทรัพยากรปูม้าในชุมชนส่งผลให้ชาวประมงขนาดเล็กหลายกลุ่มได้ดำเนินการศึกษาแนวทางการใช้ใช้อย่างรู้คุณค่าและเพิ่มประชากรปูม้าคืนสู่ธรรมชาติ เช่นการทำธนาคารปูม้าเพื่อให้ชาวประมงในชุมชนนำปูม้าที่จับมาได้ทุกครั้งต้องคัดแยกปูม้าที่ดั่งท้องมีไข่มาฝากวางไข่ที่ธนาคารปูม้า แล้วมารับปูคืนไปจำหน่าย สมาชิกจิตอาสาธนาคารปูที่ดูแลเพาะฟักก็จะนำลูกปูม้าที่โตพอที่จะปล่อยคืนสู่แหล่งเพาะฟักตามธรรมชาติใกล้ชุมชนต่อไป ทำให้ชุมชนมีปูม้าหมุนเวียนในชุมชนเกิดเป็นแหล่งทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน แต่พบว่าในหลายกลุ่มยังไม่ประสบผลสำเร็จ สาเหตุหลักอันหนึ่งคือ ขาดแรงจูงใจในการดำเนินการดังกล่าว จึงเสนอแนวคิดในการนำการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าเพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้ชาวประมงด้านการสร้างรายได้สองทางทั้งการทำประมงจับปูม้าเพื่อส่งตลาดอาหารทะเลและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมอนุรักษ์ปูม้าและการบริการอาหารทะเลในชุมชน การศึกษานี้ดำเนินการร่วมกับชาวประมงกลุ่มบ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง ซึ่งมีประสบการณ์ในการดำเนินการฟักไข่ปูม้าอยู่แล้ว ดำเนินการศึกษาด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.259 ถึง ตุลาคม พ.ศ.2560

ผลการศึกษา 1) ด้านศักยภาพการทำประมงปูม้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า คนในชุมชนมีข้อคิดเห็นด้านอุปสรรคการบริหารจัดการเวลาที่จะมาดำเนินการนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวทางทะเลช่วงเช้าตรู่หรือในวันที่น่าลงได้ เพราะต้องประกอบอาชีพทำประมงในช่วงเช้าถึงเที่ยง ซึ่งต้องหยุดออกเรือทำการประมงเพื่อนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรติดต่อมาล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์เพื่อเตรียมความพร้อมของสภาพอากาศ การขึ้นลงของน้ำทะเล เตรียมจัดตารางคนขับเรือและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากที่สุด และพบว่า กิจกรรมบริการนำเที่ยวและการประกอบอาชีพประมง มีความสอดคล้องกันและสามารถบริหารจัดการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้ ทั้งนี้ควรมีการอบรมเพิ่มพูน ศักยภาพความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน(CBT) อบรมการบริการนำเที่ยว(local guide) อบรมการใช้ภาษาสากลเพื่อการนำชมและสื่อความหมายธรรมชาติ เช่นภาษาไทยกลางและภาษาอังกฤษ (Interpretation)

2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรปูม้าโดยชาวประมง บ้านหยงสตาร์อยู่ในระดับ พร้อมมาก คือมีแหล่งเพาะฟักลูกปูม้าตามธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สามารถจัดเส้นทางพานำเที่ยว และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงศักยภาพในเรื่องอาหารทะเลสดสดนำมาบริการนักท่องเที่ยว และร้านอาหารที่มีทัศนียภาพสวยงาม

3 การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง กรณีบ้านหยงสตาร์พบว่า มีศักยภาพมากพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ด้วย ชุมชนมีความเข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวและจิตสำนึกในการอนุรักษ์พันธุ์ปูม้า สูง ทำให้ง่ายในการแสดงออกถึงจิตบริการที่จะสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดี อีกทั้งผู้มีส่วนได้เสียกับการทำประมงปูม้ายังมีความพร้อมและให้ความร่วมมือกับการอนุรักษ์ปูม้าเป็นอย่างดี โดยชาวประมงพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการปลูกจิตสำนึกการเพาะฟักหรือเลี้ยงจับสัตว์น้ำในฤดูวางไข่ชาวบ้านให้ความสนใจการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยศักยภาพเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวทางทะเลมีความสวยงาม มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ สูง วัตถุดิบอาหารทะเลที่มีความสดอย่างมาก รวมถึงร้านอาหารหรือแม่ครัวในชุมชน ที่ปรุงอาหารทะเลได้อย่างมีคุณภาพ และเพียงพอที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนมีความประทับใจ

4 ข้อเสนอแนะด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้า ณ บ้านหยงสตาร์ ชุมชนนี้มีศักยภาพเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ E-co Tourism กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน CBT กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมCSR (Corporate Social Responsibility) และ Incentive tour หรือการท่องเที่ยวศึกษาดูงานเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงานต่างๆ โดยชุมชนสามารถจัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ปูม้าที่สามารถรองรับจำนวนคนไม่มากนัก(Capacity) เนื่องจากการท่องเที่ยวนี้ควรควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวครั้งละไม่เกิน 30 คน เช่น กิจกรรมศึกษาดูงานด้านประมงน้ำเค็มและการอนุรักษ์พันธุ์ปูม้า กิจกรรมการปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำโดยไม่กระทบกับวิถีชีวิตของชาวประมงและคนในชุมชน และบริการอาหารทะเลตำรับพื้นบ้าน เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สนับสนุนผลิตภัณฑ์และผลผลิตของชุมชนโดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน อีกทั้งการสร้างกรอบความเข้าใจในแนวคิดการอนุรักษ์แหล่งทรัพยากรแก่นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา จะต้องทำการนัดหมายจองล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์ เพื่อให้ชุมชนสามารถเตรียมการให้พร้อมต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว อนึ่งชุมชน ควรได้รับการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเอง(CBT)และศึกษาศักยภาพของชุมชนเองด้านธุรกิจที่พักแบบเรียนรู้วิถีชุมชน (Home Stay) เพื่อสร้างโอกาส สร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ปูม้า ชุมชนประมง จังหวัดตรัง, กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน CBT, กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม CSR (Corporate Social Responsibility), และ Incentive tour หรือการท่องเที่ยวศึกษาดูงานเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงานต่างๆ

Abstract

The decrease in problem of the research. Blue Swimming Crab is the result of a small tools fisherman. They need to adding by bring back Blue Swimming Crab to the nature or Crab banks, but found that in many groups was not successful. Another major cause is the lack of incentive for the action, offering a concept of bringing the conservation of the Blue Swimming Crab to the fisherman's motivation. This study is conducted at the fisherman's Blue Swimming Crab of Yong Star Village. It has been experienced in the process of hatching a horse egg. Conducted with an integrated and quantitative research-oriented process. During the month of Nov, to October 2017the result 1) on the potential of the Blue Swimming Crab for tourism, In the community, there is a comment on the obstacle management time to the tourists to explore the sea early morning or on the day of the water tide . It is required to be a professional fishing session to noon. the visitors time to the natural trail on the sea. where visitors should be contacted the villager at least 1 week for forecast the weather. The tide of the sea and to arrange the boat man schedule of local guides to provide most impressive for visitors and find out the tour activities and professional fishery interpretation. It is consistent and can be managed in the same direction. In addition, there must be a training by giving more a know how of Community tourism management (CBT) ,Tour Services ,International language 2 The potential of the tourist attraction for conservation of Blue Swimming Crab by fishermen. Yong Star is a good location, with a Blue Swimming Crab Conservation. There was a well-known marine attraction that can arrange more sightseeing, excursions, and conservation activities, and the potential for fresh seafood, tour services and sea side restaurants with stunning sea views. 3 Managed by a fisherman community. In the case of Yong Star, there was enough potential to accommodate tourists with the community who have been understanding of tourism activities and conservation consciousness. 4 This is an ideal place to explore the city's most popular tourist attractions at Yong Star. This is perfect for the implementation of CSR (Corporate Social Responsibility) and incentive tour or tourism to be rewarded with various agencies. A conservation event of not much people, since this tour should control the number of tourists who do not exceed 30 people, such as educational activities, salt water fishery, and the conservation of Blue Swimming Crab. Animal breeding is to comply with out a fisherman's lifestyle, preserving the natural attractions of the sea, and serving local cuisine in order to make the visitors impress. It does not pose a change to the lifestyle of the community. In addition, it is possible to make a reservation at least 1 week in advance so that the community can prepare for the visitors and Incentive tour of Community tourism (CBT) and local accommodation to create opportunities by Home stay. Toward to earn sustainable income for the Community

Keywords: eco-tourism, blue swimming crab, fishery community, Trang province CBT Community Base Tourism , CSR (Corporate Social Responsibility), Incentive tour

บทนำ

การใช้ทรัพยากรทางทะเลอย่างขาดความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและผลกระทบจากภัยธรรมชาติด้านภาวะโลกร้อนส่งผลให้เกิดปัญหาการลดลงของทรัพยากรปูม้าในชุมชนส่งผลให้ชาวประมงขนาดเล็กหลายกลุ่มได้ดำเนินการศึกษาแนวทางการใช้ใช้อย่างรู้คุณค่าและเพิ่มประชากรปูม้าคืนสู่ธรรมชาติ เช่นการทำธนาคารปูม้าเพื่อให้ชาวประมงในชุมชนนำปูม้าที่จับมาได้ทุกครั้งต้องคัดแยกปูม้าที่ตั้งท้องมีไข่มาฝากวางไข่ ที่ธนาคารปูม้า แล้วมารับปูคืนไปจำหน่ายสมาชิกจิตอาสาธนาคารปูที่ดูแลเพาะฟักก็จะนำลูกปูม้าที่โตพอที่จะปล่อยคืนสู่แหล่งเพาะฟักตามธรรมชาติใกล้ชุมชนต่อไป ทำให้ชุมชนมีปูม้าหมุนเวียนในชุมชนเกิดเป็นแหล่งทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน

อนึ่งการบูรณาการศาสตร์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าสามารถทำให้ชาวประมงขนาดเล็กมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยวในทางหนึ่ง รวมถึงยังสามารถนำมาเป็นแหล่งทุนที่นำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรปูม้า เช่น การเพิ่มประชากรปูม้าหรือที่เรียกกันทั่วไปว่าธนาคารปูม้า การปล่อยปูม้าที่มีไข่นอกกระดอง เป็นต้น โดยกิจกรรมดังกล่าวจะส่งผลให้ผลผลิตปูม้าในธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น ทำให้ชาวประมงมีรายได้จากการทำประมงปูม้ามากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้แล้วยังเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกให้กับชุมชนเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรปูม้าและหันมาร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรปูม้าให้มีความยั่งยืนได้ในที่สุด ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ไม่ทิ้งถิ่นฐานเพราะมีรายได้เพียงพอและมีอาชีพที่เหมาะสมในท้องถิ่น

ปัญหาการลดลงของทรัพยากรปูม้า โดยพ.ศ. 2558 ปูม้ามีผลผลิต 22,379 ตัน จัดเป็นลำดับ 4 ของโลก รองจากจีน ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย (FAO, 2018) มูลค่ารวม 3,793 ล้านบาท (ศูนย์สารสนเทศ, 2560) แต่ผลผลิตในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลงจาก 31,832 ตัน ในพ.ศ.2549 (FAO, 2013) หากแนวโน้มผลผลิตเป็นเช่นนี้อีกต่อไปก็จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อ

ชาวประมงขนาดเล็ก เนื่องจากผลผลิตปูม้าในประเทศส่วนใหญ่ได้รับจากกลุ่มชาวประมงขนาดเล็ก จากการสำมะโนประมงพ.ศ. 2538 พบชาวประมงขนาดเล็กในประเทศไทยใช้อวนจมปูจำนวน 6,601 ครั้วเรือน เป็นอันดับ 2 รองจากอวนลอยกุ้ง (9,318 ครั้วเรือน) นอกจากอวนจมปูแล้วยังมีลอบปูอีกจำนวน 1,591 ครั้วเรือน (กังวาลย์, 2541) จากการสำรวจจำนวนชาวประมงขนาดเล็กที่ทำประมงปูม้าในจังหวัดตรัง พ.ศ. 2549 มีจำนวน 752 ราย อาศัยอยู่ใน 33 หมู่บ้าน กระจายอยู่ตลอดแนวชายฝั่งทะเลของจังหวัดตรัง (ธงชัย และคณะ, 2550)

สาเหตุการลดลงของทรัพยากรปูม้าหลักอันหนึ่งคือ การจับปูม้าเพศเมียที่มีไข่นอกกระดองขึ้นมาใช้ประโยชน์ ปัญหานี้สามารถบรรเทาได้โดยการเพิ่มประชากรปูม้าหรือธนาคารปูม้า โดยการนำปูม้าเพศเมียที่มีไข่นอกกระดองที่ชาวประมงจับได้มาทำการฟักไข่ให้เป็นลูกปูม้าแล้วนำไปปล่อยในพื้นที่ที่เหมาะสมอันจะส่งผลให้ปูม้ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (ธงชัย และคณะ, 2557 (ก) (ข) ; Nitiratsuwan et al, 2014)

ปัจจุบันมีการรณรงค์ส่งเสริมให้ชุมชนประมงหลายกลุ่มดำเนินการเพิ่มประชากรปูม้า แต่ส่วนใหญ่ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง สาเหตุหลักเกิดจากขาดแรงกระตุ้น เช่น ดำเนินการแล้วไม่เกิดรายได้ที่ชัดเจน ขาดงบประมาณที่จะมาดำเนินการ เป็นต้น ดังนั้นหากต้องการให้การอนุรักษ์ทรัพยากรปูม้าสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องมีแรงกระตุ้นให้ชาวประมงหันมาสนใจการอนุรักษ์มากขึ้นปัญหานี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง เพื่อให้เกิดรายได้ และทำให้ชุมชนเห็นถึงความสนใจในด้านการอนุรักษ์จากภายนอกที่ปัจจุบันสังคมให้ความสนใจเรื่องการอนุรักษ์เป็นอย่างยิ่ง และพร้อมจะให้การสนับสนุนกับชุมชนในท้องถิ่น

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าที่เหมาะสม สามารถดำเนินการด้วยการจัดกิจกรรมการ

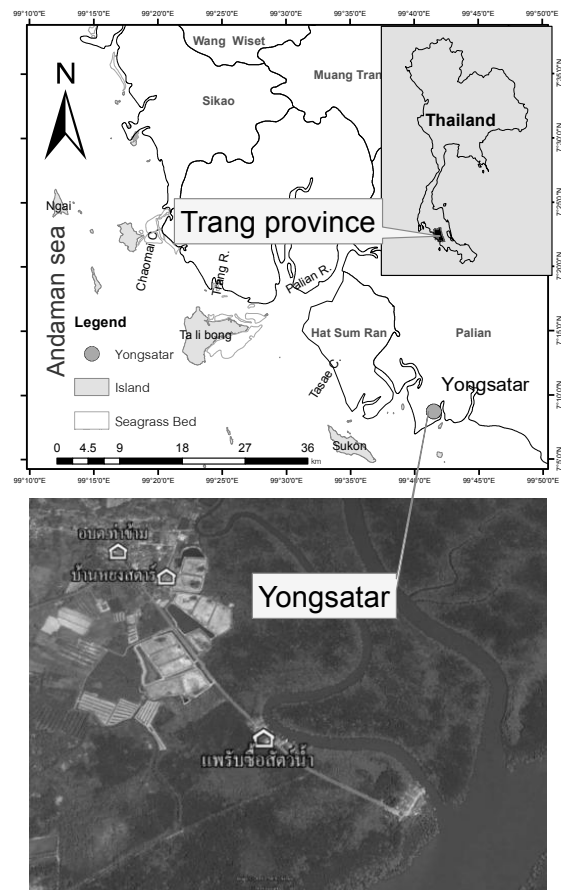
นั่งเรือออกปล่อยลูกปูม้าที่ฟักเป็นตัวบริเวณใกล้กับชุมชนพร้อมกับแม่ปู พร้อมกับการท่องเที่ยวบริเวณป่าชายเลน และทะเลที่อยู่ใกล้ชุมชน หลังจากนั้นกลับมารับประทานอาหารทะเลที่สดและอร่อย ในรูปแบบ One-day tour หรืออาจอยู่พักต่อเพื่อสัมผัสชีวิตกับชาวประมงเพื่อศึกษาวิถีชีวิตการทำประมง พร้อมกับการท่องเที่ยวธรรมชาติบริเวณหอยสตาร์ซึ่งมีความงดงามของธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ ในการดำเนินการนั้นหากจะดำเนินการให้มีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนต้องใช้ข้อมูลจากหลายส่วนประกอบด้วย ประกอบด้วย วิธีการดำเนินการเพิ่มประชากรปูม้าที่สามารถนำมาใช้ในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วิถีชีวิตของชาวประมงเพื่อนำข้อมูลที่ได้เพื่อนำมาจัดระบบให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว และทรัพยากรประมงที่สามารถนำมาใช้ในการท่องเที่ยว เช่น ผลผลิตสัตว์น้ำจากการทำประมงปูม้า โดยเฉพาะการนำมาเพื่อประกอบเป็นอาหารในการสนับสนุนการท่องเที่ยวซึ่งในพื้นที่มีอยู่สัตว์น้ำอยู่หลายชนิด เช่น ปูม้า กุ้งมังกร กุ้งตักเตน ข้อมูลที่ได้นำมาประเมินและจัดทำเป็นระบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้า โดยนำเข้าประชุมร่วมกับชาวประมงและผู้มีส่วนได้เสียและจัดทำให้เหมาะสมอันจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าที่เหมาะสมกับชุมชน

วัตถุประสงค์

- 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการทำประมงปูม้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้า โดยชุมชนหอยสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง
- 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าที่เหมาะสมในพื้นที่ชุมชนหอยสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง
- 3 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้า โดยชุมชนหอยสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการในชุมชนประมงบ้านหอยสตาร์ โดยตั้งอยู่ในจังหวัดตรังซึ่งอยู่ทางภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยติดฝั่งทะเลอันดามัน ชุมชนหอยสตาร์ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดตรังติดกับทะเลเขตจังหวัดสตูล (ภาพที่ 1) ชุมชนประมงบ้านหอยสตาร์ส่วนใหญ่เป็นชาวประมงขนาดเล็กทำการประมงปูม้าเป็นหลัก (ภาพที่ 2) โดยในชุมชนสามารถดำเนินการฟักไข่จากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดองได้



ภาพที่ 1 พื้นที่ศึกษาชุมชนประมงบ้านหอยสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง (Google earth, 2016)

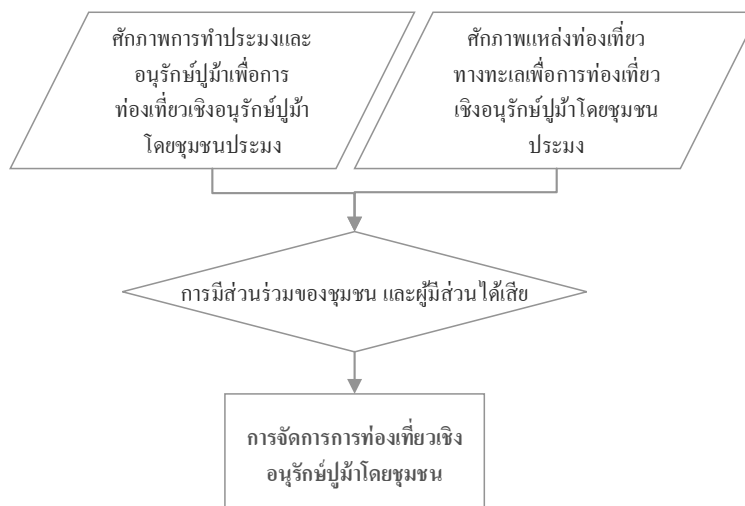


ภาพที่ 2 ชาวประมงและผู้มีส่วนได้เสียกับการทำประมงปูม้าบ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง

การวิจัยนี้ดำเนินการด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research; PAR) ด้วยการจัดกระบวนการและกิจกรรมที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยวิธีการชวนคุย ชวนคิด และชวนทำ ค้นหาทุนและศักยภาพของชุมชน ใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อถ่ายทอดบทเรียน และต่อยอดงานจากทุนเดิมของชุมชน (สีลาภรณ์, 2554) ร่วมการวิจัยเชิงปริมาณ

แนวคิดการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ประกอบด้วย 1) การศึกษาศักยภาพการอนุรักษ์ปูม้า และการทำประมงของชาวประมงดำเนินการเก็บข้อมูลความคิดเห็นของชาวประมงที่มีต่อโครงการเพาะฟักไข่ปูม้าจากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดอง และ

ชีวิตประจำวันของชาวประมงโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ส่วนผลผลิตทางประมงเก็บข้อมูลด้วยแบบบันทึกข้อมูล 2) การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางทะเลที่อยู่ใกล้กับชุมชนหยงสตาร์ดำเนินการโดยใช้กระบวนการ PRA สุดท้ายนำผลการศึกษาทั้งสองส่วนนำมาทำการประชุมกลุ่มชาวประมงปูม้าและผู้มีส่วนได้เสียเพื่อกำหนดวิธีการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนที่เหมาะสม และ 3) นำผลการศึกษาจาก 1) และ 2) มาดำเนินการประชุมกลุ่มเพื่อจัดทำเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชาวประมงที่เหมาะสม (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 แนวคิดการวิจัยศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง

การดำเนินการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

1 การศึกษาศักยภาพการประมงปูม้าของชาวประมงขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชน ประกอบด้วย

1.1) ความคิดเห็นของชาวประมงต่อโครงการธนาคารปูม้าเพื่อฝากปูฟักไข่ปูม้าจากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดองเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้า ดำเนินการโดยจัดประชุมกลุ่มชาวประมงปูม้าและผู้มีส่วนได้เสียกับการทำประมงปูม้า ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ชาวประมงปูม้าในบ้านหยงสตาร์จำนวน 43 ราย ชาวประมงที่เข้าร่วมจำนวน 23 ราย ดำเนินการชี้แจงวัตถุประสงค์การทำวิจัย และเก็บข้อมูลความคิดเห็นของชาวประมงต่อโครงการฟักไข่ปูม้าจากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดองโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ข้อมูลที่จัดเก็บประกอบด้วย ความคิดเห็นของชาวประมงต่อโครงการฯ ผู้ดำเนินการ สถานที่ดำเนินการ ความต่อเนื่องของโครงการฯ การใช้โครงการฯ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดำเนินการ 1 ครั้ง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ และร้อยละ

1.2) การดำเนินชีวิตประจำวันของชาวประมงที่ทำประมงปูม้า ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบบันทึกข้อมูลรายวัน ข้อมูลที่บันทึกประกอบด้วย กิจกรรมของชาวประมงในแต่ละวัน เวลาการทำประมง ระยะเวลาทำการประมง กิจกรรมอื่นๆ และเวลาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน วิเคราะห์ข้อมูลชีวิตประจำวันของชาวประมงบรรยายโดยใช้การพรรณาร่วมกับแผนภูมิ ระยะเวลาการศึกษา 6 เดือน นำข้อมูลที่ได้รับมาจัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 2 เพื่อกำหนดบทบาทและหน้าที่ของชาวประมงที่จะเข้าร่วมดำเนินการจัดการท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้ง พร้อมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการดำเนินการ

1.3) ผลผลิตสัตว์น้ำจากการทำประมงปูม้าของชาวประมงขนาดเล็กที่สามารถนำมาใช้เพื่อ

การท่องเที่ยว ดำเนินเก็บข้อมูลจากแฟร็บซื้อสัตว์น้ำในบ้านหยงสตาร์จำนวน 2 ราย บันทึกข้อมูลด้วยแบบบันทึกข้อมูลปริมาณสัตว์น้ำที่ชาวประมงนำมาจำหน่ายรายวันประกอบด้วย ชนิดและปริมาณสัตว์น้ำวิเคราะห์ข้อมูลผลรวมของสัตว์น้ำแต่ละชนิดในแต่ละเดือน ระยะเวลาการศึกษา 8 เดือน

2 ศึกษาศักยภาพของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่อยู่ใกล้ชุมชนหยงสตาร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง ดำเนินการวิจัยด้วยการให้นักวิจัยนั่งเรือไปโดยให้ชาวประมงแนะนำสถานที่ที่น่าจะนำมาใช้ในการท่องเที่ยวได้ ข้อมูลที่จัดเก็บประกอบด้วย สถานที่ที่น่าสนใจ ข้อมูลทั่วไปของสถานที่ กิจกรรมที่เหมาะสม พร้อมบันทึกภาพ ดำเนินการ 2 ครั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ปูม้าโดยชาวประมง ใช้การบรรยาย นำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายสถานที่พร้อมภาพและกิจกรรม

3 การจัดการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง ดำเนินการโดยจัดประชุมกลุ่มชาวประมงและผู้มีส่วนได้เสียครั้งที่ 3 เพื่อนำเสนอข้อมูลที่ได้รับจากข้อ 1 และ 2 โดยให้กลุ่มระดมความคิดเห็นถึงเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชาวประมงที่เหมาะสม สรุปเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนที่เหมาะสม

ผลการศึกษาและวิจารณ์ผลการศึกษา

1 ศักยภาพการประมงปูม้าของชาวประมงขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชน

1.1 ความคิดเห็นของชาวประมงต่อกิจกรรมการฟักไข่ปูม้าจากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดองเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชาวประมงเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 95.7) พร้อมทั้งจะให้ความร่วมมือในการดำเนินการฟักไข่จากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดอง เนื่องจากการดำเนินการนี้จะส่งผลให้ทรัพยากรปูม้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ

82.6) (งชัย และคณะ, 2557 ; Nitiratsuwan et al., 2014) โดยเห็นด้วยกับการดำเนินกิจกรรมเพาะฟักปูม้า พร้อมจะให้ความร่วมมือด้วยการนำลูกปูม้าที่ฟักเป็นตัวไปปล่อย และให้แม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดองเพื่อนำมาเพาะฟัก ผู้ดำเนินการและสถานที่ดำเนินการชาวประมงเสนอให้แพรับซื้อสัตว์น้ำ (ร้อยละ 95.7) เนื่องจากเป็นแหล่งรวบรวมปูม้าอยู่แล้วทำให้สะดวกในการดำเนินการเป็นอย่างยิ่ง และจากการประชุม

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับการทำประมงปูม้านั้นแพรับซื้อสัตว์น้ำยินดีที่จะเป็นผู้ดำเนินการ (ภาพที่ 6) สุดท้ายชาวประมงเห็นด้วยว่าการดำเนินการเพาะฟักปูม้านี้สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 95.7) อีกทั้งชาวประมงทั้งหมดเห็นด้วยว่าโครงการนี้สามารถนำมาใช้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ปูม้าได้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของชาวประมงต่อการดำเนินการฟักไข่จากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดอง

ความคิดเห็นของชาวประมง	จำนวน	ร้อยละ	
1 การดำเนินการเพาะฟักปูม้าส่งผลให้ทรัพยากรปูม้าเพิ่มขึ้นหรือไม่			
1.1 ปูม้าเพิ่มขึ้น	19	82.6	
1.2 ปูม้าไม่เพิ่มขึ้น	4	17.4	
2 การเข้าร่วมดำเนินการเพาะฟักปูม้า			
2.1 เข้าร่วม	22	95.7	
2.2 ไม่แน่ใจ	1	4.3	
3 กิจกรรมการเพาะฟักปูม้าที่ต้องการเข้าร่วม			
3.1 การปล่อยลูกปู	17	74.0	
3.2 การให้แม่ปู	5	21.7	
3.3 การเพาะพันธุ์ปู	1	4.3	
4 ผู้ที่ควรดำเนินการเพาะฟักปูม้า			
4.1 แพรับซื้อสัตว์น้ำ	22	95.7	
4.2 กรมประมง	1	4.3	
5 สถานที่ดำเนินการเพาะฟักปูม้า			
5.1 แพรับซื้อสัตว์น้ำ	22	95.7	
5.2 กรมประมง	1	4.3	
6 การให้แม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดองเพื่อนำมาเพาะฟักลูกปูม้า			
6.1 ให้แม่ปูม้า	23	100.0	
7 กิจกรรมการเพาะฟักปูม้าสามารถดำเนินการได้ต่อเนื่องหรือไม่			
7.1 ดำเนินการได้ต่อเนื่อง	22	95.7	
7.2 ดำเนินการได้ไม่ต่อเนื่อง	1	4.3	
8 กิจกรรมการเพาะฟักปูม้าสามารถนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวได้หรือไม่			
8.1 นำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวได้	23	100.0	

1.2 ชีวิตประจำวันของชาวประมง เริ่มตั้งแต่การเตรียมตัวเพื่อออกทำประมงตั้งแต่การปฏิบัติภารกิจส่วนตัว รับประทานอาหารเช้าซึ่งส่วนใหญ่คือกาแฟ และขนม เริ่มตั้งแต่ 2.00 น. บางรายออกไปตัดยางพาราก่อนออกทำประมง เวลาออกจากที่พักไปถึงพื้นที่ทำประมงเริ่มตั้งแต่ 3.00 น. หากมีพื้นที่ทำประมงใกล้ๆ ใช้เวลา 1 ชั่วโมง หากไกลออกไปก็จะใช้เวลาถึง 2 ชั่วโมง ชาวประมงส่วนใหญ่เริ่มทำประมงเมื่อมีแสงแดดประมาณ 6.00 น. โดยชาวประมงกลุ่มที่ทำประมงปูม้าด้วยอวนทำการประมงด้วยการเก็บ

อวนไปพร้อมๆ กับการปลดปูม้าออกจากอวน และวางอวนลงไปในทะเลอีกครั้ง หากเป็นกลุ่มชาวประมงที่ทำประมงปูม้าด้วยลอบก็จะเก็บลอบขึ้นมาพร้อมนำปูม้าหรือสัตว์น้ำชนิดต่างๆ ที่อยู่ลอบใส่ในภาชนะแล้วนำเหยื่อใหม่ใส่ลงไปในลอบ ในช่วงทำประมงนี้ใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง เมื่อเสร็จสิ้นการทำประมงก็จะเดินทางกลับมายังแพรับซื้อสัตว์น้ำหรือท่าเทียบเรือซึ่งใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เสร็จสิ้นภารกิจประมาณ 12.00 น. หลังจากนั้นก็จะพักผ่อนหรือทำกิจกรรมอื่นๆ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ชีวิตประจำวันของชาวประมงขนาดเล็กที่ทำประมงปูม้าในบ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง

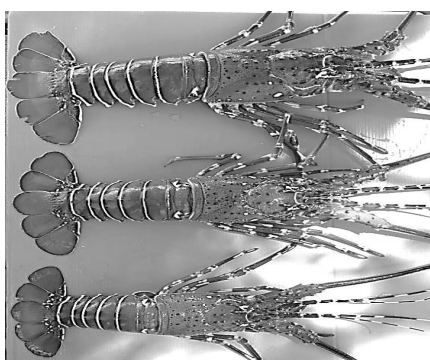
กิจกรรม	เวลา															
	02.00 น.	03.00 น.	04.00 น.	05.00 น.	06.00 น.	07.00 น.	08.00 น.	09.00 น.	10.00 น.	11.00 น.	12.00 น.	13.00 น.	14.00 น.	15.00 น.	16.00 น.	17.00 น.
เตรียมตัว ออกทำ ประมง																
เข้าพื้นที่ทำ ประมง																
ถึงพื้นที่ทำ การประมง																
ช่วงทำ ประมง																
กลับจากทำ ประมง																
จำหน่าย ผลผลิต																
ซ่อม เครื่องมือ ประมง																
อื่นๆ																

1.3 ศักยภาพของผลผลิตสัตว์น้ำที่สามารถนำมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมงบ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน

จ.ตรัง ผลการศึกษาพบว่าผลผลิตสัตว์น้ำที่ชาวประมงจับได้ มีหลากหลายชนิด เช่น ปูม้า กุ้งมังกร กุ้งตักแตน (ภาพที่ 4)



ปูม้า



กุ้งมังกร



กุ้งตักแตน

ภาพที่ 4 ผลผลิตสัตว์น้ำที่ชาวประมงนำมาจำหน่ายในชุมชนประมงบ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง

โดยปริมาณผลผลิตสัตว์น้ำที่สามารถนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวประกอบด้วย ปูม้าเป็นสัตว์น้ำหลัก ที่สามารถนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากมีปริมาณมากที่สุด รองลงมาคือ กุ้งตักแตน กุ้งกุลาดำ

และกุ้งมังกร (ตารางที่ 3) โดยสัตว์น้ำที่จับได้ในพื้นที่นี้มีความสดเป็นอย่างมากสามารถสร้างสรรค์เมนูอาหาร ซึ่งจะนำไปสู่ความประทับใจของนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นอีกจุดแข็งหนึ่งของพื้นที่นี้

ตารางที่ 3 ผลผลิตสัตว์น้ำ (กิโลกรัม) จำแนกตามประเภทสัตว์น้ำชุมชนบ้านหยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

เดือน	ปูม้าขนาดใหญ่	ปูม้าขนาดกลาง	กุ้งมังกร	กุ้งตักแตน	กุ้งกุลาดำ
มค 60	25	33		5	
กพ 60	113	153	1	16	22
มีค 60	103	200	5	34	2
เมย 60	320	708	6	49	5
พค 60	204	412	4	10	
มิย 60	204	412	4	10	
กค 60	260	430	1	10	29
สค 60	308	359		23	0
รวม	1,536	2,707	21	157	58

2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สามารถนำมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง ประกอบด้วย

2.1 เส้นทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติทางทะเลและกิจกรรม เริ่มต้นจาก เข้าเยี่ยมชมชมแพสาธิต การฟักไข่จากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดอง (ศูนย์อนุรักษ์ปูม้า) บ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง ฟังบรรยายการอนุรักษ์พันธุ์ปูม้าในวิถีธรรมชาติเพื่อเพิ่มจำนวนปูม้าให้มีจำนวนมากขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของตลาด และนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์พันธุ์ปูม้าไม่ให้สูญหายไป

จากนั้นนักท่องเที่ยวลงเรือพร้อมถังใส่ลูกปูม้า ชาวประมงจะนำนักท่องเที่ยวเข้าสู่ “หอลูกไม้” เพื่อปล่อยลูกปูม้าที่ได้จากศูนย์สาธิตการอนุรักษ์ปูม้าสู่ธรรมชาติ เป็นการ “ทำบุญหลักร้อยแต่กลับได้บุญหลักล้าน” เพื่อให้ปูได้เจริญเติบโตต่อไป (ปล่อยลูกปูม้าคืนสู่ธรรมชาติจำนวน 1 ล้านตัว)

ถัดไปทะเลจุดนี้คณะวิจัยเห็นควรให้ชื่อว่า “ภูสามเงา เขาสามสี” จุดนี้นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นแนวสันเขาเทือกเขาบรรทัดที่เป็นลักษณะของภูเขาซ้อนเรียงรายเชื่อมต่อกันเป็นแนวยาว ระหว่างนี้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและความงามของท้องฟ้าสีครามกับภูเขาสีเขียวเข้มอ่อนสลับกันไปตลอด

จนสีน้ำทะเลที่ตัดกับเงาของภูเขาอย่างลงตัว

จากนั้นจะเห็นเกาะขนาดใหญ่ตรงหน้าที่มีความเด่นชัดเป็นลักษณะของเกาะที่อยู่กลางน้ำ บริเวณหน้าผาเขาหิน สีเหลือง เขียว คราม มีหินงอกหินย้อยสวยงามสลับกันไปซึ่งบริเวณนี้จะมีสีสนที่ชวนให้หลงใหลเหมือนได้เข้าไปอยู่ยุคของสเทโกดอน ซึ่งเรียกที่นี่ว่า “เกาะตะบัน” เป็นหินผาที่มีความงดงามตามแบบธรรมชาติโดยไม่ผ่านการปรุงแต่ง อีกจุดหนึ่งของเขาหินกลางทะเลนี้คณะนักวิจัยจึงให้ชื่อว่า “ผาน้ำค้าง” เป็นบริเวณที่มีน้ำซึมไหลหยดลงมาจากหน้าผาตลอดวันจนมีสีสนแปลกตา ถัดไปจะได้อีกหนึ่งเขาชื่อว่า “เขาป้อย” เป็นเขาหินขนาดเล็ก ลักษณะคล้ายเขาตาปูในจังหวัดพังงา ตั้งตระหง่านอยู่กลางน้ำที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีพืชพันธุ์นานาชนิดที่ทำให้เขากลางน้ำแห่งนี้เขียวข่มม้วนรื่น คณะนักวิจัยจึงให้ชื่อว่า “เขามินีเจมส์บอน” (ภาพที่ 5)

ต่อจากนั้นชาวประมงจะนำนักท่องเที่ยวกลับมายังศูนย์อนุรักษ์ปูม้า โดยเส้นทางเดินทางของแหล่งธรรมชาติทางทะเลนี้ใช้เวลาทั้งหมด 2.30 ชั่วโมง สุดท้ายนำนักท่องเที่ยวไปรับประทานอาหารทะเลที่ร้านอาหารบริเวณแหลมหยงสตาร์ โดยนักท่องเที่ยวสามารถซื้อสัตว์น้ำจากแพรับซื้อสัตว์น้ำในชุมชนซึ่งมีความสดได้



ภาพที่ 5 เส้นทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติที่อยู่ใกล้ชุมชนหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ส.เกา จ.ตรัง
(ดัดแปลงจาก Google Earth, 2018)

2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้ๆ ชุมชน มีรายละเอียดดังนี้ 2.2.1) ศูนย์อนุรักษ์ปูม้า (แพร์บชี้อสัตว์น้ำในชุมชนหรือแพสมสุข) ชุมชนจัดกิจกรรมบรรยายนำชมวิธีการเพาะฟักไข่ปูม้า โดยทางศูนย์ฯ ใช้วิธีการฟักไข่อย่างเหมาะสมกับพื้นที่ ด้วยการนำแม่ปูที่มีไข่นอกกระดองที่ชาวประมงจับได้มาใส่ถังที่มีน้ำทะเล

สะอาดพร้อมให้อากาศเพื่อให้แม่ปูฟักไข่ หลังจากนั้นจะให้ชาวประมงนำลูกปูม้าที่ฟักเป็นตัวไปปล่อยบริเวณพื้นที่อนุบาลลูกปูม้าวัยอ่อน ประโยชน์จากการดำเนินการฟักไข่จากแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดอง การบรรยายดำเนินการโดยเจ้าของแพร์บชี้อสัตว์น้ำหรือชาวประมงเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ปูม้าแก่นักท่องเที่ยว (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 การสาธิตการฟักไข่ปูม้า และปูม้าที่ฟักเป็นตัว

2.2.2) หอลูกไม้ ลักษณะเป็นสันทรายที่มีต้นไม้ขึ้นอยู่กลางอ่าว หากเป็นช่วงน้ำขึ้นระดับน้ำจะสูงถึงยอดไม้ โดยจุดนี้สามารถใช้เป็นจุดปล่อยลูกปูม้าที่ฟักเป็นตัวได้ แต่หากเป็นช่วงน้ำลงนัก

ท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับสันทรายที่ยกตัวขึ้นมา จะได้สัมผัสผืนทรายละเอียดและทัศนียภาพที่สวยงามต่างก้นน้ำอศจรย์ (ภาพที่ 7)



กิจกรรมการปล่อยปูม้า ณ หอลูกไม้ขณะน้ำขึ้นระดับยอดไม้



หอลูกไม้ขณะน้ำลง สามารถลงเดินตามแนวสันทรายได้
ภาพที่ 7 หอลูกไม้ และกิจกรรมการปล่อยลูกปูม้าบริเวณหอลูกไม้

2.2.3) เขือกเขาบรรทัด “ภูสามเงา” (ภาพที่ 8) คือ เขือกเขาบรรทัดตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของจังหวัดตรัง โดยเส้นทางเรือที่นำนักท่องเที่ยวเดินทางในทะเลจะสามารถมองเห็นแนวเขือกเขาบรรทัดที่ทอดเป็นแนวยาวสลับเป็นชั้นๆ ไหลระดับโตนสามสี ประกอบด้วย ดำ เทาแก่ และเทาอ่อน ตัดกับก้อนเมฆที่ลอยอยู่เหนือแนวเขือกเขา อย่างเด่นชัด 2.2.4) เขาตะบัน (ภาพที่ 10) ลักษณะเป็นเกาะหินปูนที่ตั้งอยู่ในอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล แต่ตั้งอยู่ใกล้กับพื้นที่บ้าน

หยงสตาร์ โดยมีระยะทางจากฝั่งถึงเกาะประมาณ 7 กิโลเมตร โดยเกาะตะบันมีหน้าผาสามสีที่ประกอบด้วย สีเหลือง เขียว และ คราม หรือเรียกว่า “เขาสามสี” (ภาพที่ 9) ด้านข้างมีเกาะหินขนาดเล็กที่มีรูปร่างเหมือนกับสเตโกดอนไดโนเสาร์โบราณ หรือเรียกว่า “เกาะสเตโกดอน” (ภาพที่ 11) อีกด้านของเกาะมีหน้าผาที่มีหินย้อยโดยมีน้ำหยดตลอดเวลา หรือเรียกว่า “ผาน้ำค้าง” (ภาพที่ 12) และหาดทรายสีขาวสวยงาม (ภาพที่ 13)



ภาพที่ 8 เขือกเขาบรรทัด (ภูสามเงา)



ภาพที่ 9 เขาสามสี



ภาพที่ 10 เกาะตะบัน



ภาพที่ 11 เกาะหินสเตโกดอน



ภาพที่ 12 ผาน้ำค้าง



ภาพที่ 13 ชายหาดบนเกาะตะบัน

2.2.5) เขาป้อย หรือเรียกว่า “เขามินี
เจมส์บอน” ลักษณะเป็นเกาะหินปูนที่ตั้งอยู่ในอำเภอ
ทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เช่นกัน ลักษณะเป็นเขาหินปูน

ขนาดเล็กตั้งแต่โดดเด่นคล้ายกับเขาตาปูในจังหวัด
พังงา (ภาพที่ 14)



ภาพที่ 14 เขาป้อย (มินิเจมส์บอน)

2.2.6) ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่มี 2 ร้าน ตั้งอยู่บริเวณแหลมทราย โดยอาหารทะเลหลักที่ใช้สำหรับนักท่องเที่ยวคือ ปูม้าที่ประกอบเป็นอาหาร

ประเภทต่างๆ เช่น ปูม้าหนึ่ง ปูม้าผัดผงกะหรี่ และหากนักท่องเที่ยวต้องการรับประทานอาหารทะเลชนิดอื่นๆ ก็สามารถซื้อได้จากแพร์ซื้อสัตว์น้ำในพื้นที่ (ภาพที่ 15)



ภาพที่ 15 อาหารทะเลสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นปูม้าเป็นหลัก

3 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ปูม้าโดยชุมชนประมง

ผลการประชุมกลุ่มชาวประมงและผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มได้เสนอรายชื่อชาวประมงจำนวน 7 รายที่มีความพร้อมในการที่จะจัดการนำเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนด โดยเรือที่ชาวประมงนำมาใช้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละ 10 คน โดยเรือต้องจัดหาเสื้อชูชีพให้พร้อมซึ่งในช่วงแรกอาจยืมจาก อบต. ทำข้ามก่อน โดยต้องมีการแจ้งสำรองล่วงหน้าก่อนอย่างน้อย 2-3 วัน เพื่อเตรียมตัวไม่ให้ทับซ้อนกับช่วงลากการออกทำประมง

โดยผู้ประสานงานหลักนั้นทางกลุ่มมอบหมายให้คุณสมสุข ดอนพิกุล เจ้าของแพร์ซื้อปูม้าในพื้นที่เนื่องจากมีความเข้าใจและมีความพร้อม ทั้งในเรื่องสถานที่ที่เป็นทั้งศูนย์อนุรักษ์ปูม้า ความสามารถ

ของบุคลากรของแพที่สามารถให้ข้อมูลการทำงานของศูนย์ฯ เป็นที่ตั้งของการฟักไข่ปูม้าทำให้สะดวกในการขนปลุกปูม้าลงเรือและนักท่องเที่ยวขึ้นลงเรือ อนึ่ง ผู้ประสานงานจะเตรียมลูกปูม้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้นำไปปล่อยเช่นกัน

อุปสรรคปัญหาในการออกไปจัดกิจกรรม คือ อากาศร้อนทางผู้วิจัยได้นำเสนอให้เรือติดตั้งหลังคาแก่งแต่ชาวประมงได้เสนอให้ใช้ร่มแทนเนื่องจากหากติดตั้งแก่งเรือจะไม่สะดวกในการออกไปทำการประมงอีกทั้งเป็นการลงทุนที่ค่อนข้างสูง แต่หากใช้ร่มแทนต้นทุนจะต่ำกว่า อีกทั้งยังไม่บดบังทัศนียภาพในการท่องเที่ยว และสะดวกสบายมากขึ้น หากเป็นช่วงน้ำลงที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินลงไปชมสันทรายบริเวณหอลูกไม้โดยไม่ร้อน



การประชุมครั้งที่ 1 และ 2



การประชุมครั้งที่ 2

การประชุมครั้งที่ 3

ภาพที่ 16 การประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับการทำประมงปูม้าเพื่อการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ปูม้า
โดยชุมชนประมง บ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง

สรุปผลการวิจัย

1 ศักยภาพการทำประมงปูม้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า คนในชุมชนมีข้อคิดเห็นด้านอุปสรรคการบริหารจัดการเวลาที่จะมาดำเนินการนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวทางทะเลช่วงเช้าตรู่หรือในวันที่น้ำลงได้ เพราะต้องประกอบอาชีพทำประมงในช่วงเช้าถึงเที่ยง ซึ่งต้องหยุดออกเรือทำการประมงเพื่อนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรติดต่อมาล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์เพื่อเตรียมความพร้อมของสภาพอากาศ การขึ้นลงของน้ำทะเล เตรียมจัดตารางคนขับเรือและมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากที่สุด

และพบว่า กิจกรรมบริการนำเที่ยวและการประกอบอาชีพประมง มีความสอดคล้องกันและสามารถบริหารจัดการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้

ทั้งนี้ต้องมีการอบรมเพิ่มพูนศักยภาพความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน (CBT) อบรมการบริการนำเที่ยว อบรมการใช้ภาษาสากลเพื่อนำชมและสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น ภาษาไทยกลางและภาษาอังกฤษ

2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรปูม้าโดยชาวประมง บ้านหยงสตาร์อยู่ในระดับพร้อมมาก คือมีแหล่งเพาะฟักลูกปูม้าตามธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สามารถจัดเส้นทางนำเที่ยวและกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงศักยภาพในเรื่องอาหารทะเลสดสดนำมาบริการนักท่องเที่ยว และร้านอาหารที่มีทัศนียภาพสวยงาม

3 การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปูม้าโดยชุมชนประมง กรณีบ้านหยงสตาร์มีศักยภาพมากพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย ชุมชนมี

ความเข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าสูงทำให้ง่ายในการแสดงออกถึงจิตบริการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้เป็นอย่างดี อีกทั้งผู้มีส่วนได้เสียกับการทำประมงปумаยังมีความพร้อมและให้ความร่วมมือกับการอนุรักษ์ปумаเป็นอย่างดี โดยชาวประมงพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยศักยภาพเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวทางทะเลมีความสวยงาม มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติสูง วัตถุดิบอาหารทะเลที่มีรสอร่อยมาก รวมถึงร้านอาหารที่ปรุงอาหารทะเลได้อย่างมีคุณภาพ และเพียงพอที่จะให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนมีความประทับใจเป็นอย่างยิ่ง

4 ข้อเสนอแนะด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปума ณ บ้านหยงสตาร์นี้เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) และ Incentive tour หรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงานต่างๆ โดยจัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่จำนวนคนไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวนี้ควรควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวครั้งละไม่เกิน 30 คน เช่น กิจกรรมศึกษาดูงานด้านประมงน้ำเค็มและการอนุรักษ์พันธุ์ปума การปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำเพื่อให้สอดคล้องโดยไม่กระทบกับวิถีชีวิตของชาว

ประมง อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลและบริการอาหารทะเลดำรับพื้นบ้าน เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน อีกทั้งการจะเข้ามาท่องเที่ยวนี้จะต้องทำการนัดหมายจองล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์ เพื่อให้ชุมชนสามารถเตรียมการให้พร้อมต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว และ ควรศึกษาศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน(CBT)และธุรกิจที่พักแบบเรียนรู้วิถีชุมชน (Home Stay) เพื่อสร้างโอกาส สร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณชาวประมงขนาดเล็กในบ้านหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ.ปะเหลียน จ.ตรัง คุณสมสุข ดอนพิกุล องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม และชาวบ้านในพื้นที่ที่เอื้อเฟื้อข้อมูล และให้ความอนุเคราะห์ทีมวิจัยเป็นอย่างดี นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการประมงและธุรกิจสัตว์น้ำ และสาขาการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตตรัง ที่ร่วมด้วยช่วยกันเก็บข้อมูล ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่สนับสนุนทุนวิจัย

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2555. 7Greens ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน. เข้าถึงได้จาก <http://7greens.tourismthailand.org/main.html>. เข้าถึงเมื่อ 23 กรกฎาคม 2558.
- ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. 2539. สถิติพื้นฐาน. ขอนแก่น : โรงพิมพ์คลังน่านวิทยา.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2552. บทบาทขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานความคิดเศรษฐกิจพอเพียง. สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา : กรุงเทพฯ.
- สวิชญา ศุภอุดมฤกษ์ ตรีรัตน์, วราภรณ์ ดวงแสง, อนุวัต เชื้อเย็น, อธิภาพ แสงศรี และเฉลิมศิลป์ นันทวงศ์. 2558. การใช้แผนที่สีเขียว : เครื่องมือเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและระบบสื่อความหมายภายใต้แนวคิด 7 Greens บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น. ว. เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ 7 (1): 74-84.
- ทวี จันทรศรี และ บุญชัย เจียมปรีชา. 2524. การใช้อาหารเทียมเป็นอาหารเสริมในการเพาะเลี้ยงลูกปูม้าในระบบ mass culture. รายงานวิชาการ ฉบับที่ 21. กรุงเทพฯ: งานปลาผิวน้ำ กองประมงทะเล กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

- ธงชัย นิตริฐสุวรรณ, กันสนิณี พันธวินิชดำรง และจันทร์สว่าง งามผ่องใส. 2557. การประเมิณทรัพยากรปูม้า (*Portunus pelagicus* Linnaeus, 1758) จากโครงการเพิ่มพันธุ์ด้วยระบบภูมิสารสนเทศ. ว.วิจัยเทคโนโลยีการประมง 8(1):105-114.
- ธงชัย นิตริฐสุวรรณ, กันสนิณี พันธวินิชดำรง และวีระพร สุขสมจิตร. 2559. กลยุทธ์เพื่อลดการทำประมงปูม้าที่มีไข่นอกกระดองจากชาวประมงขนาดเล็ก กรณีศึกษาจังหวัดตรัง. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. ตรัง: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- ธงชัย นิตริฐสุวรรณ, บัญชา สมบูรณ์สุข และสมหมาย เชื้อวารีสังจะ. 2550. สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการทำประมงปูม้าของชาวประมงขนาดเล็กในจังหวัดตรัง. ว.เกษตรศาสตร์ 28: 309-320.
- นัยนา คำกันศิลป์. 2547. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนเกาะมุกด์. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. ตรัง: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- สีลาภรณ์ บัวสาย. 2547. พลังท้องถิ่นบทสังเคราะห์งานวิจัยด้านชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บุญชัย เจียมปรีชา และทวี จันทศรี. 2523. การเพาะและเลี้ยงปูม้า *Portunus pelagicus* Linnaeus แบบหมวมวล (Mass culture). รายงานวิชาการ ฉบับที่ 20. กรุงเทพฯ: งานปลาผิวน้ำ กองประมงทะเล กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- วารินทร์ ธนาสมหวัง และภมรพรรณ ฉัตรภูมิ. 2548. ผลของความเค็มของน้ำต่ออัตราการฟักของไข่ปูม้า (*Portunus pelagicus* Linnaeus, 1758) จากตบั้งปูไข่นอกกระดอง. ว.การประมง 58: 53-60.
- สุเมธ ตันติกุล. 2527. ชีววิทยาการประมงของปูม้าในอ่าวไทย. เอกสารเผยแพร่วิชาการฉบับที่ 1/2527. กรุงเทพฯ: ฝ่ายสัตว์น้ำอื่นๆ กองประมงทะเล กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- FAO. 2018. Fishery and Aquaculture Statistics. Global capture production 1950-2016 (FishstatJ). In: *FAO Fisheries and Aquaculture Department [online]*. Rome. Updated 2018. www.fao.org/fishery/statistics/software/fishstatj/en
- Ingles, J.A. and E. Braum. 1989. Reproduction and larval ecology of the blue swimming crab *Portunus pelagicus* in Ragay Gulf, Philippines. *Int. Rev. Hydrobiol.* 74: 471-490.
- Kangas, M.I. 2000. Synopsis of the biology and exploitation of the blue swimming crab, *Portunus pelagicus* Linnaeus, in Western Australia. Fisheries Research Report No. 121. Western Australia: Fisheries Research Division, Fisheries Western Australia, Australia.
- King, M. 1995. Fisheries Biology, Assessment and Management. Oxford: Fishing News Books.
- Nitiratsuwan, T., Panwanitdumrong, K. and Ngampongsai, C. 2014. Increasing population of blue swimming crab (*Portunus pelagicus* Linnaeus, 1758) through stock enhancement: a case study in Boonkong bay, Sikao district, Trang province, Thailand. *Kasetsart University Fisheries Research Bulletin* 38 (2):17-26.

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวสวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

GUIDELINES IN THE VALUE ADDED CREATION FOR LUMPHINI PUBLIC PARK TOURIST ATTRACTION THE PATHUMWAN AREA BANGKOK

สุภาพร อรรถพิณ¹ และคณะ
Supaphorn Akkapiñ¹ and Others

¹สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

¹Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

บทคัดย่อ

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวสวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการและกิจกรรมของสวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร และ 2) ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนสาธารณะลุมพินีให้เกิดประโยชน์สูงสุด กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้มาใช้บริการสวนสาธารณะลุมพินี ชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา (ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้ให้บริการพึงพอใจต่อการจัดการกับขยะหรือสิ่งเหลือใช้ทั้งภายในและภายนอกของสวนสาธารณะมากที่สุด ($M=3.91$) แต่ผู้ให้บริการประทับใจการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวนสาธารณะของเจ้าหน้าที่ที่ศูนย์ประชาสัมพันธ์ที่น้อยที่สุด ($M=3.60$) ต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนสาธารณะลุมพินีเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในอนาคต พบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ จัดโซนสำหรับเป็นศูนย์การเรียนรู้ Knowledge Center สำหรับผู้ที่ต้องการค้นหาตัวเอง จัดหาให้มีสิ่งสาธารณูปโภคที่ดีกว่าเดิม เช่น เพิ่มแสงไฟตามทางเดิน เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนห้องสุขา และร้านสะดวกซื้อ รวมถึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับผู้ที่มาใช้บริการอย่างครบถ้วน และควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สะอาดและร่มรื่นอยู่เสมอ

คำสำคัญ: ความคิดเห็น สวนสาธารณะ การสร้างมูลค่าเพิ่ม แหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการ

Abstract

Guidelines in the value added creation for Lumpini Public Park tourist attraction the Pathumwan Area, Bangkok aims 1) to study the satisfaction with the current activity management and to get the most out of Lumpini Park, Pathumwan area, Bangkok and 2) to explore ways to create the added value for Lumpini Park to maximize the benefits. 400 Questionnaires were collated from visitors who made use from the Lumpini Park and the statistics used for data analysis was descriptive statistics (frequency, percentage, mean and standard deviation (S.D.)).

The research results found that the public park users were satisfied with the current activities and management and to get the most out of it due to the fact that the park is situated in the heart of the city, hence it is very easy to get there with various means of transport, such as BTS, MRT and buses. In terms of facility and amenity, the area is spacious, but more shops and stalls are need to be provided. Visitors have positive opinions on other attractions in the park including its activities as well as its services and management. With regard to the exploration of ways to create the added value for Lumpini Park to maximize the benefits, the research disclosed that the park should have more various kinds of activities to suit both personal preference and family, for example, Knowledge center for teenagers to discover themselves. However, music such as jazz in the park is less interesting for these informants.

Keywords: Opinion, Public Park, Value-added Creation, Tourist Attraction, Administrative Management

บทนำ

กรุงเทพมหานครมีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางความเจริญในด้านต่างๆ ของประเทศไทย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ดึงดูดประชาชนจากภาคต่างๆ ของประเทศให้เข้ามาสู่กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันสถานการณ์ที่กรุงเทพมหานครกำลังประสบปัญหาวิกฤตอันเนื่องมาจากการหลั่งไหลของประชาชน ทำให้มีการเพิ่มของจำนวนประชากรอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดผลตามมาคือ ระบบนิเวศน์เสื่อมโทรม ระบบน้ำเสีย ขยะตกค้าง อากาศที่มีมลพิษและฝุ่นละอองเพิ่มขึ้น ปัญหาชุมชนแออัด ปัญหาการจราจร จากปัญหาเหล่านี้มีผลสืบเนื่องทำให้ประชาชนในกรุงเทพมหานครเกิดภาวะตึงเครียดและเกิดปัญหาสุขภาพจิตตามมา

การที่จะช่วยลดภาวะตึงเครียดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ทางหนึ่งคือการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ซึ่งหมายถึงการจัดให้มีสวนสาธารณะให้ประชาชนใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจเพื่อให้ประชาชนได้สัมผัสกับธรรมชาติ อากาศที่บริสุทธิ์ ต้นไม้และดอกไม้ ในปัจจุบันสวนสาธารณะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนกรุงเทพมหานครลดความตึงเครียด เหนื่อยล้าจากการทำงานและด้านเวลาที่มีจำกัดในการที่จะเดินทางไปพักผ่อนยังสถานที่ต่างๆ ดังนั้น สวนสาธารณะลุมพินีจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกทางเลือกหนึ่งที่ใช้ในการพักผ่อน ทำกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยในการผ่อนคลาย อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสาธารณะยังเหมาะกับทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ สวนสาธารณะลุมพินียังมีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างครบ ทั้งการเดิน

ทางเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ กิจกรรม ผนวกกับอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สำคัญ ปัจจุบันคนกรุงเทพฯส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น สวนสาธารณะลุมพินีจึงถือเป็นปอดกลางกรุงที่สำคัญของคนกรุงเทพมหานคร และในการศึกษารั้วนี้เพื่อทราบว่าสวนสาธารณะในปัจจุบันได้มีส่วนช่วยลดปัญหาต่างๆ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครได้จริงหรือไม่ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางการวางแผนพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวสวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวันร่วมกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการและกิจกรรมของสวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนสาธารณะลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ทบทวนวรรณกรรม

เดชา บุญค้ำ (2549) ได้ให้ความหมาย สวนสาธารณะ (parks หรือ public parks) หมายถึง บริเวณสาธารณะที่ภาครัฐจัดให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจแก่ประชาชนตามชุมชนและเมืองต่างๆ โดยรัฐเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดูแลรักษาและการจัดที่พักผ่อนหย่อนใจถือเป็นหน้าที่โดยตรงของรัฐ ด้านรูปแบบสวนสาธารณะจะเน้นหนักกิจกรรมนันทนาการหรือการพักผ่อนหย่อนใจเท่ากับหรือมากกว่าด้านความสวยงาม ซึ่งแบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ ได้แก่การพักผ่อนหรือนันทนาการแบบผ่อนคลาย (Passive recreation) และนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง (Active recreation) โดยเน้นย้ำว่าสวนสาธารณะที่ดีจึงต้องสนองประโยชน์ใช้สอยแก่ผู้ใช้สูงสุดและต้องสวยงาม โดยให้

ข้อสังเกตว่าสวนสาธารณะมักสร้างตามใจผู้สร้างมากกว่าผู้ใช้การออกแบบจึงมีความสำคัญ สำนักผังเมือง กทม. ได้นิยาม (2550) ‘สวนสาธารณะ’ ว่าเป็นการใช้ที่ดินประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับชีวิตความเป็นอยู่แบบเมือง (Urban life) สามารถตอบสนองความต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ ขณะที่คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้กล่าวถึง ‘พื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนเมือง’ ว่าหมายถึง พื้นที่โล่งว่างในเขตเทศบาล ซึ่งมีพืชพรรณเป็นองค์ประกอบหลักได้รับการจัดการตามหลักวิชาวิวัฒน์วิทยาและหลักการทางภูมิ สถาปัตย์ เพื่อเสริมสร้างภูมิทัศน์ให้เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมของเมือง อันจะทำให้ชุมชนเมืองเป็นเมืองสีเขียวที่ร่มรื่นสวยงามและน่าอยู่ตลอดไป ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุปผา เรืองรอง (2556) สวนสาธารณะ (parks หรือ public parks) หมายถึง บริเวณที่เป็นส่วนกลางที่รัฐจัดขึ้นเพื่อสุขภาพอนามัยของประชาชน เน้นให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและเป็นแหล่งเรียนรู้ของนักเรียนและประชาชน สวนสาธารณะในปัจจุบันเอกชนอาจจัดสร้างขึ้นแล้วอุทิศให้เป็นสาธารณสมบัติก็ได้ ดังเช่นสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ครินทรตามเขตการศึกษาต่างๆ นอกจากนี้สวนสาธารณะเป็นแหล่งเรียนรู้ประเภทหนึ่งตามพระราชบัญญัติการศึกษาพุทธศักราช 2542 พ่อแม่และครูจึงสามารถใช้ประโยชน์จากสวนสาธารณะมาส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กได้เป็นอย่างดี กล่าวโดยสรุป สวนสาธารณะ หมายถึง พื้นที่โล่งปลอดโปร่ง มีสีเขียวร่มรื่นสวยงาม มีพื้นที่ใช้สอยเพื่อประโยชน์ต่อบุคคลที่ใช้ประโยชน์ รวมไปถึงเป็นพื้นที่ที่สามารถใช้พักผ่อนหย่อนใจที่ดีสำหรับชุมชนเมือง การจัดการสวนสาธารณะ หมายถึง พฤติกรรมการใช้หรือไม่ใช้สวนสาธารณะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การเข้าถึงสวนสาธารณะ กิจกรรมภายในสวน ความทรุดโทรม ความปลอดภัย และความน่าสนใจของสถานที่ ขนาดและรูปร่างของสวน ในส่วนของพฤติกรรมการเลือก

กิจกรรมนันทนาการจะแปรผันตามความแตกต่างของวัย เพศ ลักษณะนิสัย ความนิยม และการฝึกฝน (นิลบล คล่องเวสสะ, 2548 และวิลลิสท์ หรยางกูร, 2556) พื้นที่ที่สามารถพัฒนาเป็นพื้นที่สาธารณะได้มี 7 ประเภท (สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2549) ได้แก่ พื้นที่ว่างตามที่กฎหมายกำหนด พื้นที่ว่างภายหลังการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพื้นที่ส่วนราชการ พื้นที่ในสถาบันการศึกษา พื้นที่ศาสนา ประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม พื้นที่ว่างรกร้างรอการพัฒนาและพื้นที่สาธารณะ พฤติกรรมผู้ใช้สวนสาธารณะ หมายถึง การใช้งานกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ (use and activity in space) โดยพื้นที่สวนสาธารณะในเมืองนั้นมีรูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลายจนยากที่จะจำแนกเป็นประเภทการใช้งานและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นโดยละเอียด การศึกษาของ Pushkarev และ Zapan (1975) ได้แบ่งรูปแบบพฤติกรรมการใช้งานที่เกิดขึ้นในพื้นที่สวนสาธารณะย่านใจกลางเมือง Manhattan ออกเป็น 2 รูปแบบคือ 1) เดินผ่านพื้นที่ (Passers – Through) คือการใช้พื้นที่โดยเป็นทางเดินเท้า หรือใช้เป็นทางลัดสู่อีกสถานที่หนึ่ง โดยไม่เสียเวลาหยุดทำกิจกรรมใดในพื้นที่ 2) ใช้เวลาอย่างไม่มีรับในพื้นที่ (Lingerers) คือการใช้พื้นที่ส่วนใดส่วนหนึ่งในการทำกิจกรรม หรือเดินเอื่อยๆ ชมวิวทิวทัศน์อย่างไม่รีบร้อน กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่สาธารณะมีทั้งกิจกรรมที่ทำลาพัง เช่น การนั่งเล่น เดินเล่น และกิจกรรมที่มีการรวมกลุ่ม เช่นการเล่นกีฬา การจับกลุ่มนั่งคุยกันโดยผู้ใช้งานในกลุ่มนี้ยังสามารถแบ่งตามรูปแบบกิจกรรมได้เป็น 2 คือ 2.1) กิจกรรมแบบผ่อนคลายเป็นกิจกรรมที่ไม่มีการออกแรงหรือเป็นการออกกำลังกายเบาๆ ลักษณะกิจกรรมเป็นแบบสงบ เช่น การนั่งเล่น ชื่นชมธรรมชาติ การฟังดนตรีหรืออ่านหนังสือในที่สาธารณะ หรือนั่งดูผู้คนทำกิจกรรม 2.2) กิจกรรมแบบมีการเคลื่อนไหว (Active Recreation) เป็นกิจกรรมที่ต้องออกแรงหรือ

ออกกำลังกายหนักๆ เช่น การวิ่งออกกำลังกาย การขี่จักรยาน การเล่นกีฬา เป็นต้น การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้านนี้เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ได้แก่ 1) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) 2) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) 3) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และ 4) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านด้านบริการ (Service Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย องค์ประกอบ 1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย 3) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญและความรู้ความสามารถในงาน 4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและวิจารณ์ญาณ 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า 6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง 7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ 8) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อภัยปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ 9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว 10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understand Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและความสนใจตอบสนอง

ความต้องการดังกล่าว

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (Self-Administered Questionnaire) แบบประเมินค่าตัวเลข (Rating Scale) ที่ศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง คือผู้มาใช้บริการสวนสาธารณะลุมพินี แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ในปี 2560 ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยเปรียบเทียบกับสวนสาธารณะสำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร 2559 ที่ประชากรจำนวน 8,000 คน/เดือนโดยประมาณ การลงพื้นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีไม่มาก โดยแบ่งเป็นคนไทย 6,000 คน ชาวต่างชาติคิดเป็น 1/4 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 2,000 คน/เดือน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 100 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีของ TARO YAMANE (อ้างอิงในสุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์, 2554 หน้า 82) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 10 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 200 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างชาวไทย 100 คน และกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ 100 คน ส่วนวิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ประมวลผลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เพื่อสรุปข้อมูลข้างต้น

ผลการวิจัย

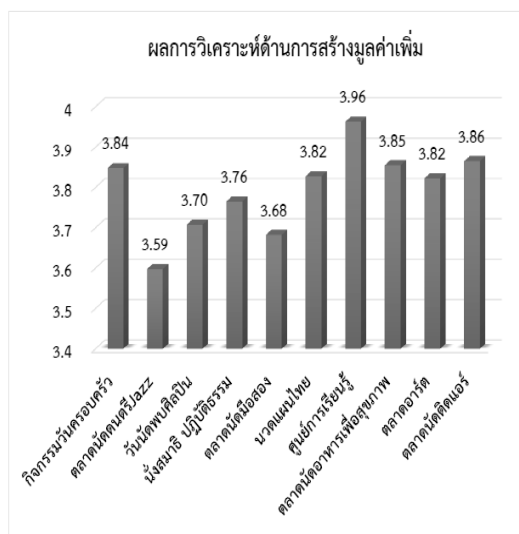
ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเดินทางมายังสวนสาธารณะลุมพินี (Accessibility) มีรถโดยสารสาธารณะบริการอย่างหลากหลาย

เช่น BTS MRT รถโดยสารประจำทาง มอเตอร์ไซด์รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 4.05 แต่ในด้านกิจกรรมที่จัดภายในสวนสาธารณะลุมพินี ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบอย่างทั่วถึงก่อนมีกิจกรรมพิเศษและมีอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านทางเว็บไซต์ โบว์ชัวร์ Social media เป็นต้น ยังไม่ทั่วถึงกับนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 3.63 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility & Amen-ity) พบว่า มีเหมาะสมต่อการทำกิจกรรมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 3.99 แต่ในทางกลับกัน ร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านขายเครื่องดื่ม ขนม อาหาร มีจำนวนที่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากสวนสาธารณะมีพื้นที่กว้างขวางจึงทำให้มีร้านสะดวกซื้อไม่ทั่วถึงต่อนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 3.49 ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสวนสาธารณะลุมพินี ที่อยู่ใจกลางเมืองอีกทั้งสะดวกต่อการที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.25 แต่ยังไม่รู้สึกถึงความหลากหลายในด้านกิจกรรมภายในสวนสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 3.99 ด้านกิจกรรมภายใน (Activities) พบว่า ผู้ใช้บริการ รู้สึกชื่นชอบในกิจกรรมไทยเที่ยวไทยที่เหมาะสมทั้งเวลาและสถานที่ที่จัดภายในสวนสาธารณะลุมพินี คิดเป็นร้อยละ 3.98 แต่กลับไม่เห็นด้วยกับความเหมาะสมของพื้นที่ในกิจกรรมลีลาศ คิดเป็นร้อยละ 3.66 ด้านการบริการและการบริหารจัดการ (Services & Management) พบว่า ผู้ใช้พอใจกับการจัดการกับขยะหรือสิ่งเหลือใช้ทั้งภายในและภายนอกของสวนสาธารณะลุมพินีที่เป็นไปอย่างถูกสุขลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 3.91 แต่กลับไม่รู้สึกประทับใจเจ้าหน้าที่ในศูนย์ประชาสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูลกับผู้เข้าใช้ประโยชน์สวนสาธารณะอย่างครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 3.60

สรุปในภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการและกิจกรรมภายในสวนสาธารณะลุมพินี พบว่า ส่วนใหญ่พึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจ คิดเป็นร้อยละ 4.14 รองลงมาในด้านการเข้าถึงพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 3.89 แต่กลับไม่รู้สึกประทับใจใน

ด้านการบริหารจัดการของสวนสาธารณะลุมพินี คิดเป็นร้อยละ 3.71

ด้านแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนสาธารณะลุมพินีเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในอนาคต พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสวนสาธารณะลุมพินีมีความเห็นด้วยในเรื่องของการจัดโซนสำหรับเป็นศูนย์การเรียนรู้ Knowledge Center สำหรับผู้ที่ต้องการค้นหาตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 3.96 แต่ในทางตรงกันข้ามตลาดนัดดนตรี Jazz กลับไม่เป็นที่น่าสนใจเท่าที่ควร คิดเป็นร้อยละ 3.59 ดังสรุปผลในรูปที่ 1 ด้านล่าง



รูปที่ 1 แผนภูมิผลการวิเคราะห์ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แหล่งท่องเที่ยวสวนสาธารณะลุมพินี

การอภิปรายผล

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งการคมนาคมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับสนามบิน ตัวเมือง สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ รวมถึงคุณภาพของ โครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนน ทางหลวง เครือข่ายคมนาคม (พยอม ธรรมบุตร 2549) การที่มีผู้ใช้บริการสวนสาธารณะลุมพินีเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน เนื่องจากการเดินทางมีความสะดวก มีรถโดยสารสาธารณะบริการอย่างหลากหลาย

เช่น BTS MRT รถโดยสารประจำทาง มอเตอร์ไซด์รับจ้าง เพราะฉะนั้นการเข้าถึงมีความเกี่ยวข้องกับทั้งนักท่องเที่ยวและความควรให้ความสำคัญเพื่อหาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวสวนสาธารณะลุมพินีต่อไป ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility & Amenity) ภายในสวนสาธารณะ พื้นที่ที่มีความกว้างขวาง เหมาะสมต่อการทำกิจกรรมต่างๆ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคครบ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ที่มีคุณภาพ สถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการสวนสาธารณะ ห้องน้ำ/ห้องสุขาสะอาดและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่สิ่งที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติม คือ จำนวนร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านขายเครื่องดื่ม ขนมอาหาร มีจำนวนที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกถือเป็นอีกสิ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ครบครันและต้องการเพิ่มจุดบริการ เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้ การมีสภาพแวดล้อมดี สะอาด บรรยากาศร่มรื่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อนนับว่าเป็นปัจจัยที่ดึงดูดใจ (Attractions) ให้มีผู้ใช้บริการสวนสาธารณะ นอกจากนี้ การที่สวนสาธารณะตั้งอยู่ใจกลางเมือง ที่ใกล้และสะดวกในการเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ก็นับว่าเป็นปัจจัยเด่นที่ทำให้ผู้คนเข้ามาใช้บริการกิจกรรมภายใน (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจ รวมถึงความหลากหลาย นันทนาการที่เป็นประโยชน์ต่อทุกเพศ ทุกวัย และครอบครัว นอกจากนี้ การชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติ นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประสบการณ์จะอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวตลอดไป การบริการและการบริหารจัดการ (Services & Management) ควรสร้างความพึงพอใจ ประทับใจ รวมถึงการให้บริการของเจ้าหน้าที่ วัฒนธรรี ทรัพยากร (2556) กล่าวว่า ใน

การจัดทำพื้นที่สวนสาธารณะ ควรคำนึงถึงพฤติกรรม การใช้พื้นที่สาธารณะของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ พฤติกรรม เว้นว่างส่วนบุคคล อาณาเขตครอบครอง ภาวะเป็นส่วนตัว ความต้องการของผู้ใช้ในด้านบรรยากาศ สวนสาธารณะกับความรู้สึกปลอดภัยแก่ผู้ใช้ ความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของ ความรู้สึกในด้านความสวยงาม สอดคล้องกับ สร้อยสุข พงษ์พูล (มปป.) กล่าวว่า พื้นที่ที่สามารถพัฒนาเป็นพื้นที่สาธารณะได้มี 7 ประเภท ได้แก่ พื้นที่ว่างตามที่กฎหมายกำหนด พื้นที่ว่างภายหลังการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพื้นที่ ส่วนราชการ พื้นที่ในสถาบันการศึกษา พื้นที่ศาสนา ประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม พื้นที่ว่างรกร้างรอการพัฒนาและพื้นที่สาธารณะ สำหรับแนวคิดรูปแบบ สวนสาธารณะในปัจจุบัน ได้แก่ สวนดาดฟ้าและสวน แนวตั้ง เนื่องจากเป็นรูปแบบสวนที่สามารถเกิดขึ้นได้ ในเมืองที่มีขนาดจำกัด จากการศึกษาแนวทางเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนสาธารณะ พบว่า ควรเพิ่ม กิจกรรมให้มีความหลากหลายและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นเนื่องๆ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงกิจกรรมและ สถานที่แห่งนี้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว ต่อแนวคิด การสร้างมูลค่าเพิ่ม ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้อง

พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้านนี้เรียกว่า คุณค่า รวมสำหรับลูกค้า ได้แก่ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่า รวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่า เพิ่มให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจ มีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว

สรุปผล

จากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวสวนสาธารณะลุมพินี มีความเห็นด้วยในเรื่องของการจัดโซน สำหรับเป็นศูนย์การเรียนรู้ Knowledge Center สำหรับผู้ที่ต้องการค้นหาตัวเอง แต่ในทางตรงกันข้าม ตลาดนัดดนตรี Jazz กลับไม่เป็นที่น่าสนใจเท่าที่ควร นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมภายในสวนสาธารณะลุมพินี มีการจัดการที่หลากหลายกิจกรรม แต่ยังขาดการ ประชาสัมพันธ์และยังไม่มีที่น่าสนใจเท่าที่ควร ดังนั้น จึงควรมีการรณรงค์เรื่องการจัดกิจกรรมใหม่ที่จะ จัดขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวและ เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาวในอนาคต

References

- เดชา บุญค้ำ. (2549). สวนสาธารณะระดับมหานคร. กรุงเทพฯ: วิชาการสานสังคมภาควิชาภูมิสถาปัตย์กรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กองนโยบายและแผนงาน, สำนักผังเมือง, กรุงเทพมหานคร. (2552). รายงานการศึกษาสวนสาธารณะ กรุงเทพมหานคร 2552. [ออนไลน์] สืบค้นที่ <http://cpd.bangkok.go.th:90/web2/strategy/reportstudy52/envionment/>. สืบค้นเมื่อ วันที่ 15 มกราคม 2560
- นิลกุล คล่องเวสสะ (2548). การวางแผนและการออกแบบสวนสาธารณะและพื้นที่นันทนาการ. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาภูมิสถาปัตย์กรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุบผา เรืองรอง. (2558). บทที่ 1 การเล่านิทานด้วยสื่อประสมเสริมด้วยคำถามปลายเปิดต่อความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมกรกล้าแสดงออกในการตอบคำถามของเด็กปฐมวัย. สืบค้นจาก <https://docs.google.com/document/d/1WasdWOqLCtvPxTizFjroiGK7Sskz5NJUHtgYVXf1U/edit>.

- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว.
กรุงเทพฯ:สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2556). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม (พิมพ์ครั้งที่6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิสสุทธีวัฒนา.
- สร้อยสุข พงษ์พล. (มปป.). แนวทางการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร . [ออนไลน์] สืบค้นที่ <http://chm-thai.onep.go.th/chm/city/document/>. สืบค้นเมื่อ วันที่ 15 มกราคม 2560
- สำนักนโยบายและแผนพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2549). รายงานประจำปี 2548 สำนักงาน
นโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม / สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ : สำนักงาน.
- สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์. (2554). ระเบียบวิธีวิจัย: หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- PUSHKAREV, B. & ZUPAN, J. 1975. Urban space for pedestrian. A Report of the Regional Planning
Association, The MIT Press, Cambridge, Mass.

การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว

THE TOURISTS' PERCEPTIONS UPON THE ADMINISTRATION
OF THE AYUTTHAYA HISTORICAL PARK,

The World Heritage Site
สุภาพร อรรถพิณ¹ และคณะ
Supaphorn Akkaphin¹ and Others

¹สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

¹Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

บทคัดย่อ

การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งผลการวิจัย สรุปได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเกณฑ์การเป็นมรดกโลก เห็นด้วยมากที่สุดว่า นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีคุณค่าที่สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมในอดีตและรวมไปถึงสถาปัตยกรรม จิตรกรรมที่มีความโดดเด่นในระดับสากล 2) ด้านคุณค่า ความสำคัญและชื่อเสียง นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นเอกลักษณ์และเป็นต้นแบบศิลปะให้กับยุคสมัยต่อมาทำให้นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเกิดความมีชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และ 3) ด้านเกณฑ์การถอดรายชื่อออกจากมรดกโลก การศึกษาพบว่าความเสื่อมโทรมที่เกิดจากมนุษย์และภัยธรรมชาติและไม่ได้รับการดูแลอย่างเต็มที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความเป็นไปได้ที่จะถูกถอดออกจากการเป็นมรดกโลก

คำสำคัญ: ความคิดเห็น การบริหารจัดการ มรดกโลก นครประวัติศาสตร์ มรดกโลก

Abstract

The tourists' perceptions upon the administration of the Ayutthaya Historical Park, the World Heritage Site aims to study the perceptions of tourists upon the administration of the Ayutthaya Historical Park. Questionnaire survey was employed to collect the data from Thai and foreign tourists.

Corresponding Author

E-mail: supaporn.a@mail.rmutk.ac.th

The study found that most of visitors perceived the Ayutthaya Historical Park, the World Heritage Site had high values which reflect arts and cultures in the past through architecture and magnificent murals. Within the aspects of value, importance and reputation regarding the World Heritage criteria, the research discovered that most of visitors perceived the Ayutthaya Historical City has its own identity and originated and/or was the model of arts and architecture in the later era and this value made Ayutthaya Historical City interesting, important and extracted tourists around the world to visit. With regard to the risk of withdrawing from the World Heritage Site, the research revealed that the city is currently in the critical situation to be withdrawn or even devalued due to the site was spoiled and cared much less from the relevant authorities. In addition, the architecture in the site was damaged by both people and floods.

Keywords: Perception, Administration, UNESCO, Ayutthaya Historical Park, World Heritage Site

บทนำ

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก เป็นองค์กรชำนาญพิเศษแห่งหนึ่งขององค์การสหประชาชาติ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมสันติภาพ โดยส่งเสริมความร่วมมือของนานาชาติทางการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อให้ทั่วโลกเคารพในความยุติธรรม กฎหมาย สิทธิและเสรีภาพที่มนุษย์พึงมีโดยไม่ถือเชื้อชาติ เพศ ภาษา หรือศาสนา ตามกฎบัตรสหประชาชาติ และองค์การยูเนสโกเป็นองค์การที่ทำหน้าที่คัดเลือกแหล่งมรดกโลก ไม่ว่าจะเป็น ป่าไม้ ภูเขา ทะเลสาบ หรือแม้แต่สิ่งก่อสร้างต่างๆ เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติหรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นและปกป้องไว้เพื่อให้ตกทอดไปถึงอนาคต ซึ่งเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2515 ในปีพ.ศ.2559 มีมรดกโลกทั้งหมด 1,049 แห่งกระจายอยู่ใน 165 ประเทศทั่วโลก ซึ่งแบ่งเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมทั้งหมด 814 แห่ง มรดกโลกทางธรรมชาติ 202 แห่ง และเป็นมรดกโลกแบบผสมผสานทั้งสองประเภททั้งหมด 33 แห่ง ซึ่งมรดกโลกแต่ละแห่งจะอยู่ในความดูแลขององค์การยูเนสโกตามข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นมรดกโลก (อยุธยา มรดกไทยมรดกโลก, 2555)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโดยองค์การยูเนสโกทั้งหมด 5 แห่ง โดยแบ่งเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม 3 แห่ง ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองโบราณ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง และมรดกโลกทางธรรมชาติ 2 แห่ง ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่น้อย แต่แหล่งมรดกโลกที่มีความสำคัญและมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนานที่สุด คือ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาถือเป็นราชธานีเก่าของประเทศไทยที่ยิ่งใหญ่และมีความรุ่งเรืองยาวนานถึง 417 ปี ถือว่ามีความเจริญรุ่งเรืองที่สุดในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ ซึ่งมีความสวยงามทางด้านสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม และเป็นแหล่งมรดกโลกที่งดงามและทรงคุณค่าทั้งวัด พระบรมมหาราชวัง หมู่บ้านต่างๆ ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชาวไทยโบราณได้อย่างชัดเจน ซึ่งนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้ถูกขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกในปี พ.ศ.2534 (อยุธยา มรดกไทยมรดกโลก, 2555)

ทั้งนี้ มีแหล่งมรดกโลกมากมายที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกแล้ว แต่ในภายหลังได้ถูกองค์

การยูเนสโกถอดถอนออกจากการเป็นแหล่งมรดกโลก เนื่องจากไม่เป็นไปตามข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นมรดกโลกและอีกหลายแห่งที่อยู่ในภาวะอันตราย เช่น โบราณสถานแห่งหุบผาบาบียัน ประเทศอัฟกานิสถาน ซึ่งมีพระพุทธรูปแกะสลักบนผนังที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่เนื่องจากพระพุทธรูปแกะสลักบนผนังได้รับความเสียหายจากสงครามและยาเสพติดที่จะบูณะ ซึ่งนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นอีกหนึ่งแหล่งมรดกโลกที่อยู่ในภาวะอันตรายและได้รับการคุกคามและเสี่ยงต่อการถูกถอดออกจากแหล่งมรดกโลก ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ วิกฤตการณ์ทางธรรมชาติ ซึ่งความเสียหายนี้เกิดจากปัญหาอุทกภัย (ประชาชื่น, 2558) ปัญหาที่เกิดจากมนุษย์ เช่น การบุกรุกพื้นที่โบราณสถาน การลักลอบขุดหาและโจรกรรมโบราณวัตถุ และปัญหาที่เกิดจากการที่อยุธยาเป็นเมืองใหม่ซ้อนทับเมืองเก่า เนื่องจากในพื้นที่เกาะเมืองอยุธยามีประชาชนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและการเพิ่มขึ้นของบ้านเรือน อาคารพาณิชยกรรมต่างๆ ก็มากขึ้นเช่นกัน (อยุธยา มรดกโลก, 2555) ซึ่งในปัจจุบันได้มีการดำเนินการจัดการตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ปีพุทธศักราช 2554 – 2558 โดยได้ใช้แนวทางของแผนแม่บทฉบับเดิมปีพุทธศักราช 2536 – 2544 เป็นความร่วมมือกันขององค์กรในท้องถิ่น กรมศิลปากรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หน่วยงานราชการ รวมถึงผู้ประกอบการร้านค้าเอกชนเพื่อจัดระเบียบพื้นที่โดยรอบของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้มีความสะอาดและเกิดความเรียบร้อยให้สมกับการเป็นมรดกโลก เช่น การจัดการร้านค้าที่บุกรุกพื้นที่บริเวณพระวิหารมงคลบพิตรและรวมไปถึงการจัดการระยะยาวเกี่ยวกับการพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อให้กลับมามีความสวยงามดังเดิม เช่น การจัดการพื้นที่โดยรอบสวนสาธารณะจุดออกกำลังกายบึงพระราม ซึ่งโดยรอบมี

โบราณสถานที่สำคัญคู่ควรต่อการบำรุงรักษา แต่ในปัจจุบันการจัดการระยะยาวนี้ยังมีการจัดการที่ไม่ทั่วถึง จึงเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยายังคงอยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการถูกถอดออกจากมรดกโลก (สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์, 2554)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการอนุรักษ์ให้โบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ให้เกิดการเสื่อมสภาพเดิมที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม พร้อมทั้งศึกษาผลกระทบที่ส่งผลต่อคุณลักษณะการเป็นมรดกโลก ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ โดยศึกษาจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการอนุรักษ์โบราณสถานให้มีความสวยงามและไม่ถูกทำลาย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

บททวนวรรณกรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมืองคูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม (ฉัตรชนกบุญไชย, 2556, หน้า 16-20) มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพ

ในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพและความมีคุณภาพเพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์นั้นด้วย

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ความโดดเด่นและความมีเอกลักษณ์ ความงดงามทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรม รวมถึงความมีชื่อเสียงและความเป็นที่ยอมรับทางประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของคนในอดีต อีกทั้งศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่ 1. คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย 8 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ 2) หลักฐานทางโบราณคดี 3) ความเป็นเอกลักษณ์ของยุคสมัย 4) ความเป็นเอกลักษณ์ทางกายภาพของแหล่งประวัติศาสตร์ 5) ความสมบูรณ์และความสวยงามทางสถาปัตยกรรม 6) ความสมบูรณ์และความสวยงามทางศิลปกรรม 7) ความมีชื่อเสียงและความเป็นที่ยอมรับของแหล่งประวัติศาสตร์ และ 8) ความผูกพันต่อท้องถิ่น 2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 4) ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

เที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งประวัติศาสตร์นั้นๆ ให้มีความสำคัญและมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งประวัติศาสตร์อาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสูง อำนาจความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ส่งผลให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย สำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่ 1. ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และ 2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการทำงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งประวัติศาสตร์แก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการทำงานร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

วิชญา ดิยไพบุลย์สิน (2525) กล่าวว่า มรดกโลก คือ สถานที่อันได้แก่ป่าไม้ ภูเขา ทะเลสาบ ทะเล

ทราย อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างต่างๆ รวมไปถึงเมือง ซึ่งคัดเลือกโดยองค์การยูเนสโกตั้งแต่ปี พ.ศ.2515 ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติและธรรมชาติสร้างขึ้น และควรปกป้องสิ่งเหล่านั้นได้อย่างไรเพื่อให้ได้ตกทอดไปถึงอนาคต แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ที่มีความโดดเด่นเป็นเลิศในระดับสากล เมื่อได้รับการยอมรับให้เป็นแหล่งมรดกโลกแล้ว ไม่ว่าจะมียี่ตั่งอยู่ในขอบเขต ดินแดนของประเทศใดก็ตาม ก็ถือว่าแหล่งนั้นเป็นมรดกของมนุษยชาติทั้งปวง แหล่งมรดกโลกสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ 1. แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง สถานที่ซึ่งเป็นโบราณสถานไม่ว่าจะเป็นด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม หรือแหล่งโบราณคดีทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุต่างๆ และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) อันเป็นเรื่องเกี่ยวกับภูมิปัญญา ทรัพย์สินทางปัญญา ระบบคุณค่าความเชื่อ พฤติกรรมและวิถีชีวิต 2. แหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) หมายถึง สภาพธรรมชาติที่มีลักษณะทางกายภาพและชีวภาพอันมีคุณค่าเด่นชัดในด้านความล้ำเลิศ หรือวิทยาศาสตร์หรือสถานที่ซึ่งมีสภาพทางธรณีวิทยาและภูมิประเทศที่ได้รับการวิเคราะห์แล้วว่าเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของพันธุ์พืชและสัตว์ซึ่งถูกคุกคามหรือแหล่งเพาะพันธุ์ของพืชและสัตว์ที่หายาก เป็นต้น และ 3. ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม (Cultural Landscape) หมายถึง พื้นที่ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมเกิดจากหล่อหลอมองค์ประกอบหลายๆ อย่าง ซึ่งรวมถึงกิจกรรมของมนุษย์ที่มีความสำคัญเท่ากับตัวอาคาร รวมทั้งองค์ประกอบทางที่ว่างและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ โดยเป็นการออกแบบภูมิทัศน์ที่สร้างขึ้นโดยความตั้งใจของมนุษย์ หรือเป็นผลจากสังคม เศรษฐกิจ และความเลื่อมใสในศาสนา (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม

แห่งชาติ, 2548)

มูลนิธิญี่ปุ่น ประเทศไทย (2546) ได้อ้างอิงข้อมูลจาก UNESCO ว่า มรดกโลกที่ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ใน “สนธิสัญญามรดกโลก” จากการประชุมสามัญของยูเนสโกที่กรุงปารีส ในปี 1972 สรุปได้ว่ามรดกโลก คือ สถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์หรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและควรปกป้องไว้เพื่อให้ตกทอดไปยังรุ่นต่อไป ไม่ว่าสถานที่นั้นๆ จะอยู่ในดินแดนใดๆ ก็ตามโดยจะต้องได้รับการรับรองจากองค์การยูเนสโก สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2548) กล่าวว่า สถานที่ที่เป็นมรดกโลกไม่ว่าจะเป็นทางวัฒนธรรมหรือทางธรรมชาติจะต้องไปรับการประเมินคุณค่าจากองค์การยูเนสโก ตามแนวทางการปฏิบัติตามอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก ซึ่งอนุสัญญาได้แบ่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ โบราณสถาน (Monuments) กลุ่มอาคาร (Groups of building) และแหล่ง (Sites) (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2548)

โบราณสถาน (Monuments) มีลักษณะโครงสร้างต่างๆ สะท้อนถึงอดีต เช่น ผลงานทางสถาปัตยกรรม ผลงานประติมากรรมหรือจิตรกรรม ส่วนประกอบหรือโครงสร้างของโบราณคดี ธรรมชาติจารึก ที่อยู่อาศัยและร่องรอยที่ผสมผสานกันของสิ่งต่างๆ ข้างต้น ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือ วิทยาศาสตร์ 2. กลุ่มอาคาร (Groups of building) กลุ่มของอาคารที่แยกจากกันหรือลักษณะทางภูมิศาสตร์ สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือความสำคัญในระดับสากลไม่ว่าในทางประวัติศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์ และ 3. แหล่ง (Sites) ผลงานที่เกิดจากมนุษย์ หรือผลงานที่เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติและบริเวณอันรวมถึงแหล่งโบราณคดี ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในมิติทางประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติวงศ์วิทยาหรือมนุษยวิทยา

ข้อกำหนดในการคัดเลือกแหล่งมรดกโลกออก

จากบัญชีรายชื่อแหล่งมรดกโลก คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดชื่อแหล่งมรดกโลกออกจากบัญชีรายชื่อแหล่งมรดกโลกได้ตามระเบียบที่วางไว้ในกรณีที่ 1. แหล่งมรดกนั้นได้รับความเสียหายจนสูญเสียลักษณะที่ชัดเจนของตัวเอง และ 2. แหล่งมรดกนั้นได้รับการบุกรุกทำลายโดยมนุษย์ระหว่างการพิจารณา หรือไม่ได้รับการจัดการตามมาตรการหรือโครงสร้างแผนงานต่างๆ ตามเวลาที่ภาคีประเทศนั้นๆ เสนอต่อคณะกรรมการ ดังนั้นหากมีความเสียหายใดๆ เกิดขึ้นแก่แหล่งมรดกต่าง ๆ ทั้งที่ได้รับการพิจารณาหรืออยู่ระหว่างการพิจารณาให้เข้าในบัญชีรายชื่อแหล่งมรดกโลก ประเทศภาคีที่เป็นเจ้าของจะต้องแจ้งให้ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการฯ ทราบโดยทันที

เหตุผลที่ระนครศรีอยุธยาขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีมรดกโลก เลื่องลือ (2548, หน้า 7) พระนครศรีอยุธยาเป็นสมบัติทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าโดดเด่น ดังนั้น องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก : UNESCO) จึงมีมติ ณ กรุงคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 ให้ขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีมรดกโลกด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้ 1. อยุธยามีความเป็นเยี่ยมในการเลือกสรรทำเลที่ตั้งเมืองในตำแหน่งที่ชุมชนของแม่น้ำ มีการออกแบบผังเมืองอย่างซับซ้อนเหมาะสมกับชุมชนที่อาศัย การสัญจรทางน้ำเป็นหลักอันเป็นธรรมชาติของการตั้งถิ่นฐานแบบไทยๆ ลักษณะดังกล่าวเอื้ออำนวยต่อการรักษาพระนคร การป้องกันการรุกรานของข้าศึกศัตรู และการจัดระบบสาธารณูปการได้อย่างเหมาะสมกับสังคมเมืองจนสามารถพัฒนาการสู่ความรุ่งเรืองในยามสงบสุข 2. อยุธยาเป็นแม่แบบในการสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ โดยได้ถ่ายทอดความงามความรุ่งเรืองของอยุธยาไปในทุกแห่งทุกมุม ไม่ว่าจะเป็นระเบียบผังเมือง การจัดวางอาคาร ชื่อสถานที่ต่างๆ ลักษณะสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือนตลอดจนวิถีชีวิต และ 3. นครประวัติศาสตร์แห่งนี้มีเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นด้านกายภาพด้านประวัติศาสตร์และด้านอารยธรรม

ซึ่งจะหานครโบราณใดเทียบได้ในเอเชียหรือในโลกเป็นไม่มี 4. อาคารโบราณสถานแต่ละหลังในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีการออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นในภาคพื้นเอเชีย ลักษณะของสิ่งก่อสร้างหลายอย่าง เช่น เจดีย์ปราสาท และปราสาท มีความเป็นพิเศษไม่สามารถพบเห็นในที่อื่นๆ แม้สิ่งก่อสร้างเหล่านี้จะมีกำเนิดมาก่อนที่กรุงศรีอยุธยาจะเรืองอำนาจ แต่ได้แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องและวิวัฒนาการด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรมมาสู่ลักษณะที่เป็นไทยแท้และไม่สามารถสร้างทดแทนได้ในปัจจุบัน นอกจากสถาปัตยกรรมแล้ว จิตรกรรม และศิลปวัตถุต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องก็มีความเป็นสมบัติทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าโดดเด่น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, พระนครศรีอยุธยา: มรดกโลกล้ำค่าภูมิปัญญา

การบริหารจัดการโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา อมฤติ ฝาสุกหัช (2555, หน้า 63) กล่าวว่า การบริหารโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา ซึ่งปัจจุบันเกิดปัญหาจากการบุกรุกพื้นที่ที่ถูกทำลายถูกโจรกรรม สิ่งปลูกสร้างที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยจนเกิดทัศนอุจาดอาจจะถูกถอนออกจากมรดกโลกได้ ผู้วิจัยจึงขอยกกรณีตัวอย่าง คือ การบุกรุกของพ่อค้าแม่ค้าพื้นที่มรดกโลกบริเวณวิหารพระมงคลบพิตร ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการพื้นที่ดังกล่าว คือ กรมศิลปากรมูลนิธิวิหารพระมงคลบพิตร เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา และกรมธนารักษ์ เดิมร้านค้าขายของเคยตั้งอยู่ด้านหน้าบ่อหกเหลี่ยม ซึ่งร้านค้าจะเสียค่าเช่าให้มูลนิธิวิหารพระมงคลบพิตรเดือนละ 250 บาทต่อแผง ต่อมากรมศิลปากรต้องการสร้างภูมิทัศน์ในบริเวณวิหารพระมงคลบพิตรให้สวยงาม จึงได้สร้างร้านค้าเป็นทรงไทย 24 ร้าน และเต็นท์รูปดอกเห็ด 120 ร้าน เพราะกรมศิลปากรต้องการสร้างเอกลักษณ์การตลาดและการท่องเที่ยว

ต่อมาในปี 2548 กรมศิลปากรได้ย้ายร้านค้ามาอยู่ด้าน
หลังวิหารซึ่งย้ายมาปีแรกกรมศิลปากรเป็นผู้ดูแล และ
เสียค่าเช่าในราคาเดิม พอขึ้นปีที่ 2 พ่อค้าหาบเร่เริ่ม
เข้ามาขายของในวิหารมณฑลพิตรมีประมาณ 80 ร้าน
เดิมพ่อค้าหาบเร่ขายอยู่ที่ปางช้าง โดยเริ่มเข้ามาขาย
ของบริเวณลานจอดรถและขยายเข้ามาเรื่อยๆ จนติด
กับวิหารพระมงคลและยังอยู่ถึงปัจจุบันทุกวันนี้ร้านค้า
จะเสียค่าเช่าวันละ 20 บาทให้แก่เทศบาลนคร
พระนครศรีอยุธยา ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ เจ้าของร้าน
เดิมที่เคยขายของที่บ่อกหกลี้นขายของไม่ดี เพราะ
มีร้านค้ามากเกินไป อีกทั้งร้านค้าดั้งเดิมถูกย้ายมานอก
วิหารพระมงคลบพิตรมาก ซึ่งผิดกับพ่อค้าเข้าที่บุกรุก
มาขายใหม่จะอยู่ใกล้กว่าจึงขายของดีกว่า ปัญหาร้าน
ค้าที่วิหารพระมงคลบพิตรนั้นเกิดจาก 3 หน่วยงาน คือ
กรมศิลปากร เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา และ
มูลนิธิวิหารพระมงคลบพิตร ปล่อยปละละเลย และ
บริหารจัดการที่ล้มเหลว เดิมมูลนิธิวิหารพระมงคล
บพิตรเป็นผู้เช่าพื้นที่วัดมงคลบพิตรกับกรมธนารักษ์ซึ่ง
มีพื้นที่จำนวน 90 ไร่ ปรากฏว่าเข้าไปสักระยะหนึ่งจะ
คืนพื้นที่ให้แก่กรมธนารักษ์ โดยขอเช่าเฉพาะตัววิหาร
พระมงคลบพิตรอย่างเดียว จึงทำเรื่องคืนพื้นที่กับกรม
ธนารักษ์ สำนักงานพระนครศรีอยุธยาซึ่งกรมธนารักษ์
สำนักงานพระนครศรีอยุธยาให้ความเห็นต่อมูลนิธิว่า
ต้องคืนพื้นที่ดั้งเดิม ดังนั้นสำนักงานกรมธนารักษ์
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงทำเรื่องถึงกรมธนารักษ์
กระทรวงการคลังว่ามูลนิธิวิหารพระมงคลบพิตรต้อง
มาทำสัญญาเช่ากับกรมธนารักษ์ สำนักงาน
พระนครศรีอยุธยาแต่กรมธนารักษ์ยังไม่ได้ตอบว่ารับ
คืน ปรากฏว่าสำนักงานพระนครศรีอยุธยาได้ทำ
หนังสือให้กับเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยาเช่าพื้นที่
ในบริเวณวัดมงคลบพิตร จึงเป็นการทำสัญญาเช่าที่ทับ
ซ้อนกันระหว่างมูลนิธิวิหารพระมงคลบพิตรและ
เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา ซึ่งแนวทางของ
เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยาในการแก้ปัญหาโดยมี
แผนรองรับทำการสร้างตลาดใหม่ขึ้น 2 พื้นที่ คือ บึง

พระรามและหลังศาลากลางเก่า เพื่อจูงใจให้พ่อค้า
แม่ค้าย้ายมาขายของในพื้นที่ซึ่งได้ทำขึ้นใหม่ แต่พ่อค้า
แม่ค้าก็ไม่ได้ย้ายออกไปเพราะไกลจากวิหารพระมงคล
บพิตรและนักท่องเที่ยวก็ไม่ไปซื้อสินค้าสรุปได้ว่าพ่อค้า
แม่ค้าในพื้นที่บริเวณวิหารพระมงคลบพิตรมี 2 กลุ่ม
ใหญ่ คือ กลุ่มผู้ค้าเก่าหรือเรียกว่า กลุ่มผู้ค้าทรงไทย
คือ กลุ่มที่ค้าขายที่กรมศิลปากรจัดพื้นที่อาคารทรง
ไทยให้จำหน่ายสินค้าที่ระลึกด้านหลังวิหารพระมงคล
บพิตรและกลุ่มผู้ค้าใหม่ส่วนใหญ่เป็นรถเข็น แผงลอย
และเพิงร้านค้าที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยทั้ง 2
กลุ่มขัดแย้งกัน ซึ่งกลุ่มผู้ค้าเก่าอ้างว่ากลุ่มผู้ค้าใหม่มา
บุกรุกขายสินค้าหน้าอาคารทรงไทย จนผู้ค้าเก่าขาย
สินค้าไม่ดี กลุ่มผู้ค้าเก่าจึงต้องไป ทำเต็นท์ขายของเพื่อ
บุกรุกยึดทำเลทองหน้ากลุ่มผู้ค้าใหม่อีกชั้นหนึ่ง ทำให้
มีการบุกรุกพื้นที่โบราณสถานรอบวิหารพระมงคล
บพิตร ส่งผลให้พื้นที่วิหารพระมงคลบพิตรเสื่อมโทรม
ไม่สวยงาม ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยและมีขยะเกลื่อน
รอบพื้นที่ รวมถึงมีขวดเหล้า ขวดเบียร์ ขวดโซดา และ
ขวดเครื่องดื่มต่างๆ วางทิ้งตามที่นั่งต่างๆ เป็นจำนวน
มาก และเมื่อสำรวจโดยรอบตามแผงร้านค้าที่มีการจัด
ไว้ให้ได้อย่างถูกต้อง กลับไม่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ
ซึ่งกลุ่มผู้ค้าเก่าจึงรวมตัวเรียกร้องความเป็นธรรมจาก
หน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่อยมา ปัญหาดังกล่าวเพิ่มความ
รุนแรงมากขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 โดยมีการ
เสนอข่าวผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ
หนังสือพิมพ์ ในเรื่องการบุกรุกพื้นที่วัดมงคลบพิตรถึง
ขั้นว่าจะมีการถอดถอนอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาจากการเป็นมรดกโลกแม้ว่า
จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะมีคำสั่งแต่งตั้งคณะ
กรรมการมาดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้ว แต่ก็
ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมี
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (Self-Administered

Questionnaire) แบบประเมินค่าตัวเลข (Rating Scale) ที่ศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 9,805,548 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3,591,574 คน รวมทั้งสิ้น 13,397,122 คนต่อปี (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี พ.ศ. 2557) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จากการใช้สูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และยอมทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 10% คิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวนทั้งหมดประมาณ 13,397,122 คนต่อปี จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการศึกษา ดังนั้นจึงได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย

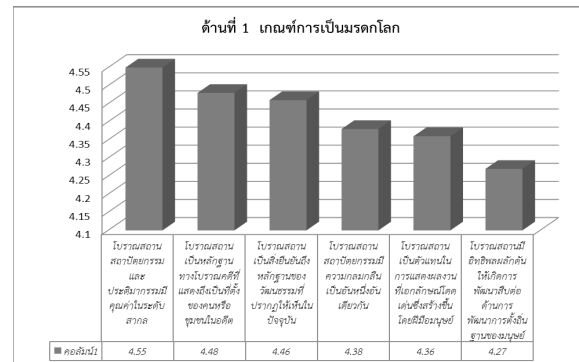
ผลการศึกษา พบว่า

ส่วนที่ 2 ผลจากการวิเคราะห์ระดับการศึกษา ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว มี 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเกณฑ์การเป็นมรดกโลก

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในด้านโบราณสถานสถาปัตยกรรมและประติมากรรมมีคุณค่าในระดับสากลในทางประวัติศาสตร์และศิลปะที่สะท้อนให้เห็นถึงอดีต โบราณสถานเป็นหลักฐานทางโบราณคดีที่แสดงถึงเป็นที่ตั้งของคนหรือชุมชนในอดีตโบราณสถานเป็นสิ่งยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรมและอารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน โบราณสถาน สถาปัตยกรรมมีความกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่มีคุณค่าหรือ

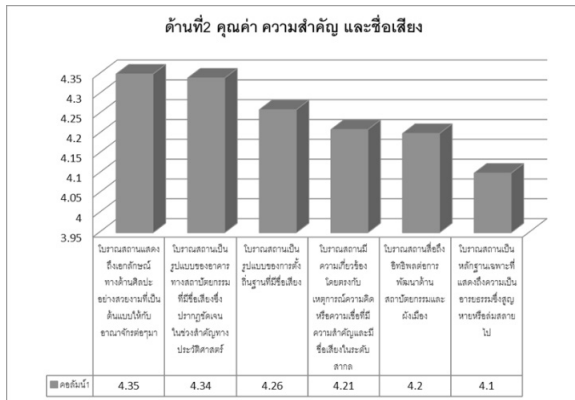
ความสำคัญในระดับสากลในทางประวัติศาสตร์และศิลปะ โบราณสถานเป็นตัวแทนในการแสดงผลงานที่เอกลักษณ์โดดเด่นซึ่งสร้างขึ้นโดยฝีมือมนุษย์ โบราณสถานมีอิทธิพล ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ดังรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 ระดับความคิดเห็น
ด้านเกณฑ์การเป็นมรดกโลก

2) ด้านคุณค่า ความสำคัญ และชื่อเสียง

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในด้านที่โบราณสถานแสดงถึงเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะอย่างสวยงามที่เป็นต้นแบบให้กับอาณาจักรต่อๆ มา โบราณสถานเป็นรูปแบบของอาคารทางสถาปัตยกรรมที่มีชื่อเสียงซึ่งปรากฏชัดเจนในช่วงสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานเป็นรูปแบบของการตั้งถิ่นฐานที่มีชื่อเสียง ซึ่งสะท้อนลักษณะวัฒนธรรมในช่วงสำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ ความคิดหรือความเชื่อที่มีความสำคัญ และมีชื่อเสียงในระดับสากล โบราณสถานสื่อถึงอิทธิพลต่อการพัฒนาด้านสถาปัตยกรรม ผังเมือง ในแหล่งอารยธรรมแหล่งใดแหล่งหนึ่งของโลก โบราณสถานเป็นหลักฐานเฉพาะที่แสดงถึงความเป็นอารยธรรม ซึ่งสูญหายหรือล่มสลายไป ดังรูปภาพที่ 2



รูปภาพที่ 2 ระดับความคิดเห็นด้านคุณค่า ความสำคัญ และชื่อเสียง

3) การบริหารจัดการกับสภาพโดยรวม

จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ต่อโบราณสถานไม่ได้รับการดูแลอย่างทั่วถึง จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อโบราณสถานและโบราณวัตถุ เนื่องจากนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นหนึ่งในมรดกโลกของประเทศไทย จึงต้องได้รับการดูแลอย่างทั่วถึงจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้โบราณสถานมีสภาพที่สมบูรณ์เหมาะสมแก่การเป็นมรดกโลกและเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากยิ่งขึ้น แต่ในปัจจุบันโบราณสถานในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไม่ได้รับการดูแลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึงและอีกปัจจัยหนึ่งเกิดจากภัยธรรมชาติและฝีมือมนุษย์ จึงทำให้โบราณสถานในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเกิดความทรุดโทรมเป็นอย่างมาก ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและดูแลแหล่งโบราณสถานในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้กลับมามีสภาพที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัญหาของการจัดการมรดกโลกพระนครศรีอยุธยา (มรดกโลก “อยุธยา” กับปัญหาบูรณเรื้อร, 2555) ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาการจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและ

แนวทางการแก้ไข ผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้กล่าวถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา คือ การสร้างจิตสำนึกแก่ข้าราชการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีจิตสำนึกและหวงแหนโบราณสถานในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้คงอยู่และมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น มีความรับผิดชอบต่อน้ำที่ของตนเอง ซึ่งถ้าหากทุกคนมีจิตสำนึกและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบก็จะส่งผลให้โบราณสถานในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาลับมามีสภาพที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

4) ด้านแนวทางการอนุรักษ์เพื่อป้องกันการถูกถอดรายชื่อออกจากการเป็นมรดกโลก

จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในเรื่องมีการปลูกต้นไม้ใหญ่เพื่อให้เกาะเมืองอยุธยาร่มรื่นและฟื้นฟูพื้นที่สาธารณะให้สวยงามร่มรื่น เนื่องจากนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความทรุดโทรมเป็นอย่างมากและทัศนียภาพส่วนใหญ่เป็นอาคารและโบราณสถานทำให้พื้นที่ที่ให้ความร่มรื่นมีจำนวนน้อยรวมไปถึงความทรุดโทรมของพื้นที่สาธารณะ จึงควรให้มีการปลูกต้นไม้ใหญ่ในบริเวณเกาะเมืองอยุธยา รวมไปถึงการฟื้นฟูพื้นที่สาธารณะเพื่อให้ความสวยงามและร่มรื่นเพื่อเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ แต่ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยสุดในเรื่องมีการจัดโซนนิ่งเมืองเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในปัจจุบัน โดยกำหนดโซนนิ่งจัดวางไว้อย่างเหมาะสมให้เป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยกับตัวเมืองวัฒนธรรมเกื้อกูลกัน เนื่องจากปัจจุบันนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไม่ได้มีการจัดโซนนิ่งเมืองอย่างมีระเบียบแผนมากนักซึ่งตามแบบแผนพัฒนาของคณะกรรมการความสงบแห่งชาติปี พ.ศ.2560 และแนวทางการพัฒนาเมืองอยุธยา ข้อที่ 6 ซึ่งระบุเกี่ยวกับจัดโซนนิ่งเมืองเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในปัจจุบันโดยกำหนดโซนนิ่งจัดวาง

ไว้อย่างเหมาะสมให้เป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยกับเมือง วัฒนธรรมเกื้อกูลกัน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด D7 การ สร้างรายได้และการกระตุ้นการใช้จ่ายของประเทศ แปลงโฉมอยุธยา (2559) นายทศ จิราธิวัฒน์ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติท่องเที่ยวใน นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้อย่างสะดวก สบายมากยิ่งขึ้น

การอภิปรายผล

การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยมมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวและต่อการปรับทัศนียภาพตามแบบแผนพัฒนาของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยอาศัยหลักเกณฑ์ทั้งหมด 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านเกณฑ์การเป็นมรดกโลก ด้านคุณค่า ความสำคัญและชื่อเสียง ด้านเกณฑ์การถอดรายชื่อออกจากมรดกโลกมีความคิดเห็นว่านครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีคุณค่าที่สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมในอดีตและรวมไปถึงสถาปัตยกรรม จิตรกรรมที่มีความโดดเด่นในระดับสากล ด้านคุณค่า ความสำคัญและชื่อเสียงพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นวานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นเอกลักษณ์และเป็นต้นแบบศิลปะให้กับยุคสมัยต่อมาทำให้นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเกิดความมีชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้านเกณฑ์การถอดรายชื่อออกจากมรดกโลก จากการศึกษาพบว่าถึงแม้ว่านครประวัติศาสตร์พระนครศรี

อยุธยาจะมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียง แต่ยังคงไม่ได้รับการดูแลอย่างทั่วถึงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับความเสื่อมโทรมเป็นอย่างมากทั้งที่เกิดจากมนุษย์และภัยธรรมชาติจึงเป็นสาเหตุทำให้นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเสี่ยงต่อการถูกถอดออกจากการเป็นมรดกโลก และจากการที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาประสบปัญหาและเสี่ยงต่อการถูกถอดออกจากการเป็นมรดกโลกจึงมีแนวทางการอนุรักษ์เพื่อป้องกันการถูกถอดรายชื่อออกจากมรดกโลก ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากเกี่ยวกับการปลูกต้นไม้ใหญ่บริเวณเกาะเมืองอยุธยาเพื่อสร้างความร่มรื่นเนื่องจากปัจจุบันบริเวณเกาะเมืองอยุธยามีพื้นที่สีเขียวหรือพื้นที่ที่มีการปลูกต้นไม้ค่อนข้างเห็นได้อย่างชัดเจน แต่ในทางกลับกันความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการบูรณะซ่อมแซมวัดต่างๆ ปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ในระดับความคิดเห็นที่น้อยแต่ยังคงมีความสำคัญในด้านแนวทางการอนุรักษ์ที่สำคัญและส่งผลต่อการพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยตรง

การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว

1) ด้านเกณฑ์การเป็นมรดกโลก

จากผลการศึกษาพบว่า นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีเกณฑ์ความเป็นมรดกโลกอยู่ในระดับมาก ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผลสรุปจากการสุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาว่ามีโบราณสถาน สถาปัตยกรรม และประติมากรรมที่มีคุณค่าในระดับสากลในทางประวัติศาสตร์และศิลปะที่สะท้อนให้เห็นถึงอดีต ได้ชัดเจนมากที่สุด ทำให้นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยานั้นยังคงมีความเป็นมรดกโลกที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน

จากมุมมองของนักท่องเที่ยว อาทิ การมองเห็นว่า โบราณสถานในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา นั้นมีความสำคัญและความเก่าแก่อย่างมาก คู่ควรแก่ การดูแลรักษา เพื่อคงสภาพเป็นมรดกโลกต่อไป และ เหนือในการขึ้นเป็นมรดกโลกทางด้านวัฒนธรรมนั้น ถูกระบุว่า โบราณสถานมีลักษณะโครงสร้างต่างๆ สะท้อนถึงอดีต เช่น ผลงานทางสถาปัตยกรรม ผลงาน ที่เป็นอนุสรณ์ในเชิงจิตรกรรม หรือประติมากรรม โครงสร้างทางธรรมชาติที่เป็นหลักฐานทางโบราณคดี เช่น ถ้าที่ใช้เป็นที่อยู่ของมนุษย์ หรือลักษณะอื่นๆ ใกล้ เคียงและกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยว นั้น ได้แสดง ความคิดเห็นว่านครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา นั้นยังคงสะท้อนให้เห็นอดีตอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็น โบราณสถานหรือประติมากรรมเช่น พระพุทธรูปโดย รอบ ซึ่งมีคุณค่าและความสำคัญในระดับสากลในทาง ประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์ ซึ่งสอดคล้อง กับแนวคิดมรดกโลก วิชา ดิยไพบูลย์สิน (2555) ได้ กล่าวไว้ว่า สถานที่ที่เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมจะ ต้องได้รับการประเมินคุณค่าจากองค์การยูเนสโก ตาม แนวทางการปฏิบัติตามอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก ตามหลักเกณฑ์มรดกโลกทางวัฒนธรรม คือ เป็น ตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็น ตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ใน ประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ

2) ด้านคุณค่า ความสำคัญ และชื่อเสียง

จากผลการศึกษาพบว่า นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาในด้านคุณค่า ความสำคัญและชื่อ เสียง โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในด้านโบราณสถานแสดงถึงเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะอย่างสวยงามที่เป็นต้นแบบ ให้กับอาณาจักรต่อๆ มา จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว มองว่านครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีคุณค่า ความสำคัญและชื่อเสียง เพราะนคร ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยานั้นมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

เด่น ยกตัวอย่างเช่น การสร้างผังเมืองของกรุงรัตนโกสินทร์เป็นไปตามรูปแบบของตำราพิชัยสงคราม สมัยที่ กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี นอกจากนั้นนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยายังมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลกจาก ความเป็นมรดกโลก การบอกต่อสวามของโบราณสถานจากนักท่องเที่ยวหรือแม้กระทั่งภาพถ่ายโบราณสถานอย่าง เคียรพระพุทธรูปในต้นไม้ที่วัดมหาธาตุที่ได้สร้างชื่อเสียงให้กับนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและยังดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก: UNESCO) กล่าวไว้ว่า เกี่ยวกับการเป็นมรดกโลกของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาว่า การมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเรื่องสื่อ อยุธยาเป็นแม่แบบในการสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ โดยได้ถ่ายทอดความงดงาม และความเจริญรุ่งเรืองของอยุธยาไว้ในทุกแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นระเบียบผังเมือง การจัดวางอาคาร ชื่อสถานที่ต่างๆ ลักษณะสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือนตลอดจนวิถีชีวิต

สรุปผล

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว สามารถนำความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไปใช้ในการปรับปรุงดูแล นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นแนวทางในการป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดแก่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยังสามารถใช้เป็นข้อมูล ในการปรับปรุงภูมิทัศน์ หรือการตั้งกฎเกณฑ์ต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในการเข้าชม เพื่อคงความเป็นมรดกโลกไว้ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ในด้านคุณสมบัติ

การเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมตามหลักเกณฑ์ของ UNESCO นั้น นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ยังคงคุณค่าระดับสากลในสายตาของนักท่องเที่ยว และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ทั้งสิ้น แต่ถึงแม้ว่า นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยานั้นจะยังคงคุณค่าแต่ก็พบถึงปัญหาที่ตามมาอย่างมากมาย อันเนื่องมาจากการดูแลอย่างไม่ทั่วถึง ทั้งจากหน่วยงานรัฐหรือนักท่องเที่ยว ทั้งนี้หากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใส่ใจในการดูแล หรือ การเข้าชมจะทำให้สิ่งที่มีอยู่อย่าง มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยานั้นจะคงคุณค่าไว้อย่างสมบูรณ์

2. จากผลการศึกษาพบว่า ในด้าน คุณค่า ความสำคัญและชื่อเสียง นครประวัติศาสตร์เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวด้วยเหตุผล คือ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นมรดกโลกและเป็นต้นแบบให้กับอาณาจักรต่อๆ มาอย่างกรุงรัตนโกสินทร์ ปัญหาที่พบ คือ ถึงแม้จะมีนักท่องเที่ยวรู้จักกันนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาแต่ก็มีนักท่องเที่ยวแค่เพียงบางกลุ่มที่จะรู้จักอาณาจักรอยุธยาอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว เพราะนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นมรดกโลก แต่ในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องก็มีส่วนน้อย นักที่จะรู้จักอย่างลึกซึ้ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการผลักดันอย่างจริงจัง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบถึงคุณค่าที่แท้จริง ไม่ใช่แค่เพียงความเป็นมรดกโลกเท่านั้น

3. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านความเสี่ยงในการถูกถอดรายชื่อออกจากความเป็นมรดกโลก ตามหลักเกณฑ์ของ UNESCO นั้น นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีความเสี่ยงอยู่มากที่จะถูกถอดหากมีการตรวจสอบอย่างจริงจัง เพราะปัญหาที่พบ คือ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเกิดความเสียหายทั้งจากภัยธรรมชาติและฝีมือของมนุษย์ และยังไม่ได้มีการบูรณะจนทำให้ความเป็นอยุธยาเลือนรางลง และยังมีการดูแลอย่างไม่ทั่วถึงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จนเกิดการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เข้ากับนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาหรือที่เรียกว่าสิ่งปลูกสร้างทับซ้อน มีการบุกรุกทำลายเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ และปัญหาอื่นๆ อีกมากมาย จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าควรมีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างเร่งด่วน เพื่อลดความเสี่ยงในการถูกถอดออกจากความเป็นมรดกโลก

4. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการหาแนวทางการอนุรักษ์เพื่อป้องกันการถูกถอดรายชื่อออกจากความเป็นมรดกโลก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการอยากให้ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น และมีการฟื้นฟูนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวมากขึ้น และยังเห็นด้วยกับเรื่องการจัดโซนนิ่งตามแบบแผนของคณะกรรมการแห่งชาติปี 2560 ด้วยเหตุผลทั้งหมดนี้ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรเริ่มมีการดำเนินการตามแบบแผนที่ได้วางไว้ทั้งหมดเพื่อเป็นการอนุรักษ์มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นอย่างทันที่

References

- จิราณัฐ โสภา, จิราพร สุวรรณเกษม, รัชฎาพร ประวัติเมือง, พิมพวี ทหารแก้ว, ณัฐปริยา โพธิ์พันธุ์, ชุตินา จักรจรัส (2554). ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา : อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ วัด โสธร วรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ฉัตรชนก บุญไชย. (2556). การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน กรณีศึกษาจังหวัดนครนายก และจังหวัดปราจีนบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชุมพล พิชพันธ์ไพศาล, ล้ายอง ปลั่งกลาง. (มมป). การมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลนคร พระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ธาวิช ถนอมจิตต์. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกแห่งประเทศไทย กรณีศึกษา อุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัย. กรุงเทพฯ.
- บริษัท โอเวชั่น สตูดิโอ จำกัด (ผู้กำกับ). (2559). ทศ จิราธิวัฒน์ [ภาพยนตร์].
- ประชาชื่น. (2558). หนทางอันยากลำบาก? “อยุธยา” ต้นแบบการพัฒนามรดกโลก. เข้าถึงได้จาก Matichon online.
- พิชิต วรรณราช. (2549). การศึกษาทัศนคติของผู้นำชุมชนที่มีต่อบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติดอยหลวง. ขอนแก่น: สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 8 กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช.
- ยุทธพงษ์ เข้าประมณค. (2555). การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาล ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรอนงค์ โกวิทเสถียรชัยและวชิรวิทย์ สิริชัยพงศ์กุล. (2556). การบริหารจัดการนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา. คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภรดา มาจันทร์. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว บ่อน้ำพุร้อนแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัด ตาก กรณีศึกษา การจัดการบ่อน้ำพุร้อนแม่กาษา. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศุภรดา มาจันทร์. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว บ่อน้ำพุร้อนแม่กาษา อำเภอแม่สอด จังหวัด ตาก กรณีศึกษา การจัดการบ่อน้ำพุร้อนแม่กาษา. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์. (2554). “อยุธยา : มรดกโลกที่น่าเป็นห่วง”. โครงการพิทักษ์มรดกสยาม, บันทึกการเสวนาทางวิชาการ เรื่อง “อยุธยา : มรดกโลกที่น่าเป็นห่วง”. สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2556). ชุดความรู้ด้านการอนุรักษ์ คัมครอง แหล่งมรดกโลก เล่มที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก. กรุงเทพฯ: สำนักจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม,สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- สุขุม คงดิษฐ์และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2558). การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- อยุธยา มรดกไทยมรดกโลก. (2555). รักษ์อยุธยา รักษามรดกโลก. เข้าถึงได้จาก Gotoknow.
- Cliff Ogleby. (n.d.). A Reconstruction of the Ancient City of Ayutthaya Using Modern Photogram-metrie Techniques. Australia: The University of Melbourne.

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ECO-TOURISM ACTIVITIES AT MEASOONNOI VILLAGE, FANG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE.

อรรถพล กองแก้ว¹⁾ ชลธิชา จันทร์พิลา²⁾ กรวรรณ คำลือ³⁾ และ อำพร กันทา⁴⁾
Atthaphon Kongkaeo¹⁾, Chonticha Junpila²⁾, Gorlorwan Kamlue³⁾ and Amporn Kanta⁴⁾

^{1) 2) 3)} นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

^{1) 2) 3)} Bachelor of Arts Program in Tourism and Hotel, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna

⁴⁾ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย

⁴⁾ Research Advisor

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการมีส่วนร่วมของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามคนในชุมชนแม่สุ่นน้อย จำนวน 190 ครอบครัว และสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์โดยมีการอภิปรายผล

พบว่า วัตถุประสงค์ที่ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อยมีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ ปั่นจักรยาน ซึ่งชุมชนมีทรัพยากรพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม รวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลหน้าที่ในแต่ละฝ่าย วัตถุประสงค์ที่ 2) การมีส่วนร่วมของชุมชนแม่สุ่นน้อยมีเพียงการลงมติในที่ประชุมและปฏิบัติตามคำสั่งของผู้นำชุมชนเท่านั้น อีกทั้งคนในชุมชนไม่มีความเข้าใจในการท่องเที่ยว จึงทำให้การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางด้านการประเมินผลอยู่ในระดับน้อย ดังนั้น ชุมชนแม่สุ่นน้อยควรมีการให้ความรู้และสนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการร่วมใช้และอนุรักษ์ดูแลทรัพยากรร่วมกันต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, การมีส่วนร่วม

Abstract

Eco-Tourism activities at Measoonnoi village, Fang district, Chiang Mai Province. Aimed to analyze Eco-Tourism activities and the community participation of Measoonnoi village, Fang district, Chiang Mai province, with a mixed method. The quantitative data were collected by a questionnaire with 190 of the family household. The data were analyzed by using descriptive

statistics and qualitative data were collected by interviewing 5 key informants. The data were analyzed by the Content Analysis technique.

The research results revealed that objective 1) Measoonnoi has diverse ecotourism activities such as nature study trails, hiking, biking. Which are the community has an appropriate area for activity, also the establishment of a committee responsible for each department. Objective 2) the participation of the community only votes in a meeting and follow the orders of the community leader. To the people in the community do not understand tourism, causing the participation of the community for ecotourism activities in the evaluation at a low level. The study suggested that to improve the situation, members in the village should have education on eco-tourism for the village own a sustainable eco-tourism.

Key words: Eco-Tourism, Eco-Tourism Activities, Participation

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ไม่ใช่เพียงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ แต่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัวมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่เน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพแวดล้อม ก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นโดยตรง นอกจากนี้ยังมีแนวคิดการสนับสนุนให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสร้างการมีส่วนร่วมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล, 2560)

นอกจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นผลดีในเรื่องของรายได้ที่เพิ่มขึ้นทั้งในภาพรวมของประเทศและของชุมชนต่าง ๆ แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็เป็นความละเอียดอ่อนที่จะต้องได้รับการควบคุมอย่างเข้มงวดด้วยเช่นกัน เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทรัพยากรและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (อรรณพ เนตรทิพย์, 2551) โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องอาศัยกิจกรรมต่าง ๆ

ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เนื่องจากรูปแบบทรัพยากรในพื้นที่มีความแตกต่างกัน จะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะแต่ละท้องถิ่น และต้องอาศัยการเรียนรู้และความร่วมมือจากทั้งชุมชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน สร้างความดึงดูดใจ และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว (เผ่าพงศ์ นิติเกษตรสุนทร, 2552)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง และสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวหรือ Tourism Hub ของภูมิภาคได้ เพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมของล้านนา ธุรกิจการท่องเที่ยวมีส่วนขยายตัวของรายได้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งยังมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือการท่องเที่ยวชุมชน

เป็นต้น จากกระแสดังกล่าวจังหวัดเชียงใหม่ โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ ได้จัดกิจกรรมการผจญภัยอย่างต่อเนื่อง โดยนำผนวกกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เชิงนิเวศ และเชิงธรรมชาติ เพื่อเป็นการท่องเที่ยวอีกทางเลือกหนึ่ง เพื่อจะส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จักโดยเฉพาะด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม อันจะเป็นการดึงดูดการท่องเที่ยว และนักกีฬาในระดับสโมสรนานาชาติ ที่ชื่นชอบทางด้านการผจญภัย โดยนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และใช้พื้นที่ การจัดกิจกรรมเชียงใหม่ผจญภัยนานาชาติ ซึ่งหมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อบุกเบิกทางธรรมชาติ และเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจ ในแต่ละชนิดกีฬา เช่น ปีนเขา ปีนหน้าผา เดินป่า ปั่นจักรยาน เรือยาง วิ่ง และ ออฟโรด ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มีคุณค่าคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (North Publish News, 2560)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะอาศัยกิจกรรมที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่มสลับกับภูเขาด้านทิศตะวันออก เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร สภาพป่าร้อนชื้นอากาศเย็นในฤดูหนาวเหมาะสำหรับการทำสวนผลไม้ และปลูกพืชเกษตรกรรมได้ทุกชนิด อีกทั้งยังเป็นชุมชนที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติค่อนข้างหลากหลาย และยังเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม วัฒนธรรม ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,574 โดยแบ่งออกเป็น เพศชาย 843 คน และเพศหญิง 740 คน มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 618 หลังคาเรือน (รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน,

2560) จึงจำเป็นที่จะต้องมุ่งศึกษากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐาน

H_0 : การมีส่วนร่วมของชุมชนมีค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

H_1 : การมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างน้อยมี 2 กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4$$

$$H_1 : \mu_a \neq \mu_b$$

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่” ในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ ด้านพื้นที่ด้านการจัดการด้านกิจกรรมและกระบวนการด้านการมีส่วนร่วมแนวคิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2555) ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (หลัก) กิจกรรม

ท่องเที่ยวประเภท ชื่นชมธรรมชาติ (เสริม) กิจกรรม
ท่องเที่ยวประเภท ตื่นเต้นผจญภัย (เสริม) และแนวคิด
เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การตัดสินใจ
การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ การประเมินผล
เพื่อเป็นกิจกรรมที่คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมซึ่งไม่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อสภาพแวดล้อมคนใน
ชุมชนและเป็นแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแม่สุ่น
น้อย อำเภอด่านช้าง จังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวใน
รูปแบบของ การไปแหล่งที่เป็นธรรมชาติ หรือท้องถิ่น
ที่มีความบริสุทธิ์ของชีวิตดั้งเดิม โดยพยายามไม่ให้เกิด
การทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติแต่มีจุดประสงค์
เพื่อชื่นชมความงาม เพื่อความเพลิดเพลินหรือเพื่อ
ศึกษาหาความรู้ในธรรมชาติเหล่านั้นด้วยความรู้รักที่
ดี โดยมีการให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ และ
ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยวตลอด
จนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ประชิด สกฤษณ์พัฒน์ (2554)

โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้
แบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวออกเป็น 4 องค์
ประกอบ ได้แก่

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยว
ในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง กับธรรมชาติที่มี
เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมและ
ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-sys-
tem) ในพื้นที่นั้นๆ

2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการ
ท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Travel)
โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มี
การจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการ อนุรักษ์
ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันการเกิด
มลพิษและมลภาวะ รวมไปถึงการควบคุม อย่างมี
ขอบเขต จึงจัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการ

อย่างยั่งยืน

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและ
กระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการ เรียน
รู้โดยมีการให้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบ
นิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูน ความรู้
ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความ
ตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว
ประชาชนภายในท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่
เกี่ยวข้อง

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม
เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมี ส่วนร่วมของ
ชุมชนและประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการในการ
มีส่วนร่วมในทางความคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน
การติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษา
ทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิด ผลประโยชน์
ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพ
ชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อ กลับมาบำรุง
รักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำนัก
บริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน
(2555) ได้แบ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม
ได้แก่

1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (กิจกรรม
หลัก) อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า (Hiking/Trekking)
กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ (Nature Education)
กิจกรรมส่อง / ดูนก (Bird Watching) เป็นต้น

2) กิจกรรมท่องเที่ยวประเภทชื่นชม
ธรรมชาติ (กิจกรรมเสริม) อาทิเช่น กิจกรรมขี่จักรยาน
ตามเส้นทางธรรมชาติ (Terrain / Mountain Biking)
กิจกรรมพักแรมด้วยเต็นท์ (Tent Camping) กิจกรรม
เที่ยวน้ำตก (Waterfall Visits / Exploring) เป็นต้น

3) กิจกรรมท่องเที่ยวประเภทตื่นเต้นผจญ
ภัย (กิจกรรมเสริม) อาทิเช่น กิจกรรมปีน / ไต่เขา
(Rock / Mountain Climbing) กิจกรรมล่องแพยาง
/ แพไม้ไผ่ (White Water Rafting) กิจกรรม

เครื่องร่อนขนาดเล็ก (Hang Glider) เป็นต้น

การมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทในทุกกิจกรรมของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตามตรวจสอบ และการประเมินผลร่วมกัน นำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานในกลุ่มให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้น (ทรงวุฒิ เรืองวาทศิลป์, 2550)

โดย (Cohen and Uphoff, 1980) ได้แบ่งกระบวนการการมีส่วนร่วม คือ

1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ซึ่งเป็นกระบวนการของการตัดสินใจนั้น ประการแรกสุด คือ การกำหนดความต้องการและจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นเลือกนโยบาย และประชากรที่เกี่ยวข้อง

2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ (Implementation) เป็นองค์ประกอบ ของการดำเนินงานตามโครงการนั้นจะได้อาจมาจากคำถามที่ว่าใครจะทำ ประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้าง และจะทำประโยชน์โดยวิธีใด

3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefit) ให้ความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่ม

4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นการแสดงความเห็น ความชอบ และความคาดหวัง ซึ่งจะมีอิทธิพลสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มได้

ซึ่ง (Cohen and Uphoff, 1980) ยังกล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ 4) สถานภาพสมรส 5) ระดับการศึกษา 6) รายได้ 7) ระยะเวลาที่อยู่ในท้องถิ่น 8) สถานภาพการทำงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม

ผสานทั้งวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1. ผู้นำชุมชน คัดเลือกเฉพาะเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ป่าไม้ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นของชุมชนแม่สุ่นน้อย เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุ่น และเลขานุการองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

2. จากรายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน ประจำปีพุทธศักราช 2560 พบว่า ประชาชนในหมู่ที่ 3 แม่สุ่นน้อย มีครัวเรือนทั้งสิ้น 618 ครัวเรือน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560) โดยมีประชากรอาศัยอยู่ในครัวเรือน 365 ครัวเรือน มีทะเบียนบ้านคนต่างถิ่น หรือทะเบียนบ้านแฝง ที่ต้องการไฟฟ้าเข้าถึง แต่ไม่มีประชาชนอาศัยอยู่รวมทั้งสิ้น 253 ครัวเรือน ซึ่งสามารถแทนค่าโดยสูตรของ Taro Yamane (ทาโร ยามาเนะ) ได้ ดังนี้

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาของชุมชนบ้านแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งสิ้น 190 ครัวเรือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. แบบสำรวจพื้นที่ การลงพื้นที่ในชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสังเกตและจดบันทึก วิเคราะห์ร่วมกับแบบสัมภาษณ์

2. แบบสัมภาษณ์เจาะลึก โดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยอาศัยแนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง

จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ด้านการจัดการด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม

3. แบบสอบถามการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยอาศัยแนวคิดกระบวนการการมีส่วนร่วม 4 ด้าน (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552) ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการดำเนินงาน ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด จำนวน 20 ข้อ โดยแต่ละคำถามจะมีระดับการมีส่วนร่วม 5 ระดับ ได้แก่ มีส่วนร่วมมากที่สุด มีส่วนร่วมมาก มีส่วนร่วมปานกลาง มีส่วนร่วมน้อย และมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าคะแนน

4.21 – 5.00 หมายถึง มีส่วนร่วมมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง มีส่วนร่วมมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง มีส่วนร่วมปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง มีส่วนร่วมน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง มีส่วนร่วมน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยเก็บข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์โดยดำเนินการรวบรวมข้อมูลเป็น 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจพื้นที่

พบว่า ชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีทรัพยากรธรรมชาติและมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนแม่สุ่นน้อย

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบแบบสอบถามและแบบ

สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ศึกษาวิจัยได้ติดต่อไปยังผู้นำชุมชนเพื่อแนะนำตัวและขอความอนุเคราะห์ในการขอข้อมูล และแจ้งวันที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้นำชุมชน จากองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ด้าน

พบว่า ด้านพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยอย่างชัดเจน ซึ่งมีเส้นทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือน้ำตกโป่งน้ำดังและอุทยาน แต่ยังพบว่าเส้นทางยังไม่มีความปลอดภัยเพราะยังไม่มีมีการสำรวจพื้นที่อย่างจริงจัง ด้านการจัดการของคนในชุมชนแม่สุ่นน้อยเริ่มมีการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลหน้าที่ในแต่ละฝ่าย ด้านกระบวนการและกิจกรรมของชุมชนแม่สุ่นน้อยมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ การตั้งแคมป์ โดยจะมีการทำอาหาร (หลาม) ในกระบอกไม้ไผ่ และ กิจกรรมการปั่นจักรยาน ซึ่งมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนแม่สุ่นน้อย มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาทำการจัดการอบรมภาษาอังกฤษและการให้ความรู้เกี่ยวกับ O-TOP แก่คนในชุมชนแม่สุ่นน้อย

ขั้นตอนที่ 4 แจกแบบสอบถามให้แก่คนในชุมชนจำนวน 190 หลังคาเรือน โดยกระบวนการการมีส่วนร่วม 4 ด้าน

พบว่า ด้านการตัดสินใจ คนในชุมชนมีการเข้าประชุมเพื่อช่วยในการระดมความคิด และลงมติในการเลือกกิจกรรมเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากคนในชุมชนไม่ได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่ประชุม ด้านการปฏิบัติ งาน คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาก การช่วยประสานงานการท่องเที่ยว เนื่องจากคนชุมชนยังไม่เข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากมีการได้รับผลประโยชน์แค่บางกลุ่มเท่านั้น การกระจายรายได้ยังไม่ทั่วถึง เพราะชุมชนจะมีการจัดเทศกาลในช่วง

วันสำคัญเท่านั้น ด้านการประเมินผล อยู่ในระดับน้อย เนื่องจากขั้นตอนของการประเมินผลนั้นจะเป็นหน้าที่ของกรรมการชุมชน หรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์สรุปผลการศึกษาวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมต่อชุมชนแม่สุรน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลตามหลักการวิจัย เอกสาร ผู้นำชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง นำเสนอผลการศึกษารวบรวมด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Description analysis)

ข้อมูลจากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การทดสอบหาค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้สถิติ T-test และ F-test หรือ (ANOVA)

ผลการวิจัย

1. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุรน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแสดงผลการวิจัยออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบด้านพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้วยสภาพพื้นที่บริเวณโดยรอบของชุมชนแม่สุรน้อย มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น โป่งน้ำดัง เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ทางธรรมชาติที่เป็นน้ำตกและมีเส้นทางในการทำกิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ซึ่งยังมีเส้นทางในการปั่นจักรยานเที่ยวชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนแม่สุรน้อยตามแหล่งเรียนรู้ของชุมชน แต่เส้นทางในการทำกิจกรรมเดินป่ายังพบว่าไม่มีความหลากหลายและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพราะยังขาดการสำรวจพื้นที่อย่างจริงจัง

องค์ประกอบด้านการจัดการของชุมชนแม่สุรน้อย มีการแบ่งส่วนพื้นที่อย่างชัดเจนและมีการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลรับผิดชอบในแต่ละฝ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีหน่วยงานของทางราชการที่ดูแลในส่วนของอุทยาน คือ กรมป่าไม้ ทั้งนี้ชุมชนยังไม่มีการจัดทำกฎระเบียบของการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ชัดเจน

องค์ประกอบด้านกระบวนการและ กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนแม่สุรน้อย เป็นการจัดการกิจกรรมต้องคำนึงถึงความถูกต้องและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่และเป็นการทำกิจกรรมที่ให้ความรู้ ซึ่งการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนแม่สุรน้อยทุกครั้งอยู่ในการดูแลของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมศึกษาเส้นทางธรรมชาติ กิจกรรมตั้งแคมป์ กิจกรรมทำอาหารรวมไปถึงกิจกรรมปั่นจักรยาน ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนแม่สุรน้อยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม จึงไม่มีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และยังคงมองว่าเป็นเรื่องไกลตัว เนื่องมาจากการไม่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมื่อเกิดการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น ผู้จัดกิจกรรมไม่ได้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนเท่าที่ควรที่จะจัดเฉพาะกลุ่มที่ทำกิจกรรมเท่านั้น ซึ่งแนวความคิดในอนาคตคือเมื่อมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ควรที่จะนำสินค้า จากชุมชน (OTOP) ของชุมชนใน
ท้องถิ่นมาจัดจำหน่าย แก่ผู้มาทำกิจกรรมด้วย ซึ่ง
เป็นการสร้างรายได้แก่ชุมชนในท้องถิ่น รวมถึงการจัด
อบรมให้ความรู้แก่คนในชุมชนเกี่ยวกับกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความรู้และความเข้าใจมากขึ้น

2. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์
การมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัด
เชียงใหม่ สามารถแสดงผลการวิจัยได้ดังนี้

องค์ประกอบการมีส่วนร่วมในการเสนอ
ความคิด การวางแผน และการตัดสินใจ พบว่า คนใน
ชุมชนมีการเข้าประชุมเพื่อช่วยในการระดมความคิด
และลงมติในการเลือกกิจกรรมเป็นส่วนใหญ่ แต่คนใน
ชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น และการตั้ง
กฎ กติกา เป็นส่วนน้อยเนื่องจากคนในชุมชนไม่ได้มี
ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่ประชุม และเข้าร่วมประชุม
ตามหน้าที่ เท่านั้น โดยเห็นว่าหัวหน้างานหรือคณะ
กรรมการต้องแสดงความคิดเห็นเท่านั้น

องค์ประกอบการมีส่วนร่วมในการดำเนิน
งาน และปฏิบัติงาน พบว่า คนในชุมชนมีส่วนร่วมใน
การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบในการจัดกิจกรรมการท่อง
เที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก ซึ่งตรงกันข้ามกับการที่เคย
เป็นหรือเป็นกรรมการการท่องเที่ยว และการช่วย
ประสานงานการท่องเที่ยว เนื่องจากคนชุมชนยังไม่
เข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปฏิบัติ
ตามคำสั่งจากผู้ใหญ่บ้านหรือหัวหน้างานเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นการเริ่มต้นการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่อง
เที่ยวเชิงนิเวศ และมีความสนใจในการท่องเที่ยวไม่

มาก เพราะคนในชุมชนมีอาชีพของตัวเองเป็นหลักอยู่
แล้ว จึงทำให้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องไกลตัว

องค์ประกอบการมีส่วนร่วมในด้านการรับ
ผลประโยชน์ พบว่า ด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปาน
กลาง เนื่องจากมีการได้รับผลประโยชน์แค่บางกลุ่ม
เท่านั้น การกระจายรายได้ยังไม่ทั่วถึง อีกทั้งการที่
ประชาชนเข้าไปขายสินค้า การสร้างรายได้เสริมด้าน
การท่องเที่ยว และการใช้บริการจากการจัดกิจกรรม
การท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย เพราะชุมชนจะมีการ
จัดเทศกาลในช่วงวันสำคัญเท่านั้น ทำให้เกิดรายได้
น้อย และมีร้านขายของเพียงร้านเดียวในแหล่งท่อง
เที่ยว แต่การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้น
ฐานของชุมชนและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้
เป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง แต่ยังคง
มีการพัฒนาเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทั้ง
การปรับปรุงด้านภูมิทัศน์และถนน

องค์ประกอบการมีส่วนร่วมต่อการ
ประเมินผลนั้น พบว่า การประเมินผลอยู่ในระดับน้อย
เนื่องจากขั้นตอนของการประเมินผลนั้นจะเป็นหน้าที่
ของกรรมการชุมชน หรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยว
กับการท่องเที่ยวเท่านั้น ประชาชนไม่ได้มีส่วนร่วมใน
การประเมินผลหลังจากได้ทำกิจกรรมเสร็จจุล่งแล้ว
มีชาวบ้านบางส่วนเท่านั้นที่ติดตามผลผ่านทางสื่อ
ออนไลน์ หรือ Facebook Page

3. ผลสมมติฐานการวิจัย บุคคลในชุมชนที่มี
ลักษณะส่วนบุคคลที่ไม่เหมือนกันมีส่วนร่วมต่อการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง
จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ กับการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของ ชุมชน	เพศ						t	P-Value	
	ชาย หญิง								
	N		S.D.	N		S.D.			
ด้านการวางแผน	78	2.65	1.11	122	2.69	1.16	-0.25	0.80	
ด้านการปฏิบัติ	78	2.50	0.99	122	2.38	0.86	0.83	0.40	
ด้านการได้รับผล ประโยชน์	78	2.59	0.98	122	2.71	1.02	-0.81	0.40	
ด้านการประเมินผล	78	1.97	1.00	122	1.79	0.92	1.28	0.20	

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเพศ การวิเคราะห์หมีส่วนร่วมของเพศชาย และเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.5 ซึ่งค่าความแปรปรวน Sig มีค่ามากกว่า 0.00 ทำให้ผลของสมมุติฐานการมีส่วนร่วมในแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

($H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4$) ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าประชาชนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือ แสดงให้เห็นถึงความเท่าเทียมกันในการมีสิทธิเสรีภาพในการเข้าร่วมกิจกรรม

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุ กับการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	24.06	4	6.01	5.037	*0.00
	ภายในกลุ่ม	220.95	185	1.19		
	รวม	245.01	189			
ด้านการปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	8.31	4	2.07	2.52	0.42
	ภายในกลุ่ม	152.08	185	0.82		
	รวม	160.39	189			
ด้านการได้รับผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	9.15	4	2.28	2.30	0.06
	ภายในกลุ่ม	183.95	185	0.99		
	รวม	193.11	189			
ด้านการประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	6.98	4189	1.74	1.94	0.10
	ภายในกลุ่ม	166.20	185	0.89		
	รวม	173.19				

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอายุ การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของ คนในชุมชนที่มีความแตกต่างด้านอายุ อย่างมีนัย สำคัญทางสถิติ 0.5 ซึ่งค่าความแปรปรวน Sig มีค่า เท่ากับ 0.00 คือ ด้านการวางแผน ทำให้ผลของ สมมุติฐานการมีส่วนร่วมอย่างน้อยสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ย

แตกต่างกัน ($H_1 : \mu_a \neq \mu_b$) เนื่องจากช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี รวมถึงผู้สูงอายุที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จะ มีส่วนร่วมในการประชุมหรือการวางแผนในระดับน้อย ผู้ร่วมเข้าประชุมส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงวัย ทำงานหรือวัยกลางคน

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการศึกษา กับการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	12.37	4	3.09	2.46	*0.04
	ภายในกลุ่ม	232.63	185	1.25		
	รวม	245.01	189			
ด้านการปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	7.30	4	1.82	2.20	0.07
	ภายในกลุ่ม	153.09	185	0.82		
	รวม	160.39	189			
ด้านการได้รับผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	5.26	4	1.31	1.29	0.27
	ภายในกลุ่ม	187.84	185	1.01		
	รวม	193.11	189			
ด้านการประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	3.01	4	0.75	0.82	0.51
	ภายในกลุ่ม	170.17	185	0.92		
	รวม	173.19	189			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการศึกษา การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของ คนในชุมชนที่มีความแตกต่างด้านการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.5 ซึ่งค่าความแปรปรวน Sig มีค่าเท่ากับ 0.04 คือ ด้านการวางแผน ทำให้ผลของสมมุติฐานการมีส่วนร่วมอย่างน้อยสองกลุ่มมีค่า

เฉลี่ยแตกต่างกัน ($H_1 : \mu_a \neq \mu_b$) อาจเป็นเพราะคนใน ชุมชนส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ทำให้ การมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุ การตั้งกฎ ระเบียบ รวมถึงการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมมีน้อย

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	35.80	6	5.96	5.22	*0.00
	ภายในกลุ่ม	209.20	183	1.14		
	รวม	245.01	189			
ด้านการปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	9.10	6	1.51	1.83	0.09
	ภายในกลุ่ม	151.29	183	0.82		
	รวม	160.39	189			
ด้านการได้รับผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	16.36	6	2.72	2.82	*0.01
	ภายในกลุ่ม	176.75	183	0.96		
	รวม	193.11	189			
ด้านการประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	8.62	6	1.43	1.59	0.15
	ภายในกลุ่ม	164.57	183	0.89		
	รวม	173.19	189			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอาชีพ การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่มีความแตกต่างด้านอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.5 ซึ่งค่าความแปรปรวน Sig มีค่าเท่ากับ 0.00 และ 0.01 คือ ด้านการวางแผน และด้านการรับผลประโยชน์ ทำให้ผลของสมมุติฐานการมีส่วน

ร่วมอย่างน้อยสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ($H_1 : \mu_a \neq \mu_b$) อาจเป็นเพราะคนในชุมชนส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรม แต่ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวระดับมาก คือ ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย และอาชีพรับจ้างทั่วไป

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการอยู่อาศัย กับการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	4.62	4	1.15	0.89	0.47
	ภายในกลุ่ม	240.29	185	1.29		
	รวม	245.01	189			
ด้านการปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	3.99	4	0.99	1.18	0.32
	ภายในกลุ่ม	156.40	185	0.84		
	รวม	160.39	189			
ด้านการได้รับผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	5.43	4	1.35	1.33	0.25
	ภายในกลุ่ม	187.67	185	1.01		
	รวม	193.11	189			
ด้านการประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	9.35	4	2.33	2.64	*0.03
	ภายในกลุ่ม	163.83	185	0.88		
	รวม	173.19	189			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านระยะเวลาการอยู่อาศัย การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่มีความแตกต่างด้านระยะเวลาการอยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.5 ซึ่งค่าความแปรปรวน Sig มีค่าเท่ากับ 0.03 คือ ด้านการประเมินผล ทำให้ผลของสมมติฐานการมีส่วนร่วมอย่างน้อยสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ($H_1 : \mu_a \neq \mu_b$) อาจเป็นเพราะคิดว่าการประเมินผลเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการหมู่บ้านหรือผู้ใหญ่บ้าน แต่ผู้ที่อยู่อาศัยมาตั้งแต่กำเนิดย่อมมีความต้องการให้ชุมชนมีการพัฒนาของหมู่บ้าน โดยเฉพาะการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่น้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผลจากการสัมภาษณ์ด้านพื้นที่ของชุมชนแม่

สุ่น้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยสภาพพื้นที่ของบริเวณโดยรอบของชุมชนมีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยอย่างชัดเจน ได้แก่ พื้นที่ทำกิน พื้นที่อยู่อาศัย พื้นที่ป่าไม้อนุรักษ์และพื้นที่อุทยาน ซึ่งมีเส้นทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือน้ำตกโป่งน้ำดังและอุทยาน งานวิจัยราณี อธิชัยกุล (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทย และเสนอแนะแนวทางการพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ มีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ และกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเส้นทางของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนแม่สุ่น้อยยังมีเรื่องราวตำนานเกี่ยวกับสถานที่ให้ได้ถ่ายทอด แต่ยังพบว่าเส้นทางยังไม่มี ความ

หลากหลายเพราะยังไม่มีมีการสำรวจพื้นที่อย่างจริงจัง

ผลจากการสัมภาษณ์ด้านการจัดการของคนในชุมชนแม่สุ่นน้อยเริ่มมีการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลหน้าที่ในแต่ละฝ่าย ได้แก่ คณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแม่สุ่นน้อย, คณะกรรมการผู้จัดหาที่พักสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน, คณะกรรมการผู้สื่อสารข้อมูลท้องถิ่น/มีศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนและคณะกรรมการผู้จัดหาอาหารและเครื่องดื่มสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งคนในชุมชนแม่สุ่นน้อยมีความพร้อมในการจัดการด้านขยะเพราะชุมชนแม่สุ่นน้อยขึ้นชื่อได้ว่าเป็นชุมชนปลอดขยะในปี 2557 อย่างไรก็ดีชุมชนแม่สุ่นน้อยยังต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุ่นในการจัดการอบรมหรือให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่คนในชุมชนแม่สุ่นน้อย อีกทั้งชุมชนแม่สุ่นน้อยยังต้องมีการจัดตั้งกฎระเบียบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของราณี อีสัยกุล (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทย และเสนอแนะแนวทางการพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ชุมชนมีการจัดกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยควรมีแนวทางการจัดทำแผนแม่บท การบังคับใช้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง การให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผลจากการสัมภาษณ์ด้านกระบวนการและกิจกรรมของชุมชนแม่สุ่นน้อยมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ การตั้งแคมป์ โดยจะมีการทำอาหาร (หลาม) ในกระบอกไม้ไผ่ และ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการปั่นจักรยาน ซึ่งระยะเวลาการทำกิจกรรมเหมาะสม

สมกับตัวกิจกรรมและมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2555) ได้ให้ความหมายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นกิจกรรมที่กระทำในพื้นที่ธรรมชาติมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม เพื่อไม่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เป็นผู้ให้ความรู้หรืออธิบายโดยตรง แต่ยังไม่พบว่ามีเส้นทางกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ยังไม่มีป้ายบอกทางหรือป้ายบอกชื่อต้นไม้ที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยไม่ต้องใช้มัคคุเทศก์

ผลจากการสัมภาษณ์ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนแม่สุ่นน้อย พบว่าชุมชนแม่สุ่นน้อยมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาทำการจัดการอบรมภาษาอังกฤษและการให้ความรู้เกี่ยวกับ O-TOP แก่คนในชุมชนแม่สุ่นน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของธนภัทร สีสดใส และคณะ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่องการจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณด้านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า การทำให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม คือ การต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และจะต้องมีคนกลางในการติดต่อสื่อสาร แต่อย่างไรก็ดียังมีข้อสังเกตว่า คนในชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกร คนในชุมชนส่วนใหญ่จึงไม่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สุ่นน้อย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ผลการมีส่วนร่วมที่มีความแตกต่างทางเพศพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีส่วนร่วมเหมือนกัน หรือไม่แตกต่างกัน เพราะว่าประชาชนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือทั้งการเข้าประชุมวางแผน การปฏิบัติงานหรือการเข้าร่วมกิจกรรม การรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน หรือกระทั่ง

ความร่วมมือในด้านประเมินผลในระดับน้อยเหมือนกัน แสดงให้เห็นถึงความเท่าเทียมกันในการมีสิทธิเสรีภาพในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ น้อยนคร (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น ของเทศบาลตำบลในจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจุบันเพศชายและเพศหญิงมีความเท่าเทียมกันตามหลักประชาธิปไตย เทศบาลตำบลได้กีดกันการมีส่วนร่วมในเรื่องเพศ

จากการวิเคราะห์ผลการมีส่วนร่วมที่มีความแตกต่างด้านอายุพบว่า อายุทำให้เกิดความแตกต่างในขั้นตอนของการวางแผน เนื่องจากช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี รวมถึงผู้สูงอายุที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จะมีส่วนร่วมในการประชุมหรือการวางแผนในระดับน้อย เป็นเพราะภายในชุมชนเห็นถึงความสำคัญในเรื่องของการวางแผนน้อย หรือเกิดประโยชน์น้อย ผู้ร่วมเข้าประชุมส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงวัยทำงานหรือวัยกลางคนในการมีส่วนช่วยในการค้นหาสาเหตุของปัญหา การวางแผน หรือกระทั่งการตั้งกฎระเบียบทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ดังนั้นอายุจึงทำให้เกิดความแตกต่างในขั้นตอนของการวางแผน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิษณุ หยกจินดา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้านทุ่งกร่าง ตำบลทับไทร อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี พบว่า ประชาชนที่มีอายุน้อยอาจจะยังไม่เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วม ยังมองไม่ออกว่าการมีส่วนร่วมสำคัญเพียงใด ซึ่งต่างจากประชาชนที่มีอายุมากกว่า ที่มีประสบการณ์ในหลาย ๆ ด้าน มองภาพได้กว้างกว่า และเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการมีส่วนร่วม ประชาชนที่มีอายุต่างกันจึงมีระดับการมีส่วนร่วมต่างกัน

จากการวิเคราะห์ผลการมีส่วนร่วมที่มีความแตกต่างด้านการศึกษาพบว่า การศึกษาทำให้เกิด

ความแตกต่างในขั้นตอนการวางแผน เพราะว่าคนในชุมชนส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ทำให้การมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุ การตั้งกฎ ระเบียบ รวมถึงการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมมีน้อย โดยมากคนในชุมชนจะเข้าร่วมประชุมและลงมติการประชุมเท่านั้น เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่า ผู้ที่เป็นกรรมการ หรือประธานมีหน้าที่ในการแสดงความคิดเห็น ค้นหาปัญหาต่างๆ นอกจากว่าคนในชุมชนมีประสบการณ์ในการทำงานในหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือเป็นคณะกรรมการหมู่บ้าน ส่วนผู้ที่ระดับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นจะมีความคิดที่เป็นระบบมากขึ้น สังเกตได้จากการตอบคำถาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิษณุ หยกจินดา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้านทุ่งกร่าง ตำบลทับไทร อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี พบว่า ประชาชนที่ได้รับการศึกษามากกว่า ย่อมเข้าใจเรื่องของการมีส่วนร่วมได้มาก เนื่องจากในทุกกระบวนการของการศึกษานั้นต้องเกิดการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน จึงทำให้ผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่สูงกว่า สามารถเข้าใจและเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ได้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

จากการวิเคราะห์ผลการมีส่วนร่วมที่มีความแตกต่างด้านอาชีพพบว่า อาชีพทำให้เกิดความแตกต่างในขั้นตอนการวางแผนและขั้นตอนการรับผลประโยชน์ เนื่องจากคนในชุมชนที่มีส่วนร่วมในการวางแผนน้อย อย่างวัยรุ่นและผู้สูงอายุ มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้สูงอายุส่วนใหญ่ทำอาชีพรับจ้างทั่วไป และไม่ทำงาน ทำให้การมีส่วนร่วมในการวางแผนแตกต่างจากอาชีพอื่นๆของวัยทำงาน ส่วนขั้นตอนในการรับผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวแตกต่าง เพราะว่าคนในชุมชนส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรม แต่ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวระดับมาก คือ ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย และอาชีพรับจ้างทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิษณุ หยกจินดา (2557) ได้

ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้านทุ่งกร่าง ตำบลทับไทร อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี พบว่า ประชาชนที่ต่างอาชีพกัน ย่อมมีมุมมองและประสบการณ์ที่เกิดจากความเคยชินในการประกอบอาชีพของตน จึงอาจทำให้เกิดความแตกต่างเรื่องความคิดเห็นในการมีส่วนร่วม

การวิเคราะห์ผลการมีส่วนร่วมที่มีความแตกต่างด้านระยะเวลาการอยู่อาศัย พบว่า ระยะเวลาการอยู่อาศัยทำให้เกิดความแตกต่างในขั้นตอนการประเมินผล แต่ในด้านของการวางแผน ด้านการปฏิบัติ และด้านการรับผลประโยชน์ไม่แตกต่างกัน เพราะคนในชุมชนร่วมกันทำกิจกรรมของหมู่บ้าน เช่น การเข้าร่วมประชุม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลน้อย เพราะคิดว่าการประเมินผลเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการหมู่บ้านหรือผู้ใหญ่บ้าน แต่ผู้ที่อยู่อาศัยมาตั้งแต่กำเนิดย่อมมีความต้องการให้ชุมชนมีการพัฒนาของหมู่บ้าน โดยเฉพาะการท่องเที่ยว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ที่พักโฮมสเตย์ วิถีชีวิตคนในชุมชน จึงให้ความร่วมมือในด้านการประเมินผล ซึ่งในนี้อาจเป็นคณะกรรมการหมู่บ้านแม่สร้อยหรือผู้ที่ทำงานในหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาประกาศิต สิริเมธ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ของชุมชนบ้านคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า ประชาชนในชุมชนบ้านคลองใหม่ ที่มีระยะเวลาการเข้ามาอาศัยอยู่ในชุมชนแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในการประเมินผลแตกต่างกัน ส่วนในด้านการมีส่วนร่วมใน

การตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ที่มีมาแต่เดิมของชุมชนและประชาชนแม้จะเข้ามาอาศัยอยู่ในชุมชนในระยะเวลาที่ต่างกันแต่ก็ล้วนมีความเสียสละให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างสม่ำเสมอเหมือนกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนแม่สร้อยยังสามารถพัฒนาต่อไปได้ แต่ต้องได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการสำรวจพื้นที่เส้นทางการเดินป่า การระดมความคิดระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนในการรื้อฟื้นกิจกรรมเดิมที่ขาดหายไประหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนในชุมชน เพื่อร่วมกันปฏิบัติงานได้ถูกต้องและสอดคล้องกัน
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนมีความเป็นไปได้ หากมีการประสานงานที่ดีระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนในชุมชน เพื่อความเข้าใจตรงกัน และวางแผนการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในอนาคต
3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาในด้านการคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ศึกษาทางด้านประชาชนในชุมชนแม่สร้อย ควรที่จะศึกษาในด้านของนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้ทราบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง ความพึงพอใจในการจัดการการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด เพื่อนำไปปรับปรุงครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ พ.ศ. 2545–2549. กรุงเทพฯ : บริษัท อัลซา จำกัด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ พ.ศ. 2545–2549. กรุงเทพฯ : บริษัท อัลซา จำกัด.

- ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). พลวัตการมีส่วนร่วมของประชาชน : จากอดีตจนถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ. พี. กราฟิคดีไซน์การพิมพ์ จำกัด.
- ทรงวุฒิ เรืองวาทศิลป์. (2550). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษาในพื้นที่บริการของโรงเรียนลุ่มทรายวิทยา อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ธนภัทร สีสดใส และคณะ. (2561). การจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณตำบลสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์, 14(1), 8-11.
- ประชิด สกุนะพัฒน์. (2554). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- เผ่าพงศ์ นิติเกษตรสุนทร. (2552). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดเขตพื้นที่เหมาะสมกับกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- พระมหาประกาศิต สิริเมธ. (2556). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนบ้านคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- ระบบสถิติทางทะเลเบียน. (2560). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน ประจำปี พ.ศ. 2560 (เว็บไซต์). สืบค้นจาก <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showVillageData.php?rcode=50090905&statType=1&year=60>
- ราณี อธิชัยกุล. (2560). การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย. ดุสิตธานี, 11, 1-15.
- วิษณุ หยกจินดา. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้านทุ่งกว้าง ตำบล ห้วยทราย อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- สมศักดิ์ น้อยนคร. (2551). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น ของเทศบาลตำบลในจังหวัดอุดรธานี. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี).
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2555). โครงการศึกษาและจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง. รายงานการวิจัย.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2555). โครงการศึกษาและจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง. รายงานการวิจัย.
- อรอนพ เนตรทิพย์. (2551). การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในตำบลคงพญา อำเภอปอแก้ว จังหวัดน่าน. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี).
- Chohen, J.M. and Uphoff. (1981). N.T. Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation. Rural Development Committee Center for International Studies. Cornell University.
- North Publish News. (2560). ชวนนักท่องเที่ยวร่วมเปิดมุมมอง ประสบการณ์สัมผัสความมหัศจรรย์เชียงใหม่ผจญภัยนานาชาติ. (เว็บไซต์). สืบค้นจาก <http://www.northpublicnews.com>

แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
GUIDELINE ON POTENTIAL DEVELOPMENT OF
BAN KHUN SAMUT CHIN COMMUNITY FOR CULTURAL TOURISM

ผศ.ดร.นานา ศรีธรรมศักดิ์และคณะ²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน 2. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน 3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายให้ชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน เก็บข้อมูลแบบบังเอิญ กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวแทนชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 คน กรรมการชุมชน 9 คน และตัวแทนครัวเรือน เก็บข้อมูลแบบบังเอิญ จำนวน 90 คน รวม กลุ่มที่ 2 จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความถี่

ผลการวิจัยพบว่า 1. ศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและกลุ่มตัวแทนชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความปลอดภัย สภาพแวดล้อม ด้านบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก 2. การมีส่วนร่วมของชุมชน กลุ่มตัวแทน พบว่า ด้านการรับผลประโยชน์ การจัดการชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านสิ่งดึงดูดใจของชุมชน อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านการตัดสินใจและการฝึกอบรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง 3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ด้านนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน การเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าอยู่ในระดับ มาก ชุมชนควรจะมีมัคคุเทศก์อาสาซึ่งเป็นเยาวชนในชุมชนนำชมชุมชน และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี นักท่องเที่ยวและกลุ่มตัวแทนชุมชนมีความเห็นว่า ควรพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

คำสำคัญ : การพัฒนาศักยภาพชุมชน บ้านขุนสมุทรจีน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This research aims to determine how Ban Khun Samut Chin might be developed as a cultural tourism site. A quantitative research method was employed one hundred Thai tourists and one hundred villagers were randomly questioned. Descriptive statistics, frequency, percentage, mean and standard deviation were used to analyze the data. It was found that most of Thai tourists were female. These tourists were predominately 32 to 41 years old, single and were undergraduates. They were employed by the private sector. Their incomes per month were between 10,001 and 15,000 Thai baht. The findings were to 1 The readiness of community was at high level. 2 The participation of community in term of the advantage was at high level, the decision and tourism management training were at middle level. 3 Guideline on potential development of Ban Khun Samut Chin as the opinion of tourists were to local guides were training and being good host and infrastructure was improved and developed including facilities, environmental management and natural resources conservation.

Keywords : Potential Development of Community, community readiness, Ban Khun Samut Chin

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย และมีบทบาทสำคัญในการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ประชาชนในท้องถิ่นให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายสนับสนุนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นมหานคร การท่องเที่ยวแห่งเอเชียโดยจัดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น มหกรรมภาพยนตร์นานาชาติ เมืองไทยเมืองแฟชั่น อาหารเยาวราช (Street Food) เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเมื่อมีผู้มาเยือนเพิ่มมากขึ้นเท่าใด กระแสหมุนเวียนและการสร้างงานเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ดังแผนยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางเข้ามาใน

ประเทศไทยเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคจังหวัดและพื้นที่ต่างๆทั้งในตัวเมืองและชนบทอย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นซึ่งจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่ต่างๆในประเทศไทยในวงกว้างมากขึ้นเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับพื้นที่นอกเมือง หลังนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีทั้งในด้านความปลอดภัยสุขอนามัย รวมไปถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อชักจูงให้กลับมาเยี่ยมเยือนและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ นักท่องเที่ยวอิสระ (Free and Independent Travelers) ความสะดวก สบายมากขึ้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ละจังหวัดจะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะอันโดดเด่น

จังหวัดสมุทรปราการเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากร ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งถูกจัดอยู่ในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง (วรรณวิมล ภู่านาค. 2558 :) นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมพื้นบ้านที่หลากหลายโดยเฉพาะวัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ที่เป็นชุมชนกลุ่มเล็กๆ ซึ่งเต็มไปด้วย กลิ่นอายของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ได้ถ่ายทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น แต่เนื่องจากวัฒนธรรมของชุมชนหลายแห่งยังไม่ได้มีการเผยแพร่ให้บุคคลภายนอกได้รู้จักอย่างจริงจัง จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวยังไม่ได้เดินทางไปเยี่ยมเยือน ดังเช่นชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ ที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ เป็นชุมชนเก่าแก่ของจังหวัดสมุทรปราการ อยู่ติดชายฝั่งทะเลอ่าวไทย บริเวณปากแม่น้ำเจ้าพระยา ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงชายฝั่งมาตั้งแต่ดั้งเดิม และยังเป็นจุดขนถ่ายสินค้าทางเรือที่สำคัญ ประกอบกับประชากรส่วนใหญ่มีบรรพบุรุษชาวจีนอพยพมากับเรือสำเภา จึงได้ชื่อว่าชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน(องค์การบริหารตำบลแหลมฟ้าผ่า) นอกจากนี้ชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนยังได้รับเลือกเป็นพื้นที่นำร่องของ โครงการศึกษาบูรณาการเชิงพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาภัยพิบัติชายฝั่ง ของสกว. (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย) และยังถือได้ว่าชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนนั้นเต็มไปด้วยกลิ่นอายของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ได้ถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัส (องค์การบริหารตำบลแหลมฟ้าผ่า. 2556) แต่เนื่องจากชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ เป็นชุมชนที่มีขนาดเล็กและยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวพร้อมกับคนในชุมชนไม่ทราบแนวทางในการพัฒนาบริหารจัดการชุมชนทำให้ขาดศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายให้ชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดข้อมูลด้านต่างๆ ขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การมีส่วนร่วมของชุมชนด้านผลประโยชน์ ด้านการตัดสินใจ ด้านการฝึกอบรม การจัดการชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย การศึกษา วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีขอบเขตการศึกษากลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็นกลุ่มประชากรทำการศึกษาเฉพาะผู้นำชุมชนชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่บ้านขุนสมุทรจีน และกลุ่มตัวอย่างได้แก่กลุ่มตัวแทนชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนและนักท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา คือชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน ต.แหลมฟ้าผ่า อ.พระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ปัจจุบันมีชาวบ้านอาศัยอยู่ประมาณ 100 กว่าหลังคาเรือน มีอายุกว่า 300 ปี

บททวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยและคณะได้ทำการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน บริบทของบ้านขุนสมุทรจีน ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้กรอบแนวคิดการวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงความพร้อมของชุมชนในด้านการรองรับการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน ความปลอดภัย การเป็นเจ้าบ้านที่ดี สิ่งอำนวยความสะดวกและเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชน ตามที่สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ (2553 : 20) กล่าวว่าศักยภาพชุมชน หมายถึง ความพร้อมและความสามารถของชุมชนการรวมตัวกันเป็นปึกแผ่น มีศักยภาพในการพึ่งพาตัวเอง และการเรียนรู้ในระดับสูง มีองค์กรในชุมชน กลุ่มผู้นำการเปลี่ยนแปลง และภาคีเครือข่ายการพัฒนาที่เข้มแข็งของชุมชน รวมทั้งมีความสามัคคีเอื้ออาทรอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข การมีส่วนร่วม และธำรงไว้ซึ่งคุณค่าของประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน หรือท้องถิ่น หรือเอกลักษณ์ความเป็นไทยได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของรัชฎาพร เลิศโกคาณนท์, วิเชียร เลิศโกคาณนท์ (2555 : 35) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นว่า พบว่าการพัฒนาศักยภาพชุมชนมีความจำเป็นต้องให้คนในชุมชนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่มีความพร้อมในการในการรับการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนต้องมีส่วนร่วมด้านผล

ประโยชน์ ด้านการให้ความร่วมมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยกำหนดกรอบจากวัตถุประสงค์ซึ่งได้มาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มตัวแทนชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้นำชุมชนจำนวน 1 คน ตัวแทนชุมชน ทำการสุ่มจากจำนวนครัวเรือน 390 ครัวเรือน จำนวน 90 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน ทำการสุ่มโดยสะดวกจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวที่บ้านขุนสมุทรจีน ประมาณปีละ 8,160 คน ที่ค่าระดับความเชื่อมั่น 90 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตที่ต้องการศึกษา โดยนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไปทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ ทำการแก้ไขตามคำแนะนำ และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง(Try out) จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค แล้วทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม จากนั้นนำเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงทั้ง 2 กลุ่ม

ชุดที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยว และ ตัวแทนชุมชน

ชุดที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ตัวแทนชุมชน

ชุดที่ 3 แบบสอบถามแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวและตัวแทนชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยการหาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย ซึ่งมีการกำหนดเกณฑ์การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 42-51 ปี สถานภาพสมรสแล้วและมีระดับการศึกษาระดับ

มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ประกอบ อาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 32-41 ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท

ด้านศักยภาพของชุมชน ความคิดเห็นด้านศักยภาพของชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ จากกลุ่มตัวแทนชุมชน พบว่า

สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ด้านผลประโยชน์ การฝึกอบรมการจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด และกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ส่วนการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ชุมชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านศักยภาพของชุมชน พบว่า ความพร้อมของชุมชน ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับ ปานกลาง สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัย สภาพแวดล้อม การให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก การมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดและกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวและกลุ่มตัวแทนชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน การเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า อยู่ในระดับ มาก

ข้อเสนอแนะ จากนักท่องเที่ยว น่าจะมีร้านค้าสวัสดิการมากกว่านี้ การเข้าถึงยาก ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง อยากให้เน้นเรื่อง

การรักษาความสะอาด ควรมีการจัดการขยะและการ
บำบัดของเสียที่ดีกว่านี้

อภิปรายผล

ศักยภาพของชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนอยู่ในระดับ มาก ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ กันทิมา จินโต (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพของชุมชนย่านคลองดำเนินสะดวกในการจัดการการท่องเที่ยว แบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) พบว่า ศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จ. สมุทรปราการมีศักยภาพของชุมชนมากกว่า มีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทางชุมชนได้จัดไว้ให้อาทิ การปลูกป่าชายเลน การเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ เป็นต้น โดยกิจกรรมที่ทางชุมชนได้จัดไว้นั้นเป็นกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับภายในชุมชนมีการจัดการระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวย มีความสงบร่มเย็น โดยเฉพาะส่งผลต่อการพักผ่อนทำให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายและรับบรรยากาศที่ดี

แนวทางการพัฒนาชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ ปรากฏว่า ทั้งผู้นำและชุมชนมีความคิดเห็นว่า ชุมชนควรจัดหาห้องน้ำ/สุขาเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น หากนักท่องเที่ยวเดินเล่น หรือเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ จะทำให้หาห้องน้ำ/สุขา ได้ยาก ผู้นำชุมชนควรให้คนภายในชุมชนที่มีทักษะในด้านการก่อสร้างจัดหา หรือสร้างห้องน้ำเพิ่มมากขึ้นตามมุมที่พักที่นักท่องเที่ยวนิยมไปนั่งพักผ่อน หรือบริเวณทางออกของเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ชุมชนควรจัดการระบบสาธารณูปโภค เช่น

สัญญาณโทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ตไร้สาย เพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน การมีส่วนร่วมของชุมชน และแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ศักยภาพของชุมชน ด้านความปลอดภัย สภาพแวดล้อม การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกมีศักยภาพมาก การมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการตัดสินใจและการฝึกอบรมจำเป็นต้องมีการให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากกว่าที่เป็นในปัจจุบัน เช่น สำรวจความต้องการฝึกอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นต้น และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะบ้านขุนสมุทรจีนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต แหล่งเรียนรู้ การรักษาสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยรัฐ และชุมชนควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐควรให้การสนับสนุนชุมชนในด้านโครงสร้างสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้าส่องสว่างภายในชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นห้องสุขา

ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวชุมชน การเป็นผู้นำชมชุมชน

ให้ความรู้การจัดการสภาพแวดล้อมเรื่องขยะ
ความสะอาด

บรรณานุกรม

- รัชฎาพร เลิศโกคานนท์, วิเชียร เลิศโกคานนท์. 2555. การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุงให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://ird.stou.ac.th/dbresearch/uploads.pdf>.
- วรรณวิมล ภู่นาค. 2558. ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำ อัมพวา. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://journal.oas.psu.ac.th/index.php/asj/article/view/117>.
- องค์การบริหารตำบลแหลมฟ้าผ่า. 2556. ชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.laemfapha.go.th>.
- สมร แข่งสมุทร. 2560. ข้อมูลพื้นฐานของชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน สัมภาษณ์เมื่อ 2 มกราคม 2560, ผู้สัมภาษณ์ นานา ศรีธรรมศักดิ์
- สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ. 2553. รายงานคณะทำงานสุขภาพของคนไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.hiso.or.th/hiso5/report/tph2010th.php>.

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124
จังหวัดกาญจนบุรี

THE STUDY OF THAI TOURISTS OPINION TOWARDS MALLIKA R.E. 124 KANCHANABURI
PROVINCE

นานา ศรีธรรมศักดิ์ และคณะ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและข้อเสนอแนะที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี ประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 100 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.17) ลักษณะเด่นคือด้านแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.73 และ 4.57) ตามลำดับ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.21) สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.09) การให้บริการกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.99) ความปลอดภัย ($\bar{x}$ = 4.13) การสัญจรภายในเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.25)

คำสำคัญ ความคิดเห็น นักท่องเที่ยว เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124

Abstract

The objectives of this research were to study the opinions of Thai tourist on Cultural tourism in Mallika r.e.124, The population comprises of 100 Thai tourists, amounting totally 400 people. The survey is done using the method of accidental sampling. The information is collected by the questionnaires created by the researchers. The data analyzed with descriptive statistics such as percentage, mean and standard deviation and the use of SPSS program.

The research found that opinions of Thai tourists towards Mallika r.e. 124 were at a good level The outstanding aspects were the tourism attraction and the services of personnel and staff were at an excellent ($\bar{x}$ = 4.73 และ 4.57) in order, the accesses, the facilities, the tourism services, the safety and the internal routing was at a good level ($\bar{x}$ = 4.21 , $\bar{x}$ = 4.09 $\bar{x}$ = 3.99, $\bar{x}$ = 4.13, and $\bar{x}$ = 4.25 in order.

Keywords Opinion Tourism Mallika R.E. 124

² ผศ.ดร.นานา ศรีธรรมศักดิ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม บทบาทที่เด่นชัด บทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจ อาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่หารายได้สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึก

สำหรับนักท่องเที่ยว (ฉันทิช วรรณอนอม, 2552) ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีทั้งทรัพยากรที่เกิดจากธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากมนุษย์ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม เพื่อการศึกษา และเพื่อความสนุกสนาน ซึ่งมีความสำคัญทั้งต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม นอกจากเป็นสร้างรายได้แล้วยังเป็นการเผยแพร่ความรู้ต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่อสารให้คนในยุคปัจจุบันได้ทราบถึงวิถีชีวิตชาวสยามบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยรัชกาลที่ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา

เที่ยวชมประมาณปีละ ๑๒๐,๐๐๐ คน ประกอบกับกระแสละครไทย และงานเกี่ยวกับการแต่งกายไทยย้อนยุค ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมเป็นจำนวนมาก

จากเหตุผลดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่

จะศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 และข้อเสนอแนะให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะการให้บริการการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

บททวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2550) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและการกำหนดศักยภาพหรือคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต
- 2) ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย 4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศระบบนิเวศและสภาพอื่นๆของแหล่งท่องเที่ยว
- 5)ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ข้อจำกัดทางด้านบริการสาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 6) ความมีชื่อ

เสี่ยงในปัจจุบัน ได้แก่ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เกิดชายช่วยบำรุง (2551) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5As ดังต่อไปนี้ 1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ดี เช่น มีถนนคอนกรีตและ ถนนลาดยาง อยู่ในสภาพที่ดี เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่นๆ 2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น 3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว 4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ 5. Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยของ จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา และแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 6AS J. Pelasol (2555) ว่าคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการกับนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย เส้นทางสัญจรในเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 บุคลากร/เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ

ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองมัลลิกาประมาณปีละ 120,000 คน ทำการสุ่มโดยสะดวก ที่ระดับความเชื่อมั่น .10 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 100 ชุด

ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 จ.กาญจนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี ตลอดจนข้อเสนอแนะ วิธีดำเนินการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรที่ศึกษา
2. ตัวแปรที่ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตที่ต้องการศึกษา โดยนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไปทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ ทำการแก้ไขตามคำแนะนำ และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง (Try out) จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า

ของครอบครัวแล้วทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม
จากนั้นนำเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล
จากแบบสอบถาม

2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาแนวคิด
ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของนัก
ท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัด
กาญจนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามใช้
โปรแกรมสำเร็จรูปโดยการหาค่าร้อยละ ค่าความถี่
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย ซึ่งมีการกำหนด
เกณฑ์การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงร้อยละ 58 อายุ
ระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี
เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีเงินเดือนอยู่
ระหว่าง 10,000-15,000 บาท สำหรับการศึกษาความ
คิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองมัลลิกา
ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน 7 ด้าน พบว่า
ด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.73$) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่อง
เที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$) สิ่งอำนวยความสะดวก
อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$) การให้บริการ
กับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) ความ

ปลอดภัย ($\bar{x} = 4.13$) การคมนาคมภายในเมือง
มัลลิกา ร.ศ. 124 อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$) และ
บุคคลากร/เจ้าหน้าที่ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{x} = 4.57$) ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว ได้แก่ ถัง
ขยะ ควรให้มีถังขยะมากกว่านี้ อาจจะทำเป็นถังหรือ
ตะกร้ามีฝาปิด เพื่อคงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวกเท่าที่
ควรในการเข้าถึง ควรมีรถประจำทาง และเพิ่ม
กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัด กาญจนบุรี จากการ
วิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ
(2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่
มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโส
ธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมสูงที่สุด
เช่นเดียวกันเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความ
สนใจไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองมัลลิกา ร.ศ.
124 มีวัตถุประสงค์ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม ความ
เป็นอยู่ วิถีชีวิตของคนยุคสมัย ร.ศ. 124 ซึ่งตรงกับสมัย
ของ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว
(รัชกาลที่ 5) และสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยว
กับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 6AS
J. Pelasol (2555) ว่าคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว
เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่อง
เที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณา พบว่า นัก
ท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยว
เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับ
มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศยามล ศรีศักดิ์
สมบัติ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่อง
เที่ยวชาวไทยต่อการเป็นเมืองนำท่องเที่ยวของจังหวัด

สมุทรสาคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นแหล่งท่องเที่ยวเปิดใหม่ มีความสวยงามและมีความคงเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาด ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2548) กล่าวว่าการเข้าถึงพื้นที่สามารถเข้าถึงได้โดยมีปัจจัยการคมนาคมที่สะดวก ก็จะมีนักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปท่องเที่ยวมากแต่ถ้าแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นลดความสำคัญลง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงนุช รุจิรังสีมันต์กุล (2549) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา – เขาวง พบว่าเจ้าหน้าที่มีการบริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภายในเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 มีความเพียงพอของที่จอดรถ มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก และมีห้องสุขาที่ถูกสุขลักษณะจึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกและเกิดความประทับใจ ด้านการให้บริการกับนักท่องเที่ยว เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก

สอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต สัจฉกร (2550 : 45) กล่าวว่า การให้บริการการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บริการต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ ได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็จะเกิดความรู้สึกทันที ด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งออสเตรเลีย (2554 : 25) กล่าวว่า ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากการหลงทางภายในแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศยามล ศรีศักดิ์สมบัติ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้วยด้านบุคลากรในระดับมากที่สุดทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 นั้นมีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). มาตรฐานคุณภาพแหล่งการท่องเที่ยว, ออสเตรเลีย : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา. ปัญหาพิเศษ (รป.ม.) มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพฯ: สามลดา.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- นงนุช รุจิรังสีมันต์กุล. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว : ศึกษากรณี อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา - เขาวง. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 286. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศยามล ศรีศักดิ์สมบัติ. (2555). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเป็นเมืองนำท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสาคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมิต สัชฌกร. (2550). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ (Excellence service). (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สายธาร.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย FACTORS AFFECTING THE RATTANAKOSIN EXHIBITION HALL TOURISM OF THAI TOURISTS

นานา ศรีธรรมศักดิ์ รัตติรัตน์ เขียวมีส่วน
อัจฉรา สาลี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเยี่ยมชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ จำนวน 400 คน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ผลการวิจัยพบว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท และผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดแสดงและสภาพแวดล้อมของห้องจัดแสดงมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชม ($\bar{X} = 4.25$) และด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความปลอดภัย การจัดแสดงข้อมูลและสภาพแวดล้อม การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ ปัจจัย การท่องเที่ยว นิทรรศน์รัตนโกสินทร์

Abstract

The purpose of this research has been to study the factors that affect the Rattanakosin Exhibition Hall Tourism of Thai Tourists and the factors that affect of visiting Rattanakosin Exhibition Hall Tourism. The target group is 400 tourists who visited Rattanakosin Exhibition Hall. This research is the quantitative data collection methods, rely on accidental sampling, and questionnaires are used to collect perception data from people. The data analysis done by finding the percentage average, standard deviation and the value of the frequency. According to the research has found that the characteristics of the sample are female, rather than male,

aged between 21-30 years as a student, which is undergraduate education, and most tourists earn less than 15,000 baht. Moreover, the research found that the factors that affect the Rattanakosin Exhibition Hall Tourism of Thai Tourists and overall, it is at a high level. Further, the factors that affect the Rattanakosin Exhibition Hall Tourism of Thai Tourists in terms of exhibition and the environment of the exhibit room is important at the highest level ($\bar{X} = 4.61$). The next is the staff services factor ($\bar{X} = 4.34$), entrance fee factor ($\bar{X} = 4.25$), and safety factor ($\bar{X} = 4.20$), and there is an overall average very level, respectively. In this study, the factors that affect of visiting Rattanakosin Exhibition Hall Tourism of Thai tourists are the different gender, age, occupation, and education related with the factor not different, but different income related with the entrance fee factor at the statistical significant at the 0.05 level.

Keywords: Factor, Tourists, Rattanakosin Exhibition Hall Tourism

บทนำ

ในปัจจุบันการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์มีเอกสารอ้างอิงและหนังสือที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์บันทึกไว้มากมาย เช่น พงศาวดารหรือจดหมายเหตุต่างๆ รวมไปถึงการสอดแทรกอยู่ในบทเรียน ส่งผลให้เกิดความต้องการในการศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติม หรือการศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยเป็นการศึกษาเพิ่มเติมนอกเวลาที่ไม่นอกจากจะได้ความรู้ ยังเป็นการส่งเสริมความเข้าใจในประวัติศาสตร์ของบรรพบุรุษในชาติอีกเช่นกัน ขณะนี้พิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่ที่นอกจากจะส่งเสริมการเรียนรู้แล้วนั้น ยังเป็นสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการจะพักผ่อนด้วยการชื่นชมความเป็นมาของประวัติศาสตร์ ให้เข้ามาเยี่ยมชมได้เป็นจำนวนมาก เครื่องมือที่สำคัญในการถ่ายทอดความรู้สู่สังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือการถ่ายทอดผ่านช่องทางที่มีลักษณะถาวร คือ พิพิธภัณฑ์, อุทยานการเรียนรู้, ศูนย์การเรียนรู้ หรือสถานที่จัดแสดง ซึ่งประชาชนสามารถศึกษาเรียนรู้ได้ง่ายและไม่จำกัดเงื่อนไข (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2548:2) พิพิธภัณฑ์ เป็นสถาบันที่จัดตั้งขึ้นโดยไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อให้บริการแก่สังคมโดยเป็นสถานที่ที่รวบรวม สงวนรักษา และจัด

แสดงวัตถุเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดี และการศึกษาด้านสังคมต่างๆโดยมีจุดประสงค์ที่จะให้มนุษย์แต่ละเผ่าพันธุ์ได้เข้าใจในวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่มีความงดงามและเป็นประโยชน์ต่อสังคม นิทรรศน์รัตนโกสินทร์เป็นแหล่งรวบรวมประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรมในสมัยรัตนโกสินทร์ ที่เป็นราชธานีลำดับที่สี่ของประเทศไทย เป็นรูปแบบของพิพิธภัณฑ์สถานแบบพิเศษ(Specialized Museum) ที่จัดแสดงเรื่องราวของประวัติศาสตร์ด้วยเทคโนโลยีทันสมัย แบบ 4 มิติ มีสื่อมัลติมีเดียและมัลติมีเดียอะนิเมชัน สร้างความน่าสนใจในการเยี่ยมชม โดยในห้องจัดแสดงเป็นการจัดแสดงเพื่อเป็นคลังความรู้ทางประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรมในสมัยรัตนโกสินทร์ตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ในบริเวณอาคารนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ มีจุดชมทัศนียภาพในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ เนื่องจากนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ตั้งอยู่ในบริเวณสะพานผ่านฟ้าลีลาศ จนถึงบริเวณลานพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ ซึ่งเปรียบได้กับเป็นประตูสู่กรุงรัตนโกสินทร์ นอกจากนั้นในการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม ก็มีห้องสมุดทางประวัติศาสตร์ที่รวบรวมหนังสือและสื่อการเรียนรู้ที่

เหมาะอย่างยิ่งสำหรับผู้สนใจ (สุจารีย์ จรัสดวง (2552:11) ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อประโยชน์ต่อการให้บริการของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันที่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปจัดการให้บริการของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านด้านการจัดแสดงและสภาพแวดล้อมของห้องจัดแสดง การให้บริการ ค่าใช้จ่ายในการเข้าชม และความปลอดภัย

ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมรัตนโกสินทร์

ขอบเขตด้านพื้นที่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ ถนนราชดำเนินกลาง กรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งศิลป

วัฒนธรรม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ สถานที่ทางการเมือง เขตพื้นเมือง เป็นต้น ปัจจัยทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเกี่ยวกับ การดำรงชีวิตประจำวัน พฤติกรรมการซื้อ ประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทในครอบครัวปัจจัยส่วนบุคคลศึกษาเกี่ยวกับ วงจรชีวิตครอบครัว ทัศนคติและบุคลิกลักษณะ (ปราโมชน์ รอดคำรัส, 2560 : 24) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชย์ ทูหมัด (2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการพิพิธภัณฑ์ ภูมิปัญญาไทยผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการรับบริการพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยโดยรวม ในระดับมาก และ ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์จังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับพิพิธภัณฑ์สถาบันการที่ให้บริการแก่สังคมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม (กรมศิลปากร, 2553 : 43) ทำหน้าที่อนุรักษ์ ค้นคว้าวิจัย เผยแพร่ความรู้ และจัดแสดงมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม (กรมศิลปากร, 2010 : 36) รวมถึงการจัดแสดงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของมนุษย์ เช่น ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ นิเวศวิทยา เป็นต้น พิพิธภัณฑ์มีหน้าที่สำคัญ 8 ประการ ทั้งที่เป็นเบื้องหน้าและเบื้องหลัง ดังที่ จิรา จงกล (2532 : 33-45) กล่าวไว้ ดังนี้ 1. การรวบรวมวัตถุ (Collecting) 2. หน้าที่ตรวจสอบ 3. การทำบันทึกหลักฐาน (Recording) 4. หน้าที่ซ่อมสงวนรักษาวัตถุ (Conservation and preservation) 5. หน้าที่รักษาความปลอดภัย (Museum Security) 6. การจัดแสดง (Exhibition) 7. หน้าที่ให้การศึกษา (Museum Education) และ 8. หน้าที่ทางสังคม (Social Function)

นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ตั้งอยู่บริเวณเดียวกับ

วัดราชนัคดาราม ถนนราชดำเนินเป็นสถานที่จัดแสดงนิทรรศการถาวรเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกรุงรัตนโกสินทร์ โดยอยู่ในความดูแลของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ตัวอาคารเป็นงานสถาปัตยกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์กรุงเทพมหานคร นับตั้งแต่มีพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ให้ตัดถนนราชดำเนินจากพระราชวังดุสิตไปยังพระบรมมหาราชวัง โดยจัดวางรูปแบบตามลักษณะของ Champs Elysees (ถนนไปยังประตูชัย) ในประเทศฝรั่งเศส นิทรรศน์รัตนโกสินทร์” ได้นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ แห่งยุครัตนโกสินทร์ ผ่านห้องจัดแสดง ซึ่งตั้งชื่อไว้อย่างคล้องจองกัน ทั้งหมด 9 ห้อง รวมกันหมายถึง “อัญมณี แห่งมหานคร” ดังนี้ 1. รัตนโกสินทร์ เรื่องโรจน์ 2. เกียรติยศแผ่นดินสยาม 3. เรื่องนามมหรสพศิลป์ 4. ลือระบิลพระราชพิธี 5. สง่าศรีสถาปัตยกรรม 6. ตึ่มด้าย่านชุมชน 7. เยี่ยมยลถิ่นกรุง 8. เรื่องรุ่งโรจน์ไทย 9. ดวงใจปวงประชา โดยแบ่งเส้นทางการเข้าชมเป็น 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางที่ 1 รับชม 7 ห้องจัดแสดงแรก ใช้เวลาเข้าชม 1 ชั่วโมง 45 นาที เส้นทางที่ 2 รับชม 2 ห้องจัดแสดงล่าสุด ใช้เวลาในการชม 2 ชั่วโมง เส้นทางที่ 3 รูปแบบการเข้าชมที่ 3 : รับชม 9 ห้องจัดแสดง ใช้เวลาในการชม 4 ชั่วโมง จัดเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยและทำให้ผู้เข้าชมเข้าใจเรื่องราวของรัตนโกสินทร์ได้เป็นอย่างดี

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ คณะผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) สำหรับข้อมูลด้านประชากร ศาสตร์ และ

แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) สำหรับสอบถามข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวที่นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ในการพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพและรายได้ต่อเดือน คำถามส่วนนี้จะใช้มาตรวัดระดับบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวที่นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คำถามส่วนนี้จะใช้มาตรวัดระดับบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ ปราโมชน์ รอดดำรงและ สุจารีย์ จรัสดวง มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่มีต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ นำแบบสอบถามที่เก็บได้ไปตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 69) อายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 45) เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 34) ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 13) มีศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59) ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 45)

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวที่

ทรรศนัรรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมนิทรรศนัรรัตนโกสินทร์ให้ ความสำคัญด้านการจัดแสดงและสภาพแวดล้อมของ ห้องจัดแสดงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลง มาคือ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชม ($\bar{X} = 4.25$) และด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ความ สัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่ส่งผล ต่อการท่องเที่ยวทรรศนัรรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความ ปลอดภัย การจัดแสดงข้อมูลและสภาพแวดล้อม การ ให้บริการของเจ้าหน้าที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตก ต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการ เข้าชมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะควรมีการปรับลดเวลาในการเข้า ชมตามเส้นทางทั้งสองเส้นทาง เจ้าหน้าที่ที่ทำการ บรรยายประจำจุดควรบรรยายให้ช้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวทำความเข้าใจมากขึ้น ต้องการให้มีการจัดแสดง นิทรรศการเคลื่อนที่เกี่ยวกับรัตนโกสินทร์ที่ต่างจังหวัด เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่อยู่ต่างจังหวัดได้ศึกษา เรียนรู้ สำหรับเนื้อหาส่วนที่เป็นรัตนโกสินทร์ใน ปัจจุบันควรมีการปรับเนื้อหาเพื่อให้เข้ากับเหตุการณ์ ปัจจุบัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่อง เที่ยวทรรศนัรรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ผลการวิจัยและการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยด้านความปลอดภัยคือความปลอดภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เพราะนิทรรศนัรรัตนโกสินทร์คำนึงถึงความปลอดภัยในเรื่อง ของพื้นที่ของอาคาร การจัดเส้นทางสัญจรภายในอาคาร

นิทรรศนัรรัตนโกสินทร์ และสภาพแวดล้อม ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของปราโมชน์ รอดดำรง (2560 : 81) กล่าวว่าความปลอดภัยเป็นองค์ประกอบสำคัญ ของการท่องเที่ยวเพราะมีผลโดยตรงต่อความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งการ ให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวควรกระทำใน ลักษณะของการ “ป้องกัน” สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความ ปลอดภัยถือเป็นแรงจูงใจให้คนมาท่องเที่ยว เป็นที่ ทราบกันว่า ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวปี ละ 2.75 ล้านล้านบาทจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ที่เดินทางเข้ามาและจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวคือความปลอดภัย ในการเดินทาง ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ต้องให้ ความสำคัญต่อสิ่งนี้ ไม่ควรมองข้ามเรื่องความ ปลอดภัย และการป้องกันอุบัติเหตุ ซึ่งจะส่งผลให้นัก ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในชีวิตต่อการเดินทาง จึง ต้องมีการเตรียมความพร้อม การพัฒนาและการ จัดการทางด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่อง เที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ที่เป็นหนึ่งในเป้าประสงค์ที่ควรจะมีการจัดการเพื่อ ให้การท่องเที่ยวมีคุณภาพและปลอดภัยได้มาตรฐาน ระดับสากล โดยการสนับสนุนและกำหนดมาตรการ สร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยในเส้น ทางการเดินทางบนท้องถนน ความปลอดภัยในการ เดินทางนั้นเป็นการเดินทางด้วยความปลอดภัยทั้งทาง ร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สินที่เป็นของตนเอง ของบุคคล อื่นและของส่วนรวม ปราศจากอันตรายหรืออุบัติเหตุ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ, 2554) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัชฌิมา อุดมศิลป์ (2559 : 250) พบว่า สภาพการณ์ ทางด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ในภูมิภาคตะวันตกควรมีการจัดการเพื่อสร้างความ เชื่อมั่นต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ การจัดการความปลอดภัยด้านการเดิน

ทางท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก

ปัจจัยด้านการจัดแสดงและสภาพแวดล้อมภายในอาคารนิทรรศน์รัตนโกสินทร์มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นที่ทราบกันว่า นิทรรศน์รัตนโกสินทร์เป็นศูนย์กลางเรียนรู้ ข้อมูล และแหล่งรวบรวมความรู้ทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ของยุคกรุงรัตนโกสินทร์ ที่สมบูรณ์แบบที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่บนถนนราชดำเนินอีกด้วย ดังนั้นการจัดการแสดงและการจัดการสภาพแวดล้อมได้คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสร้างอาคารนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ การจัดการแสดงต้องมีการวางแผน และออกแบบที่สร้างความสนใจให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการดู การฟัง การสังเกต การจับต้องและการทดลองด้วยสื่อที่หลากหลาย เช่น รูปภาพของจริง หุ่นจำลอง ป้ายนิเทศ และกิจกรรม ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำสื่อต่าง ๆ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ได้ใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยและความพร้อมของสื่อเหล่านั้นสำหรับการศึกษาและเรียนรู้ อีกทั้งห้องการจัดแสดงมีการเรียงลำดับความเป็นมาและเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมในยุครัตนโกสินทร์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดี และสภาพแวดล้อมของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรมอาคาร การวางผังการจัดแสดงภายในอาคาร และการจัดวางผังของอาคารที่วางอาคารขนานตามแนวถนนให้รูปอาคารสอดคล้องกันตลอดแนวและวางตัวอาคารให้สัมพันธ์กับทิศทางแดด - ลม เพื่อให้สามารถรับลมธรรมชาติได้ดี การออกแบบอาคารมีลักษณะเดียวกับลักษณะอาคารพื้นฐานของอาคารตลอดแนวถนนราชดำเนินกลาง ทางเข้า-ออกของอาคารจะอยู่ตรงกลางเพื่อให้เกิดความสมดุลของอาคาร เพราะสภาพแวดล้อมที่ดีสามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงาน

วิจัยของปราโมทย์ เลิศจิตรการณ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์จังหวัดลพบุรี ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ดังที่ ปราโมทย์ รอดคำรัส (2560 : 40) กล่าวไว้ว่า บริการเป็นการกระทำเพื่อส่งมอบบริการให้ผู้รับบริการทันที ผู้รับบริการจะสัมผัสหรือได้ใช้บริการนั้นในเวลาเดียวกัน บริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสไม่ได้ ตรวจสอบยากและไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ แต่สามารถรู้สึกได้

ด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชม เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชม ราคาที่ถูกตั้งขึ้นจะต้องเป็นแรงจูงใจที่ต้องการจะอุปถัมภ์ ตามที่ ปราโมทย์ รอดคำรัส (2560 : 73) กล่าวไว้ว่า ผู้ซื้อยินดีที่จะจ่ายค่าสินค้าในราคาที่สมเหตุผล การตั้งราคาจึงต้องทำอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ราคาที่ถูกกำหนดอย่างสมเหตุผลจะทำให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อใจและไม่มีความรู้สึกว่าถูกเอารัดเอาเปรียบ

ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน ($X^2 = 0.060$) ซึ่งนักท่องเที่ยวทุกคนคำนึงถึงความปลอดภัยในการเข้าชมเช่นเดียวกัน และนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ได้จัดการระบบรักษาความปลอดภัยมีทั้งกล้องวงจรปิดและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตรวจตราสอดส่องอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังมีการรักษาความปลอดภัยในบริเวณที่จอดรถ ซึ่งตั้งอยู่ด้านนอก

ตัวอาคาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรศักดิ์ สวัสดิ์แพทย์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานครด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก

เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการจัดแสดงและสภาพแวดล้อมไม่แตกต่างกัน ($X^2 = 0.080$) เพราะการจัดแสดงถูกแบ่งออกเป็น 2 เส้นทางให้นักท่องเที่ยวเลือกชมตามอัธยาศัย หรือตามเวลาที่เหมาะสม หากนักท่องเที่ยวมีเวลามากพอสามารถรับชมได้ทั้ง 2 เส้นทาง แต่ละเส้นทางมีการใช้เทคโนโลยีหรือสื่ออื่น ที่สามารถกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจและการเรียนรู้ สอดคล้องกับ ชลิตา เณลิรักชาติ (2560 : ก) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติ แรงจูงใจในการมาเยี่ยมชมวัดร่องขุน จังหวัดเชียงรายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแตกต่างกัน ($X^2 = 0.001$) อัตราการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์มี 2 แบบ คือ เสียค่าเข้าชม และเข้าชมฟรี ซึ่งค่าเข้าชมสำหรับผู้ใหญ่และชาวต่างประเทศคนละ 100 บาท เข้าชมฟรีมีความหลากหลายช่องทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา หากมีบัตรนักศึกษาสามารถเข้าชมฟรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ นานา ศรีธรรมศักดิ์ (2560 : 10) นักท่องเที่ยวที่

มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน 3 ด้าน คือ บุคคลที่เดินทางมาด้วย ระยะเวลาอยู่ที่ตลาดน้ำ และการเลือกซื้อสินค้า

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคณะผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย และหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ และปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ว่า ปัจจัยด้านการจัดแสดงและสภาพแวดล้อมของห้องจัดแสดง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชม และด้านความปลอดภัย มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ สำหรับผลการศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความปลอดภัย การจัดแสดงข้อมูลและสภาพแวดล้อม การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บรรณานุกรม

- กรมศิลปากร. (2559). **ความหมายสากลของพิพิธภัณฑ์**. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2559 จาก <http://www.finearts.go.th/inburimuseum>.
- กองจดหมายเหตุแห่งชาติ. (2525). **จดหมายเหตุการอนุรักษ์กรุงรัตนโกสินทร์**. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2548). กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- จิรา จงกล. (2532). **พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้ง.
- นานา ศรีธรรมศักดิ์. (2561). **การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน**. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน หน้า 27-35.
- ปราโมชน์ รอดดำรงส. (2560). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์รามคำแหง.
- ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ. (2550). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์**. จังหวัดลพบุรี ปริญญาโทปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- มัชฌิมา อุดมศิลป์ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2559). **การจัดการความปลอดภัยด้านการเดินทางท่องเที่ยวทางบกด้วยรถยนต์และรถสาธารณะในภูมิภาคตะวันตก: ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียน**. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 กันยายน- ธันวาคม 2559.
- วชิรศักดิ์ สวัสดิ์แพทย์ และคณะ (2552). **ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2559, จาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc/>.
- สุจารีย์ จรัสด้วง. (2552). **การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรัชย์ หุหมัด. (2556). **ความพึงพอใจของผู้รับบริการพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย**. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2559, จาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc/>.

พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดเชียงใหม่ THE STUDY OF CONSUMPTION BEHAVIOR OF THAI DESSERT FOR THAI TOURIST IN CHIANG MAI

ณัฐธิดา คำแปง, ฐิติญาณ์ ตาตะ และ ศินิทธา มุลทา และชุกเกียรติ ศิริวงศ์
Natthida khampang, Titikarn tatae and Sinitra Multha and Chukiat Siri Wong

หลักสูตรการท่องเที่ยวและบริการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้รูปแบบศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 15 –25 ปี มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา, ฟรีแลนซ์ ฯลฯ มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ประเภทของขนมไทยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อ คือ ขนมไทยประเภทต้ม ได้แก่ บัวลอย ส่วนใหญ่เลือกซื้อขนมไทยจากตลาดนัด และตลาดสด มีความถี่ในการซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มีค่าใช้จ่าย 50 –100 บาท มีจุดประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง มีวิธีการซื้อขนมไทยที่ร้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อขนมไทยของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ขนมไทยมีรสชาติอร่อย บุคคลที่มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อขนมไทยส่วนใหญ่คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ส่วนความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภค, ขนมไทย, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This research aim to explore 1) consumption behavior of Thai dessert for Thai tourist In Chiang Mai 2) the marketing factors affecting Thai consumers' decision to buy Thai Desserts. In Chiang Mai. Use the Quantitative Study and The questionnaire was used to collect data from 400 Thai tourists in Chiang Mai. The results showed that; Most of the consumers are females between 15-25 years old. The consumers are single. There are live in Northern and graduated in bachelor's degree. Most of consumer work as Student, freelance, etc. The consumers earn income less than 10,000 baht. Most of the consumers like buying Thai Desserts as being boiled is Bualoy. Most of them like buying Thai Dessert from market places or fresh markets. Buying

Thai Desserts for 2-3 times a week. The average expense is 50 – 100 Baht. The purpose is for own consumption. Buy Thai Dessert at shop. The factors affecting the decision to buy Thai Desserts of tourists are. Thai Desserts are delicious. Decided to buy Thai desserts by themselves. The 4 p's marketing mix is the product, the price, marketing places, promotion. The opinions were at a high level.

Keyword: Consumption Behavior, Thai Desserts, Marketing Mix.

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานที่สร้างความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความสวยงามทางด้านประเพณี และวัฒนธรรมล้านนา และมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายประเภท จึงเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการจัดอันดับเมืองน่าท่องเที่ยวมากที่สุดในโลกจากนิตยสาร ทราเวล แอนด์ เลเซอร์ (สหรัฐอเมริกา) ในปี 2559 ได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับที่ 1 ของเอเชีย และอันดับที่ 2 ของโลก (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2559) สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดพระธาตุดอยคำหลวง อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีและถนนคนเดินท่าแพ (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เชียงใหม่, 2559) จากสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในปีพ.ศ. 2556 มีจำนวน 4,747,887 คน ในปีพ.ศ.2557 มีจำนวน 6,064,117 คน ในปีพ.ศ.2558 มีจำนวน 6,451,283 คน และในปีพ.ศ.2559 มีจำนวน 6,721,819 คน (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2559) ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา และขยายตัวร้อยละ 4.2 (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2559)

จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอาหารขยายตัวมากขึ้น จะเห็นได้จากในปี พ.ศ.2558 นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในธุรกิจอาหารจำนวน 610.86 บาท ต่อคนและในปี พ.ศ.2559 นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในธุรกิจอาหารจำนวน 627.52 บาท ต่อคน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2559) ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ เพราะอาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญควบคู่กับการดำรงชีพของมนุษย์ เพราะฉะนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องรับประทานอาหารตลอดการเดินทางด้วยเช่นกัน จึงเพิ่มโอกาสของธุรกิจร้านอาหารเพราะมีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว (บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน, 2546: ออนไลน์) ขนมไทยมีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทย คือมีความละเอียดอ่อนประณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบวิธีการทำที่พิถีพิถันรสชาติอร่อย หอมหวาน สีสันสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน ตลอดจนกรรมวิธีการรับประทานที่ประณีตบรรจงของขนมแต่ละชนิดที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของขนม ขนมไทยมีบทบาทในชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยที่สำคัญเพราะนอกจากที่จะใช้รับประทานในชีวิตประจำวันแล้วยังนิยมใช้ในการทำบุญถวายพระซึ่งเข้าไปเกี่ยวพันถึงเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาลงานบุญต่างๆ (วิชาญ ชูชะโก, 2551) จังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้ามาท่องเที่ยวและมีนักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ เป็นจำนวนมากเฉลี่ย 2,902,139 คน และสร้างรายได้ให้

กับจังหวัดเป็นจำนวน 33,920 ล้านบาท (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2559) ซึ่งนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันธุรกิจขนมไทยในจังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจขนมไทยที่มีชื่อเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ร้านเรือนไม้ ร้านขนมบ้านอาจารย์ ร้านบ้านขวัญ ร้านผิงน้อยเบเกอรี่ ร้านหวานละมุน ขนมไทยเทพศิรินทร์ ขนมไทยคุณยาย ขนมไทยแม่แปง ขนมไทยนัฏฐิตา ขนมไทยปันพลอย ขนมไทยกาหลง ขนมไทยเพียงใจ และขนมไทยรายอื่นๆ ได้แก่ ขนมไทยที่ไม่มีตราชั่วห่อ และผู้ประกอบการที่ผลิตและขายขนมไทยในตลาดสดและรถเข็น ทั้งขายปลีกและขายส่ง (โยธี โยธาวงค์, 2548) แต่ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และขนมขบเคี้ยวยี่ห้อต่างๆ ที่มาจากต่างประเทศกำลังได้รับความนิยม จึงถือว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และขนมขบเคี้ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจจะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลที่ศึกษาไปปรับปรุงพัฒนาและเสริมสร้างให้ขนมไทยมีเอกลักษณ์ และมีความทันสมัยตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้อยู่คงอยู่ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคนมไทย
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกบริโภคนมไทยของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

เจตจันทร์ มณีบังเกิด (2552) กล่าวถึงขนม

ไทยสามารถจำแนกได้หลายประเภทโดย มีรายละเอียดดังนี้ประเภทขนมไทยตามกรรมวิธีในการปรุง ซึ่งแบ่งเป็น 7 ประเภทดังนี้ประเภทต้มเชื่อมลวก เช่น กล้วยบวตชี มันเชื่อม ทับทิมกรอบ ลอดช่อง ประเภทนี้ เช่น ปุยฝ้าย ขนมน้ำตาลดอกไม้ขนมสอดไส้ ขนมถ้วย ขนมชั้น ประเภทกวน เช่น กล้วยกวน ถั่วกวน กาละแม่อำปวนนี้ ข้าวฟ่าง ข้าวตอก ประเภททอดหรือฉาบ เช่น กล้วยทอด มันฉาบ ครอบแครงกรอบ ข้าวเม้ามีประเภทอบหรือผิงเช่น หม้อแกง บ้าปุ้น กลีบลำดวน ขนมผิง ขนมหน้านวล ประเภทปิ้งย่างจี เช่น ขนมจากทองม้วนแป้งจี ข้าวเหนียวปิ้ง ประเภทใช้เทคนิคพิเศษ เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง จ่ามงกุฏ เส้นθή จันท์ร้ เม็ดขนุน ขนมเบื้องไทย

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค สุธาพร กุณทลบุตร (2552) แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ของกิลเบิร์ต (The Concept of Consumer Behavior By Gilbert D. Harrell) โดยกิลเบิร์ตให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึงการกระทำและกระบวนการตัดสินใจของคนแต่ละคนในการที่จะค้นหาประเมินจัดหาและใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆและได้มุ่งเน้นกับการให้ความสำคัญหรือเกี่ยวข้อง (Involvement) ของผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หมายถึงการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าชนิดใดใดในแต่ละครั้งอาจไม่เท่ากันบางครั้งอาจไม่ได้สนใจ ยี่ห้อเรียกว่าการเกี่ยวข้องต่ำ (Low Involvement) บางครั้งใช้เวลาในการเก็บข้อมูลหาความรู้และรายละเอียดต่างๆก่อนตัดสินใจซื้อเรียกว่าเกี่ยวข้องสูง (High Involvement) สรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคดังนี้การซื้อสินค้าที่ต้องใช้ความเกี่ยวข้องต่ำ (Low Involvement) ได้แก่การซื้อสินค้าประจำวันไม่มีราคาสูงไม่มีผลทางสุขภาพมากนักและไม่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้สามารถตัดสินใจได้ง่ายไม่ต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากนักการซื้อสินค้าที่ต้องใช้ความเกี่ยวข้องสูง (High Involvement) ได้แก่การซื้อสินค้าที่มีผลกับสุขภาพ

สูงมีราคาแพงมีความสำคัญหรือเป็นสินค้าขึ้นใหญ่หรือมีเทคโนโลยีสูงผู้ซื้อต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบตั้งใจหาข้อมูลมาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เดชา เอกอุดมพงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยพื้นเมืองของประชาชนในจังหวัดพังงา” ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยพื้นเมืองของประชาชนในจังหวัดพังงาและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยพื้นเมืองของประชาชนในจังหวัดพังงากับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในจังหวัดพังงาจำนวน 400 คนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในระหว่างวันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงวันที่ 30 เดือนพฤศจิกายน 2551 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาแจกแจงความถี่เป็นร้อยละและChi-square การศึกษาครั้งนี้พบว่า ชนมไทยพื้นเมืองเป็นสินค้าที่ระลึกอย่างหนึ่งที่สามารถผลิตจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมธรรมชาติในจังหวัดพังงา หรือผ่านมาเพื่อไปท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด คุณภาพของสินค้า เป็นสิ่งที่จะช่วยให้ชนมไทยพื้นเมืองสามารถก้าวสู่ตลาดสากลได้

จาริณี อิศรางกูรณอยุธยา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยของลูกค้าชาวไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยของลูกค้าชาวไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคชนมไทยและอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คนโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบT-Test และOne-Way ANOVA การศึกษา พบ

ว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านการบริการของร้านชนมไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการบริโภคชนมไทยช่วงเวลาในการซื้อชนมไทย วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อชนมไทย และบุคคลที่มีส่วนร่วมมากที่สุดแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านการบริการของร้านชนมไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานครมาก ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการส่งเสริมและแนะนำบริการด้านบุคลากร/ ผู้ให้บริการด้านสภาพแวดล้อมของการบริการและด้านกระบวนการบริการ อยู่ในระดับมาก

ภูริชากร พุฒินันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยของคนไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตทัศนคติและส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยของคนไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มคนทั่วไปที่มีอายุ16ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวน400คนผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 33 – 40 ปี การศึกษาระดับสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี สถานะภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยที่ 10,001 – 20,000 บาท และจากการทดสอบสมมติฐานในด้านต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทัศนคติต่อชนมไทย และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทยการศึกษาวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงธุรกิจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องตามพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังรวมไปถึงการแสดงออกถึงลักษณะความเป็นไทยในด้านอื่น

ๆ ให้ได้รับรู้กันเป็นวงกว้างเพื่อที่จะได้คงรักษาซึ่งชนมไทยที่มีมาอย่างช้านานให้คนรุ่นหลังๆ หันมาสนใจที่จะสืบทอดนี้ต่อไป ทั้งนี้ผู้ที่สนใจทาวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อนี้ควรศึกษาค้นคว้าอย่างถี่ถ้วน เพื่อให้ได้ทราบถึงข้อมูลในส่วนลึกและ พฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

กรกมล ลีลาธีรภัทร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง“ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมไทยเก่าพื้นเมือง”ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา1) ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมไทยเก่าพื้นเมืองใน7ด้านได้แก่ด้านการผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการบริการด้านบุคลากรและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและ2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมไทยเก่าพื้นเมืองกับข้อมูลคุณลักษณะประชากรศาสตร์การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้การศึกษาแบบสำรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมไทยเก่าพื้นเมืองจำนวน400 คนทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานT-Test F-Test และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีLSD ผลการวิจัยสรุปได้ว่าพบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมไทยเก่าพื้นเมืองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคขนมไทยเก่าพื้นเมืองมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขนมไทยเก่าพื้นเมืองอันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการบริการด้านราคาและอันดับสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการขายตามลำดับ

เจิตจันทร์มูณีบังเกิด (2552) ได้ศึกษาเรื่อง“พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จังหวัดสงขลา”ในการวิจัย

ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคขนมไทย 2) พฤติกรรมการเลือกซื้อและการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภค 3) ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภค 4) ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมไทย 5) ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยและ 6) ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคขนมไทยในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จังหวัดสงขลาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคขนมไทยโดยการสุ่มแบบบังเอิญจำนวน 200 รายวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติไค-สแควร์ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปีมีสถานภาพโสดการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อขนมไทยประเภทบวดน้ำกะทิเชื่อมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบริโภคเองมีความถี่ในการบริโภค 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 33 บาทต่อครั้งโดยนิยมเลือกซื้อขนมไทยจากตลาดนัดหรือตลาดสดผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขนมไทยทางสื่อโทรทัศน์นอกเหนือจากการบริโภคตามปกติผู้บริโภคมีโอกาสในการบริโภคขนมไทยในช่วงเทศกาลต่างๆ ส่วนปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภคในระดับมากถึงมากที่สุดได้แก่รสชาติของขนมไทยสีสันทันที่ได้จากธรรมชาติการไม่ใส่สารกันบูดความสดใหม่ความสะดวกสบายของขนมไทยระดับราคาที่เหมาะสมความสะดวกสบายของสถานที่จำหน่ายความสะอาดในการเดินทางเลือกซื้อและการรักษาระดับคุณภาพโดยเฉพาะเรื่องวัตถุดิบที่นำมาใช้และรสชาติของขนมไทย

ประเสริฐ ปราศรี (2546) ได้ศึกษาเรื่อง“ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร”ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานครโดยพิจารณาจากค่านิยม

ทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคหรือผู้ที่เคยบริโภคขนมไทยดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คนผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคกลุ่มนิยมไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31 - 40 ปีมีสถานภาพโสดมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนผู้บริโภคกลุ่มกึ่งนิยมไทยกึ่งนิยมสมัยใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 41- 50 ปีมีสถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีอาชีพทางานบริษัทเอกชนและผู้บริโภคกลุ่มนิยมสมัยใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีสถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีอาชีพทางานบริษัทเอกชน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 6,721,819 คน การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากรโดยใช้สูตรทาโรยามาเน (Yamane , 1973) จากการแทนค่าในสูตรได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 399.98 ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน

ด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศอายุสถานภาพภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยเช่นประเภทของขนมไทย สถานที่ที่ซื้อความถี่ในการซื้อค่าใช้จ่ายในการซื้อจุดประสงค์ในการซื้อปัจจัยที่มีส่วนต่อการตัดสินใจบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อวิธีการซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 P's คือด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการขาย

ตัวแปรตามได้แก่พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคขนมไทย

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวได้แก่ ชื่อ เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยประเภทของขนมไทยที่ซื้อ สถานที่ที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ จุดประสงค์ในการซื้อ ปัจจัยที่มีส่วนต่อการตัดสินใจซื้อ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อวิธีการซื้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคขนมไทยโดยใช้ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด 4 P's คำถามปัจจัยในการตัดสินใจบริโภคด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นปฐมภูมิ (Primary Data) การจัดทำแบบสอบถามเก็บข้อมูลโดยการสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากตารางต่างๆที่เกี่ยวข้องได้แก่เอกสารทางวิชาการรายงานการวิจัยบทความข้อมูลทางสถิติเอกสารของผู้วิจัยท่านอื่นที่ได้ศึกษาไว้ก่อนแล้วรวมทั้งแนวทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องจากตารางทางวิชาการข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตค้นคว้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) และดำเนินการวิเคราะห์ ข้อมูลดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านประเภทของขนมไทยที่ซื้อสถานที่ที่

ซื้อความถี่ในการซื้อค่าใช้จ่ายในการซื้อจุดประสงค์ในการซื้อปัจจัยที่มีส่วนต่อการตัดสินใจซื้อบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อวิธีการซื้อวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่(Frequency) และร้อยละ(Percentage) ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการบริโภคขนมไทยโดยใช้ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด 4 P's คาถามปัจจัยในการตัดสินใจบริโภคด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 69.8 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 30.2 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-25 ปี ร้อยละ 65.5 มีสถานภาพโสด เป็นร้อยละ 81.8 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 70.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.3 ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา, แคดดี้, พนักงานช่วยเหลือคนไข้, นวดแผนไทย, องค์กรอิสระ, freelance, บาร์ISTA, รับจ้างทั่วไป และแม่บ้าน เป็นร้อยละ 54.0 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 53.5

2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งขนมไทยที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อมากเป็นอันดับที่สุด คือ ขนมไทยประเภทต้ม (บัวลอย, กล้วยบัวชี, ซาหริ่ม) ร้อยละ 26.1 รองลงมาคือ ขนมไทยประเภทหนึ่ง (ข้าวต้มมัด, ขนมชั้น, ขนมใส่ไส้) ร้อยละ 24.6 ขนมไทยประเภทเชื่อม (ฝอยทอง, ทองหยิบ, ทองหยอด) ร้อยละ 24.1 ขนมไทยประเภทปิ้งและอบ (ขนมครก, ขนมหม้อแกง, ขนมเปี๊ยะ) ร้อยละ 24.0 และขนมไทยประเภทกวน (ลูกชุบ, กาละแม, ขนมตะโก้) ร้อยละ 23.4 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

เลือกซื้อขนมไทยที่ตลาดนัด/ตลาดสด จำนวน 256 คน ร้อยละ 64.0 รองลงมาคือ ซื้อขนมไทยที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 44 คน ร้อยละ 11.0 ซื้อที่ร้านค้าทั่วไป ร้อยละ 8.4 ซื้อจากหาบเร่/รถเข็น ร้อยละ 6.8 ซื้อที่ร้านขายของฝาก ร้อยละ 5.0 และซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 4.8 ส่วนใหญ่ซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ซื้อน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 31.8 ซื้อสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 25.8 ซื้อสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง ร้อยละ 6.0 และซื้อทุกวัน ร้อยละ 4.0 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมไทยอยู่ที่ครั้งละ 50-100 บาท ร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 50 บาท ร้อยละ 30.5 มีค่าใช้จ่ายครั้งละ 100-200 บาท ร้อยละ 13.5 มีค่าใช้จ่ายครั้งละ 300 บาทขึ้นไป ร้อยละ 5.2 และมีค่าใช้จ่ายครั้งละ 200-300 บาท ร้อยละ 4.0 ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อรับประทานเอง ร้อยละ 85.2 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของฝาก ร้อยละ 8.8 ซื้อเพื่อนำไปประกอบพิธีทางศาสนา ร้อยละ 2.8 ซื้อเพื่อไปสังสรรค์ในโอกาสพิเศษ ร้อยละ 2.0 และซื้อไปขายต่อ ร้อยละ 1.2 ส่วนใหญ่ซื้อเองที่ร้าน ร้อยละ 95.8 รองลงมาคือ ฝากคนรู้จักซื้อ ร้อยละ 2.2 สั่งซื้อทางโทรศัพท์ ร้อยละ 1.0 และสั่งซื้อทางสื่อออนไลน์ ร้อยละ 1.0 ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยเพราะขนมไทยมีรสชาติอร่อย ร้อยละ 78.5 รองลงมาคือ ซื้อขนมไทยเพราะขนมไทยมีราคาถูก จำนวน 54 คน ร้อยละ 13.5 ซื้อเพราะร้านตั้งอยู่ใกล้ที่พัก/ที่ทำงาน ร้อยละ 2.2 ซื้อเพราะเดินทางสะดวก/มีที่จอดรถ จำนวน 7 คน ร้อยละ 1.8 ซื้อเพราะความสะดวกของสถานที่ ร้อยละ 1.8 ซื้อเพราะพนักงานขายบริการดี ร้อยละ 1.2 และซื้อเพราะมีการลดราคาหรือแจกของแถม ร้อยละ 1.0 ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อขนมไทยด้วยตนเอง ร้อยละ 85.0 รองลงมาคือ สมาชิกในครอบครัวมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 10.8 เพื่อนมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 2.5 พนักงานขายมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 1.5 และอื่นๆ คือ คนที่จะซื้อไปฝาก มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 0.2

อภิปรายผลการศึกษา

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณารายประเด็น สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รสชาติของขนมไทย รองลงมา คือ ความสะอาดและความสดใหม่ ความหลากหลายของประเภทขนม การแสดงวันหมดอายุ สีสนและความสวยงามของขนม เครื่องหมาย อย. ขนมมีคุณค่าทางโภชนาการ ปริมาณ/ขนาดของขนม บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย และร้านค้าหรือตร้ายี่ห้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจิตจันทร์ มุณีบังเกิด (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2) ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณารายประเด็น สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีราคาหลากหลายให้เลือกซื้อ ราคาถูก และมีป้ายราคาชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา คงสุวรรณ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมเบเกอรี่ ร้านเอพริลเบเกอรี่ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

3) ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณารายประเด็น สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมา คือ เดินทางสะดวก/หาซื้อได้ง่าย ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน การจัดร้านมีความน่าสนใจ/ดึงดูดลูกค้า มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ สามารถโทรสั่งซื้อได้ และมีบริการจัดส่งสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจิตจันทร์ มุณีบังเกิด (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณารายประเด็น สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานขายให้บริการและคำแนะนำที่ดี รองลงมา คือ มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ชิม มีการลดราคาและ จัดโปรโมชั่น มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ มีการออกบูธงานแสดงสินค้า มีการทำบัตรลด แลก แจก แถม ให้ลูกค้าประจำ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และมีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา (2559) ได้ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-25 ปี มีสถานภาพโสด มีภูมิลานาอยู่ภาคเหนือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา, แคดดี้, พนักงานช่วยเหลือคนไข้, นวดแผนไทย, องค์กรอิสระ, freelance, บาร์ISTA, รับจ้างทั่วไป และแม่บ้าน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท นักท่องเที่ยวเลือกซื้อเป็นอันดับที่สุด คือ ขนมไทยประเภทต้ม (บัวลอย, กล้วยบัวต๋ม, ซาหริ่ม) รองลงมา คือ ขนมไทยประเภทหนึ่ง (ข้าวต้มมัด, ขนมชั้น, ขนมใส่ไส้) ส่วนใหญ่เลือกซื้อขนมไทยที่ตลาดนัด/ตลาดสด ซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมไทยอยู่ที่ครั้งละ 50-100 บาท ซื้อเพื่อรับประทานเองและไปซื้อเองที่ร้าน ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยเพราะขนมไทยมีรสชาติอร่อย ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อขนมไทยด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะในเรื่องของราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของรสชาติขนมไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ

ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่อง
ของความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย นักท่องเที่ยว
ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่
ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของพนักงานขายที่ให้
บริการและคำแนะนำที่ดี

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ พรหมเสาร์และนันทรา เบญจศิลาธิราช. (2542). *แกะรอยสารรับไทย*. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์วรรณรักษ์.
คอตเลอร์, ฟิลลิป. (2546: 24). *ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)*. [ออนไลน์]. <http://spssthis.blogspot.com>. วันที่สืบค้น 2 สิงหาคม 2561.
- จันทิสา ศิริสุนทร. (2559). *ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เจตจันทร์ มุณิบังเกิด. (2551). *พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ชลธิชา คงสุวรรณ. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมเบเกอรี่ ร้านเอพริลเบเกอรี่ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์:ม.ป.ท.
- ชลลดา มงคลวนิชและรัตนารักษ์ ขาดิงค์. (ม.ป.ป.). *ภาพลักษณ์ขนมไทยในสายตาของเยาวชนไทย*. สืบค้นจาก <http://www.culturalapproach.siam.edu/> วันที่สืบค้น 10 สิงหาคม 2561.
- ชูชัย สมบัติไกร. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ ครั้งที่3). กรุงเทพมหานคร : เอ.อาร์ บีซีเนสเพรส.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช
- ธันวา ศรีกาญจนา. (2551) *การเลือกบริโภคขนมไทยของนักเรียนและนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี.
- บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน, (2546). *ธุรกิจร้านอาหารในไทย*. กรุงเทพฯ
- บุษยพงศ์ มุสิกไชย. (2553). *ทัศนคติที่มีผลต่อการบริโภคขนมไทยของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เบญจลักษณ์ มุสิกชะนะ. (2553). *พฤติกรรมการเลือกซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ:178.
- ประเสริฐ ปราศรี. (2546). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2525) *ความหมายของคำว่าบริโภค*. กรุงเทพฯ
- มณฑิยา ศุภลักษณ์. (2541). *ตำนานขนมไทย*. กรุงเทพฯ : เอส.ที.พี. เวิลด์ มีเดีย.
- โยธี โยธาวงค์. (2549). *พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทของหวานและของขบเคี้ยวของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรพจน์ เกรียงไกรวิช. (2550) *ปัจจัยการบริหารจัดการและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเบียร์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไปมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- วันชัย อิงปัญจลาภ. (2543). *ขนมไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 5. สำนักพิมพ์พิมพ์ลักษณ์ กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิวิศน์ ใจตาบ. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญญาธิษานนท์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์จำกัด*.
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2559). *สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2559). *จำนวนประชากรและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*.
- สิริพร เลิศพรกุลรัตน์. (2542) *พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยจังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้เชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร:ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์*.
- โสภภาพรณ บริรักษ์สรารุธ. (2545). *ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อขนมไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่2)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนสันดินแดง
ตำบลบ้านหลวง อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
THE WOVEN FABRIC PROMOTION TO CULTURAL TOURISM IN SANDINDAENG
COMMUNITY, BANLUANG SUBDISTRICT, CHOMTHONG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

วรัญญา ฐานะ¹ เจนจิรา กันทา² ศิริลักษณ์ แก้วมา³
Waranya Thana¹ Janejira Kantha² Sirilak Kaewma³

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
Corresponding Author: matoi@rmutl.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา คือ 1.เพื่อศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps 2.เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนสันดินแดงสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นแนวทางในการปรับส่วนประสมทางการตลาดให้มีความสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 30 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี/ปวส มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างและมีรายได้ 20,001 บาท ระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากเท่ากันทุกด้าน ส่วนการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนสันดินแดงและได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและเรียนรู้วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอผ่านกระบวนการผลิตผ้าทอ

คำสำคัญ : ผ้าทอชุมชนสันดินแดง การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The objectives of this study were 1) to investigate the needs for woven fabrics of tourists visiting Chom Thong District, Chiang Mai Province by using marketing mix (4Ps), and 2)

to propose the guidelines to promote woven products of San Din Daeng Community towards cultural tourism and to adjust marketing mix (4Ps) to be consistent with tourists' needs.

The population of this study was 400 Thai tourists. A questionnaire was used as a tool to collect data. Data were analyzed by using software package for statistical analysis to determine percentage, frequency, mean, and standard deviation.

The results of this study indicated that most of the respondents were female, between 21 and 30 years, graduated with a bachelor's degree/ high vocational certificate, worked as employee of private company, and earned 20,001 Baht per month. Overall need for woven fabrics of tourists visiting Chom Thong District, Chiang Mai Province was at a high level. When individual aspects were considered, it was found that product, price, place, and promotion were at high level. The promotion of woven products towards cultural tourism should be conducted through public relations to increase tourists' awareness of San Din Daeng Community and participation in tourist activities and learning of the way of life of Karen ethnic groups through the production of woven fabrics.

Keywords: San Din Daeng Community's Woven Fabrics, Product promotion, Cultural tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของโลก ในทุกปีการท่องเที่ยวทั่วโลกจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ ในประเทศไทยนั้นได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมานานกว่า 40 ปี ส่งผลให้ประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก รายได้จากการท่องเที่ยวสูงขึ้นทุกปีและส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสูงขึ้นทั้งยังเป็นตัวช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่น ดังนั้นรัฐบาลจึงพยายามผลักดันนโยบายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและวางกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปธรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งซึ่งเน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมรดกประเพณีที่ สืบทอดต่อกันมาและวัฒนธรรมที่ดึงดูด ความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัย

สำคัญที่ทำให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยว นานาชาติหรือจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว

ผ้าทอพื้นบ้าน ถือเป็นตัวแทนของภูมิปัญญาที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยควบคู่กับความงาม เป็นงานฝีมือเชื่อมโยงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตของคนพื้นบ้านในแต่ละยุคสมัย จนเป็นเอกลักษณ์ของพื้นบ้านตนชุมชนสันติแดง ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนเผ่าปกากะญอที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายมีการพึ่งพาปัจจัยภายนอกน้อย ภายในหมู่บ้านมีการรวมกลุ่มแม่บ้านสืบสาน ภูมิปัญญาด้านการทอผ้า คณะผู้วิจัยมีความสนใจเรื่องผ้าทอของชุมชนสันติแดง จึงลงพื้นที่เพื่อสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผ้าทอ พบว่าทางชุมชนสันติแดงมีแหล่งเรียนรู้เรื่องผ้าทอและสามารถผลิตผ้าทอได้จำนวนมากแต่ไม่มีตลาดในการจำหน่ายที่มั่นคงและเป็นหลักเป็นแหล่งที่แน่ชัด คณะผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์

ปกากะเอยของชุมชนสันติแดง จึงศึกษา การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ชุมชนสันติแดง ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนสันติแดงสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยมและประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ความเข้าใจในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยม ประเพณี ภูมิปัญญา ภาษา การแต่งกาย รวมไปถึงเรื่องราวประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรม และการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้เกิดความดึงดูดใจจนเกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น

ภูมิปัญญา คือ กระบวนการที่เกิดจากการสืบทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนไปปรับปรุงพัฒนาต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และภูมิปัญญาถือเป็นสิ่งสำคัญที่บรรพบุรุษไทยได้สร้างสรรค์ สืบทอดจากอดีตมาสู่ปัจจุบัน ทำให้คนในชาติเกิดความรักและความภาคภูมิใจที่จะร่วมใจสืบสานต่อไปในอนาคต

ผ้าทอในประเทศไทย แสดงถึง ศิลปะภูมิปัญญาของชุมชน สามารถแบ่งประเภทของผ้าทอได้เป็นสองประเภท ตามวัตถุดิบในการทอ และกรรมวิธีในการทอ ลักษณะผ้าทอพื้นเมืองของไทยทุกประเภท ส่วนใหญ่ผลิตขึ้นจากวัตถุดิบที่สำคัญ 2 ชนิด

คือ ฝ้าย และไหม ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการนำเทคนิคพิเศษ ตลอดจนการคิดค้นหาวัตถุดิบใหม่ ๆ มาใช้ในการทอผ้า เช่น เส้นใยวิทยาศาสตร์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการจัดหาและการใช้ดินเงิน ดิ้นทอง เพื่อความงดงามแปลกตา และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ฝ้าย และไหมยังคงจัดได้ว่าเป็นวัตถุดิบหลักที่มีความสำคัญที่สุดที่ถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการทอผ้า

การส่งเสริมการตลาดกับส่วนผสมทางการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมที่สื่อสารกับลูกค้าเพื่อเป็นการแจ้งข่าวสาร กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและตัดสินใจซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด กระบวนการทุกองค์ประกอบล้วนมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบอีกหนึ่งอย่างที่ถือว่าสำคัญเป็นอย่างมาก ที่จะสามารถช่วยให้องค์ประกอบต่าง ๆ ดำเนินการไปได้ คือ การส่งเสริมการตลาด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรชนก กฤษณรุ่งเรือง (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้ผสมเอล-คาร์นิทีน ตรายูนิฟ ไอเฟิร์ม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในส่วนผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านประโยชน์ ผลิตภัณธ์ ด้านคุณภาพ ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ด้านจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง และด้านมูลค่าในการซื้อ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขายความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อด้านความถี่ในการซื้อ

(สัปดาห์ครึ่ง) โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขายความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขายความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อด้านมูลค่าการซื้อ (บาทต่อครั้ง) โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

กรวีร์ พิงพุ่ม (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้าให้ถูกต้อง โดยพิจารณาถึงปฏิกิริยาของคู่แข่ง สถานการณ์แข่งขันทางการกำหนดราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม

นงนภัส เทศธรรม (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ น้ำมันหล่อลื่นรถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การออกแบบรูปทรง ตายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ การรับประกัน ขนาดและรูปร่างการบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จะทำให้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ปาณิสรา สิริเอกศาสตร์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลาเส้นของผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลาเส้นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์มีความสะอาดและผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (ระดับความสำคัญมาก) รองลงมาควบคุมน้ำหนัก ไม่มีคอเรสตอรอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (ระดับความสำคัญมาก) และมีคุณค่าทางโภชนาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 (ระดับความสำคัญมาก) ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความคุ้มค่าราคาเมื่อเทียบกับปริมาณที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาความคุ้มค่าราคาเมื่อเทียบกับรสชาติที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีจำหน่ายที่ร้านค้าสะดวกซื้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาความสะดวกสบายในการเดินทางซื้อผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และร้านค้าที่จัดจำหน่ายมีจำนวนมากเพียงพอต่อผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รวมถึงด้านการส่งเสริมการขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การทำโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 รองลงมาการลดราคาสินค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และการให้ผู้บริโภคส่งชิ้นส่วนไปร่วมชิงรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา ผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และลำดับสุดท้าย คือด้านการส่งเสริมการขาย

นพธร สุขसारอสกุล (ม.ป.ป.) ได้ศึกษาเรื่อง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์พบว่าลูกค้าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าแสดงความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าในห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์อยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์เป็นรายชื่อโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่าความสำคัญในระดับมาก รองลงคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

วิธีการวิจัย

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนสันติแดนตำบลบ้านหลวง อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps และเพื่อเสนอแนะทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนสันติแดน ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิด

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ชุมชนสันติแดน ตำบลบ้านหลวง อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากชุมชนสันติแดนมีอาชีพทอผ้าเป็นอาชีพเสริมเพื่อหารายได้เพิ่ม และชุมชนนี้มีการทอผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนชาติพันธุ์ปกากะญอ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 687,160 คน ในช่วงเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2560 ถึง

เดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2561 (สถิติสำนักอุทยานแห่งชาติ, 2561)

กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยผ่านการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาแล้ว ประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ของนักท่องเที่ยว ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert) โดยมีคำถามให้เลือก 5 ระดับ มีคะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมาพิจารณาความถี่ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2542) โดยคำนวณได้ 0.08

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อแสดงความคิดเห็น

โดยขั้นตอนของการสร้างเครื่องมือ เริ่มจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นทำการสร้างเครื่องมือ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) ของการวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสุ่มแบบบังเอิญ โดยมุ่งศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

2 เก็บรวบรวมแบบสอบถาม และตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม

3 จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลตามที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการอธิบายข้อมูลที่ได้โดยเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยคำนวณสูตรหาความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยกำหนดค่าคะแนนในแบบสอบถามมีค่าสูงสุดเป็น 5 คะแนนและต่ำสุด 1 คะแนน ดังนั้น ช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นจึงคำนวณได้ 0.80

ผลการศึกษา

ลักษณะพื้นฐานของประชากร

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนสันติแดง ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.50) และเพศชาย (ร้อยละ 40.50)

ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21 - 30 ปี (ร้อยละ 52.30) รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 25.80) อายุ 40 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 19.30) และอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 2.80) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี/ปวส. (ร้อยละ 65.60) รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 16.80) มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 13.30) และมีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 4.5) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 38.30) รองลงมา อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ (ร้อยละ 25.00) อาชีพนิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 20.00) และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 16.80) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 ขึ้นไป (ร้อยละ 29.00) รองลงมาคือระหว่าง 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 20.30) ระหว่าง 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 18.80) ระหว่าง 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ 18.80) และต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 13.30)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผลิตภัณฑ์ทำจากวัสดุธรรมชาติ และทนทานต่อการใช้งานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลายประเภท เช่น เสื้อ ผ้าถุง ผ้าพันคอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$) ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบการประยุกต์ให้ใช้ร่วมสมัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$) ผลิตภัณฑ์มีขนาดให้เลือกหลากหลายตั้งแต่ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$) ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$) และผลิตภัณฑ์มี

ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ ปกาเกอญอ ชุมชนสันติแดง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.98)

ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวด้านราคา (Price)

ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในภาพรวมด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.16) รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.11) มีความชัดเจนในการการแสดงราคาสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.10) รูปแบบการชำระเงินทั้งแบบเงินสด บัตรเครดิต และผ่าน QR CODE อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.99) และสามารถต่อรองราคาของสินค้าได้เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนมากในแต่ละครั้งอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.91)

ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในภาพรวม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.10) รองลงมาคือ การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าดึงดูดให้สนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.07) สื่อโซเชียล/เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.04) มีการกระจายสินค้าไปตามร้านค้าของฝากของที่ระลึกในพื้นที่อำเภอจอมทองอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.01) และมีการอัปเดตข้อมูลสินค้าทางเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.97)

ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในภาพรวมด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า พนักงานสามารถแนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วนและชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.07) รองลงมาคือ มีรูปภาพตัวอย่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่ชัดเจนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.06) มีการรับประกันสินค้าในระยะเวลาที่กำหนดอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.94) การติดป้ายประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.82) มีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.80) และมีการ ลด แลก แจก แถม ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าที่ซื้อในปริมาณมากอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.80)

ข้อเสนอแนะ

ด้านผลิตภัณฑ์

- ควรใช้ลายที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า
- ควรเพิ่มงานดีไซน์ให้กับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อความน่าสนใจของสินค้า
- ผลิตภัณฑ์ควรมีความทันสมัย หาซื้อง่าย และมีหลากหลายรูปแบบ
- ควรแสดงถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ ไม่ควรลดราคา แต่เพิ่มโลโก้สินค้า และเปลี่ยนภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากที่ไม่ค่อยมีราคาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากขึ้น
- ควรทำให้เสื้อผ้าใช้ได้อย่างเหมาะสมตามยุคสมัย และเป็นแฟชั่นมากยิ่งขึ้น
- ควรจัดทำผลิตภัณฑ์ที่มีโลโก้เป็นภาษาอังกฤษเพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสในการจำหน่าย
- อยากให้สนับสนุนของชนเผ่าอื่นด้วย เช่น กระโถง ใส่ข้าวของกระเบื้อง ในเขตอบถ้อยและจอมทอง เพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์เกี่ยวกับงานสานของ

ชุมชน และให้ชุมชนมีรายได้ และอนุรักษ์วัฒนธรรม
ท้องถิ่นของชุมชนนั้น ๆ ด้วย

ด้านราคา

- ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
- ต้องการให้สินค้ามีราคาที่ไม่แพงมากเกินไป

ด้านส่งเสริมการขาย

- ควรเพิ่มข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ช่อง
ทางการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของจอมทองให้มากขึ้น

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง
มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา
ปริญญาตรี/ปวส. ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท
เอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ใน
ระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยว
มี 4 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่อง
ทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายอยู่ใน
ระดับมากทุกด้าน

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญที่มีผลต่อความต้องการของผลิตภัณฑ์ผ้า
ทอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.10) ด้าน
ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อ
ความต้องการของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.05) ด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อ
ความต้องการของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.03) ด้านการส่งเสริมการขาย
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อความ

ต้องการของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.91)

การอภิปรายผล

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
ต้องการด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอโดยรวมอยู่ในระดับมาก
โดยให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุ
ธรรมชาติ ทนทานต่อการใช้งาน รวมทั้งรูปแบบที่
หลากหลายและการออกแบบที่ทันสมัย นอกจากนี้
ส่วนของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามยังกล่าว
ถึง บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ
ของสินค้าให้มากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
นางนภัส เทศธรรม (2552) ที่ศึกษาพบว่าความหลาก
หลาย คุณภาพ การออกแบบ รูปทรง ตรายี่ห้อ บรรจุ
ภัณฑ์หรือหีบห่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตรงความ
ต้องการของผู้บริโภค จะทำให้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ปาณิสรา สิริเอกศาสตร์ (2556)
ได้ศึกษาพบว่าด้านบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและผ่าน
กระบวนการฆ่าเชื้อเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่
มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แต่ไม่สอดคล้องกับ พรชนก กฤษณ
รุ่งเรือง (2549) ได้ศึกษาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์มีความ
สัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อด้านความถี่ จำนวนที่ซื้อ
และมูลค่าในการซื้ออยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่า
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอยังเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว
เพราะเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์และสามารถปรับรูป
แบบตามความต้องการของลูกค้าได้ ส่วนผลิตภัณฑ์
ด้านเครื่องดินนั้นมีหลากหลายยี่ห้อ ทำให้เกิดส่วนแบ่ง
ทางการตลาด ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย ด้าน
ผลิตภัณฑ์จึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
ต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับ
มาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา รวมทั้งผลิตภัณฑ์มีหลาย
ระดับราคาให้เลือกซื้อ นอกจากนี้ส่วนของข้อเสนอ
แนะของผู้ตอบแบบสอบถามยังกล่าวถึง ราคาต้อง

เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า สินค้ามีราคาให้เลือกหลากหลายระดับ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวีร์ พิงพุ่ม (2551) ได้ศึกษาพบว่าผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้าให้ถูกต้อง โดยพิจารณาถึงปฏิกิริยาของคู่แข่ง สถานการณ์แข่งขันทางด้านการกำหนดราคาเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม นอกจากนี้ เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์ (2560) ได้ศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการมีราคาให้เลือกซื้อที่หลากหลาย ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ดังนั้น ชุมชนสันติแดนควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีรูปแบบที่หลากหลาย รวมถึงมีการชำระเงินผ่านหลายช่องทาง และที่สำคัญควรมีระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องของพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งการจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าดึงดูดให้น่าสนใจ นอกจากนี้ส่วนของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามยังกล่าวถึง การกระจายสินค้าไปตามร้านค้าของฝากเพื่อให้เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุริพร บุญหลา (2554) ได้ศึกษาพบว่าช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายสินค้า สินค้าคงคลัง การขนส่ง และการจัดจำหน่ายสินค้าที่สำคัญเป้าหมายของผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก็คือ การกระทำที่จะให้สินค้าไปถึงมือผู้บริโภค ซึ่งในทางปฏิบัติ นั้น ผู้ผลิตจะต้องคำนึงอย่างมาก คือเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น นอกจากนี้ ทัศนพร เลิศชนะโชค (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Hyper Market) พบว่าสาเหตุสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ทำให้ผู้

บริโภคเกิดความพึงพอใจหลังจากการได้รับบริการจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ คือ ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักหรือที่ทำงาน มีการจัดเรียงสินค้าที่น่าสนใจ รวมถึงการมีที่จอดรถกว้างขวาง แสดงให้เห็นว่า หากชุมชนสันติแดนต้องการให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น ควรจะเลือกทำเลที่ตั้งในการจำหน่ายสินค้าอยู่ในย่านแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และจัดเรียงสินค้าให้น่าสนใจจึงสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอได้

ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้านการส่งเสริมการขายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานสามารถแนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน รวมทั้งมีรูปตัวอย่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่ชัดเจนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และเว็บไซต์ นอกจากนี้ส่วนของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามยังกล่าวถึง ข้อมูลการเข้าถึงการท่องเที่ยวของจอมทองให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์ (2560) ได้ศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรูปแบบการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจและทันสมัย การส่งข้อมูลข่าวสารให้ทราบผ่านอีเมล เฟสบุ๊ค และสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ รติวัลย์ วัฒนสิน (2555) ได้ศึกษาการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่พบว่าการมีส่วนลดของสินค้าหรือสินค้ามีราคาที่เหมาะสม ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมาก รวมทั้ง นพธร สุขसारอมรกุล (2554) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์พบว่าในส่วนของการปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเป็นจุดดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าในส่งเสริมการขายผ่านสื่อ ทำให้เข้าถึงและดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นทางชุมชนสันติแดนควรเลือกใช้การประชาสัมพันธ์ผ่าน

สื่อเป็นหลัก

แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

ด้านผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์ควรทำจากวัสดุธรรมชาติและทนทานต่อการใช้งาน เพื่อรณรงค์ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม
- ผลิตภัณฑ์ควรมีรูปแบบให้เลือกหลากหลายประเภท เช่น เสื้อ ผ้าถุง ผ้าพันคอ
- ผลิตภัณฑ์ควรมีการออกแบบการประยุกต์ให้ใช้ร่วมสมัย เช่น เสื้อผ้าตามแบบแฟชั่นโดยใช้ผ้าทอมือทำเป็นลวดลายเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ภาคเกอะญอ
- ผลิตภัณฑ์ควรมีขนาดให้เลือกหลากหลายตั้งแต่ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ และไซส์พิเศษ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย
- ควรทำผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาได้ง่าย
- ผลิตภัณฑ์ควรมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ภาคเกอะญอ ชุมชนสันติดินแดง เช่น ลวดลายผ้าที่เป็นแบบดั้งเดิม

ด้านราคา

- ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- ผลิตภัณฑ์ควรมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อตามความพอใจของลูกค้า
- ผลิตภัณฑ์ควรมีความชัดเจนในการการแสดงราคาสินค้า เพื่อช่วยต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ
- ควรมีรูปแบบการชำระเงินหลายช่องทาง เช่น แบบเงินสด บัตรเครดิต และผ่าน QR CODE เพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว
- มีการต่อรองราคาของสินค้าได้เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนมากในแต่ละครั้ง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย เพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว
- ควรมีการจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าให้ดึงดูดและน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์
- สื่อโซเชียล/เว็บไซต์ ควรมีความน่าเชื่อถือเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
- ควรมีการกระจายสินค้าไปตามร้านค้าของฝากของที่ระลึกในพื้นที่อำเภอจอมทอง เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว
- ควรมีการอัปเดตข้อมูลสินค้าทางเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ

ด้านการส่งเสริมการขาย

- ควรมีรูปภาพตัวอย่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่ชัดเจนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และเว็บไซต์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพและเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
 - พนักงานควรแนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและชัดเจน เช่น ความเป็นมาของลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ภาคเกอะญอ
 - ควรมีการรับประกันสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ
 - ควรมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 - ควรมีการ ลด แลก แจก แถม ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าที่ซื้อในปริมาณมาก เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
 - ควรมีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วน เช่น มีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์
- แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเสนอให้จัดทำโครงการวางแผนจัดสรรงบประมาณ ในการประชาสัมพันธ์ จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาของชุมชนสันดินแดง ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนสันดินแดง ส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าของชุมชนสันดินแดง เพื่อให้ชุมชนสันดินแดงเป็นที่รู้จัก มีศูนย์เรียนรู้และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีมาตรฐาน รวมทั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าที่มีความพร้อมในการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ กิจกรรมการทอผ้าแบบดั้งเดิมซึ่งจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนสันดินแดงต่อไป

สรุปผล

จากการศึกษา ชุมชนสันดินแดงเป็นชุมชนชาติพันธุ์ปกากะญอที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ทางชุมชนมีผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่แบบดั้งเดิมแต่พบปัญหา คือ ไม่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องได้ ทางคณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษา

แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชุมชนสันดินแดง เพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ จึงเลือกส่วนประสมทางการตลาด 4Ps เพื่อสอบถามระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนสันดินแดง และนำผลที่ได้มาจัดทำแนวทางการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ในระดับความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชนสันดินแดง มี 4 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากทุกด้านและควรมีการจัดกิจกรรมตามข้อเสนอแนะ แนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดขึ้น เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนเห็นความสำคัญและภูมิใจในลวดลายของผ้าทอที่มีเอกลักษณ์แบบดั้งเดิม โดยนำผลจากการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีรายได้และเกิดการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

References

- กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2561). สถิติสำนักอุทยานแห่งชาติ สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2561 เข้าถึงได้จาก <http://park.dnp.go.th/>.
- Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. (2018). *Statistics of the National Park Bureau* searched on 16 August 2018, accessible <http://park.dnp.go.th/>.
- กรวิรี พึ่งพุ่ม. (2551). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับนักบริหารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ :มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- Koravi Phuengphum. (2008). *Marketing mix affecting the decision to buy health food*. This independent study is part of the study according to the Master of Business Administration Program for Management College Graduate Studies in Management. Sriprathum University.

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย
- Kalaya Wanichbancha. (1999). *Statistical analysis Statistics for decision making*. Type 4. Bangkok: Chulalongkorn University Printing School.
- ทนัซพร เลิศธนะโกค. (2550). *พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Hyper Market)*. รายงานวิจัยวิชา Research Exercise in Current Economic Issues. : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะเศรษฐศาสตร์
- Thanatchaporn Lertthanapok. (2007). *Behavior in buying products from large retailers (Hyper Market)*. Research report for Research Exercise in Current Economic Issues: Chiang Mai University The Faculty of Economics.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- Theerawut Akakun. (2000). *Research methods in behavioral science and social sciences*. Ubon Ratchathani: Rajabhat Institute Ubon Ratchathani.
- นงนภัส เทศธรรม. (2552). *ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)*. รายงานการศึกษาอิสระ. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Nongnapat Thasatham. (2009). *Customer satisfaction UOB Bank Public Company Limited. Independent study report*. Master of Business Administration Marketing Department Faculty of Management Sciences, Khon Kaen University.
- นทธร สุขसारอสกุล. (ม.ป.ป.). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์*. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร ฉบับพิเศษ. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- Natason Suksarnamonkul. *Marketing mix factors Influencing Purchasing Decision of Consumers Seacon Square Shopping Mall*. Journal of Academic and Research, Thammasat University, Special Edition. This independent study is part of the study according to the Master of Business Administration Program. For executives College of Graduate Studies in Management: Sripatum University
- ปานิสรา สิริเอกศาสตร์. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ปลาเส้นของผู้บริโภค*. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- Panisara Sirieksart. (2013). *The Marketing Mix Factors Influencing The Consumer Purchasing of Fish snack Products*. An Independent Study Submitted in Partial fulfillment of The Requirements for Executive Master of Business Administration Program Graduate College of Management :Sripatum University.

- พรชนก กฤษณรุ่งเรือง. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้ผสมแอลคาร์นิทีนตรายูนิฟ ไอเฟิร์มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Pornchanok Kritsanarungruang. (2006). Alternative : Factors influencing buying behavior toward Unif Ifirm a functional sport juice with L-Carnitine in Bangkok Metropolitan Area. Master thesis, MBA (Business Administration). Bangkok: Graduate School : Srinakharinwirot University.
- รติวัลย์ วัฒนสิน. (2555). การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่. : มุมมองของผู้บริโภค และผู้บริหาร. วารสารวิจัย ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- Ratiwan Watanasin. (2012). *Effective sales promotion in modern retailing: Consumer and managerial perspectives*. Research Journal, Year 8, Issue 2, Faculty of Management Science Suan Dusit Rajabhat University.
- เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์. (2560). ส่วนผสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต :มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- Saowalak Samarnpitakwong. (2017). *Marketing Mix on Consumers Purchasing Decisions in Online Shopping in Songkhla*. A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements for the Master of Business Adminjstration Degree in Business Administration Hatyai University.

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง: ไทย-ลาว-เวียดนาม THE DEVELOPMENT GUIDELINE OF BORDER TOURISM CITIES OF MEKONG SUBREGION : THAI-LAOS-VIETNAM

ธนาวัฒน์ ปัทมฤทธิกุล¹
Thanawat Patthamaritthikul

¹ สาขาวิชาสังคมศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง: ไทย-ลาว-เวียดนาม การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง: มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-เว้ 2) เพื่อเป็นแนวในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง: มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-เว้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีจำนวน 36 คน เป็นตัวแทนภาคธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และภาคชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมืองชายแดนจังหวัดมุกดาหาร แขวงสะหวันนะเขต และเมืองเว้ ใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความเห็นเกี่ยวกับภาพรวมการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ในหลายด้าน 2) มีความต้องการเพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาครัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมีการจัดตั้งแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเส้นทางนี้ ผู้ประกอบการภาคเอกชนมีความพร้อม ส่วนปัจจัยที่ควรพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการนักท่องเที่ยว เช่นการปรับปรุงระเบียบ ขั้นตอนการผ่านแดนให้มีความสะดวก และรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว เมืองชายแดน อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ไทย ลาว เวียดนาม

Abstract

This research aimed to study the tourism performance The Development Guideline of Border Tourism Cities of Mekong Subregion : Thai-Laos-Vietnam. There are 36 interviews conducted. The result of greater Mekong subregion: Mukdahan-Savannakhet-Hue shows the Attraction Amenities Accessibility Activities Accommodation and Ancillary service. This sub-region is in the support of government; the tourism development plan for economy is

conducted, known as “Mukdahan-Savannakhet-Hue” The analysis confirms the research results on the disadvantage of transportation, tourist services, and government supports especially from Mukdahan province. However, the delay in immigration process can be observed.

Keywords: Boreder Tourism Mekhong Thailand Laos Vietnam

บทนำ

ปัจจุบันกลุ่มประเทศอาเซียนให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และทวีปเอเชียได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังทวีปเอเชียมีแนวโน้มสูงขึ้น ทวีป ศิริรีศรีมี และพชรวรรณ สุขหมั่น (2552) มีการลงนามความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเดินทางภายในอาเซียน 2) เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือกัน 3) เพื่อลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ 4) มีการจัดตั้งเครือข่ายบริการ 5) เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมให้อาเซียนเป็นจุดหมายแห่งการท่องเที่ยวแห่งเดียว (Single Tourism Destination) 6) มีความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 7) การสร้างสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขที่ดีให้ภาคเอกชนและภาครัฐมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอีกด้วย

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมีหลากหลายกลุ่ม Gropas (2004) ; Graham et al., (2004) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เมืองท่องเที่ยวชายแดน ก็ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างประเทศทั้งสองแนวชายแดน และให้ความเห็นว่า นักท่องเที่ยว คือ หัวใจของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวเติบโต ซึ่งสอดคล้องกับGladwell and Bedini (2004) ปัจจุบันกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub-region: GMS) ประกอบด้วย สาธารณรัฐประชาชนจีน (มณฑลยูนนาน) สหภาพเมียนมาร์ ประเทศไทย ประเทศ

กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มีประชากรรวมกันประมาณ 240 ล้านคน มีอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มน้ำโขงเพิ่มมากขึ้นเส้นทางระหว่างประเทศไทย และ สปป.ลาว นั้น มีจุดผ่านแดนถาวร 15 จุด และมีการเชื่อมโยงต่อไปจนถึงประเทศเวียดนามที่เส้นทางหมายเลข 9 โดยเริ่มจากจังหวัดมุกดาหารไปยังแขวงสะหวันนะเขต (สปป.ลาว) และผ่านไปยังจังหวัดกว๋างตรี และเว ประเทศเวียดนาม เพื่อรองรับโครงการพัฒนาเครือข่ายอนุชา เล็กสกุลติลก และคณะ (2550) ได้ให้ความเห็นว่า ประเทศไทยมีความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงเป็นอย่างดี เมืองชายแดน จังหวัดมุกดาหาร นับเป็นเมืองชายแดนที่สำคัญ เพราะเป็นประตูส่งออกอันดับต้นของประเทศไทย และยังเป็นช่องทางเชื่อมโยงการค้ากับกลุ่มประเทศอินโดจีน ซึ่งเมืองชายแดน จังหวัดมุกดาหาร เป็นเมืองชายแดนที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง คือ เป็นเมืองที่ได้เปรียบในเชิงที่ตั้ง เนื่องจากอยู่ตรงข้ามกับแขวงสะหวันนะเขต กลุ่มอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ คือ ประเทศไทย สปป.ลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา สังคมนิยมเวียดนาม สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) ทำให้เกิดการก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 ที่จังหวัดมุกดาหาร และการปรับปรุงถนนหมายเลข 9 ซึ่งทำให้จังหวัดมุกดาหารเป็น “ศูนย์กลางด้านการคมนาคมระหว่างประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง” และยังเป็น “ประตูการค้าสู่อินโดจีน” จังหวัดมุกดาหาร เป็นเมืองหน้าด่านการค้าไปยัง สปป.ลาว

และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม นอกจากนั้น จากโครงการพัฒนาทางหลวง 4 ช่องจราจรเชื่อมพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกจากท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผ่านจังหวัดสระแก้ว สิ้นสุดที่จังหวัดมุกดาหาร ยังจะเป็นการส่งเสริมศักยภาพการพัฒนาของจังหวัดมุกดาหารที่มีใช้แต่เฉพาะในบทบาทของการเป็นเมืองที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มประเทศอินโดจีนเท่านั้น แต่ยังสามารถเป็นเมืองที่มีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการกระจายสินค้าภายในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่ภาคตะวันออก แนวทางการพัฒนาเมืองชายแดน จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาด้านการค้าชายแดน การท่องเที่ยว สาธารณูปโภค สาธารณูปการ เพื่อให้เมืองท่องเที่ยวชายแดน จังหวัดมุกดาหารสามารถพัฒนาเป็นเมืองการค้าชายแดนและเมืองท่องเที่ยวชายแดนที่เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอินโดจีนได้ในอนาคต ดังเช่นกรอบความร่วมมือระดับโลก กัลปพฤกษ์ ผีทองงาม (2548) ได้ศึกษาและให้ความเห็นว่า จังหวัดมุกดาหารเป็นด่านการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความสำคัญอันดับที่สอง รองจากจังหวัดหนองคาย สำหรับแขวงสะหวันนะเขต ก็เป็นหัวเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางการค้าที่สำคัญอันดับสอง รองจากนครหลวงเวียงจันทน์ แขวงสะหวันนะเขตเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางหมายเลข 9 ของกลุ่มประเทศอินโดจีนที่โยงเชื่อมสู่ภาคกลางของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ที่ผ่านด่านลาวบาว เมืองดองฮา จังหวัดกว๋างตรี ระยะทาง 240 กิโลเมตร และจากด่านจากด่านลาวบาวผ่านเส้นทางหมายเลข 1 ไปยังเมืองเว้ และเมืองดานัง ระยะทาง 260 กิโลเมตร ไม่ใช่แค่เป็นการเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงไปจนถึงสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและต่อเนื่องไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนอีกด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงเป็นสิ่งที่ดีแก่ประเทศที่เกี่ยวข้อง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, (2549)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง: มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-เว้
2. เพื่อเป็นแนวในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง: มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-เว้

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองชายแดน

เส้นแบ่งเขตแดนระหว่างประเทศ (International boundary line) หมายถึง เส้นสมมติที่กำหนดขึ้นระหว่างรัฐหรือประเทศ เพื่อแสดงว่าขอบเขตอำนาจอธิปไตยของรัฐหรือประเทศนั้น ๆ ได้มาถึงสิ้นสุดที่เส้นสมมตินั้น เส้นแบ่งเขตแดนดังกล่าว อาจกำหนดขึ้นโดยอาศัยสภาพทางธรรมชาติ หรืออาจเป็นสิ่งที่มนุษย์จัดทำขึ้นก็ได้ ทั้งนี้เส้นแบ่งเขตแดนระหว่างประเทศ จะต้องมีการระบุรายละเอียดไว้ในเอกสารสัญญา และมีแผนที่ประกอบ รวมทั้งมีเขตแดนปักไว้บนพื้นที่ภูมิประเทศให้สังเกตเห็นได้ชัดเจน การกำหนดเส้นเขตแดน (Delimitation of boundary) หมายถึง การกำหนดแนวแบ่งเส้นเขตแดนกันไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในรูปหลักฐานทางเอกสารสนธิสัญญา หรือกำหนดเส้นเขตแดนลงในแผนที่หรือแผนผัง ตามผลที่ได้จากการเจรจาแบ่งเส้นเขตแดนระหว่างประเทศของประเทศทวิภาคีในสำนักงานหรือบนโต๊ะเจรจาว่าแนวเส้นเขตแดนจะให้เป็นอย่างไรร เช่น ให้เป็นไปตามสันปันน้ำ (Watershed) หรือร่องน้ำลึก (Thaweg) หรือสภาพธรรมชาติอื่น ๆ หรือเป็นแนวเส้นตรง

การปักปันเขตแดน (Demarcation of boundary) หมายถึง การแบ่งเส้นเขตแดนระหว่างประเทศ โดยการจัดตั้งคณะกรรมการปักปันเขตแดนระหว่างประเทศเพื่อร่วมกันชี้ชัด หรือเจาะจงลงไปว่า

เส้นแบ่งเขตแดนของรัฐหรือประเทศที่กำหนดกันไว้ใน
ชั้นการกำหนดเส้นเขตแดนนั้นจะอยู่ ณ ที่ใดใน
ภูมิประเทศ โดยคณะกรรมการปักปันเขตแดนดังกล่าว
จะต้องสร้างหลักเขตแดน เพื่อเป็นเครื่องหมายลงใน
ภูมิประเทศหรือบนพื้นแผ่นดิน เป็นหลักฐานแสดงแนว
เส้นเขตแดนระหว่างกันไว้ให้ปรากฏอย่างชัดเจน

บริเวณชายเขตแดน หรือแนวพรมแดน
(Frontier) หมายถึง พื้นที่บริเวณชายแดน ซึ่งมีความ
คาบเกี่ยวระหว่างประเทศที่มีพื้นที่ต่อเนื่องกัน และมี
สภาพเป็นไปตามเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างประเทศ
โดยไม่มีข้อกำหนดที่แน่ชัดว่าจะครอบคลุมบริเวณ
พื้นที่ทั้งในด้านยาว และด้านกว้าง ลึกเข้าไปในประเทศ
หนึ่งประเทศใดมากหรือน้อยเท่าใดชายแดน (Border)
หมายถึง บริเวณพื้นที่ที่รัฐให้อำนาจอธิปไตยของตนได้
ภายใต้ขอบเขตของแนวเส้นแบ่งเขตแดนระหว่าง
ประเทศที่มีพื้นที่โดยรอบ ไปตามแนวเส้นแบ่งเขตแดน
ดังกล่าว โดยไม่มีข้อกำหนดที่แน่ชัดที่จะต้องอยู่ลึก
หรือครอบคลุมพื้นที่เข้าไปจากเส้นแบ่งเขตแดนด้าน
ละเท่าใดเส้นแบ่งเขตแดนทางบก (Land boundary
line) หมายถึง เส้นแบ่งเขตแดนที่กำหนดหรือปักปัน
ไปตามภูมิประเทศที่เป็นพื้นที่แผ่นดิน รวมไปถึง
ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นลำห้วย หนอง บึง ทะเลสาบ
และอื่น ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของแผ่นดินด้วย
เส้นแบ่งเขตแดนทางทะเล (Maritime boundary
line) หมายถึง การกำหนดอาณาเขตทางทะเล โดย
กำหนดให้มีเขตแดนทางทะเลหลายรูปแบบ ตาม
วัตถุประสงค์แห่งการใช้อำนาจอธิปไตย และสิทธิ
อธิปไตยของรัฐชายฝั่ง เช่น ทะเลอาณาเขต เขตต่อ
เนื่อง เขตเศรษฐกิจจำเพาะ เขตไหล่ทวีป รัฐชายฝั่ง
อาจมีอาณาเขตทางทะเลเพียงแบบใดแบบหนึ่ง หรือ
อาจมีครบทุกรูปแบบก็ได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะที่ตั้งทาง
ภูมิศาสตร์ของรัฐนั้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระ

ทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและ
แนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงแท้จริง
รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม
การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติที่ดี
ณัฐินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์ (2559) ได้ทำการ
วิจัยเรื่อง การจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ
แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ชี มูล ในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว
ประเทศไทย ลาว และเวียดนาม งานวิจัยรายงานสถิติ
นักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาว
ต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย 26,735,583 ล้านคน
จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นนักท่องเที่ยวจาก
กลุ่มอาเซียนมากถึง 7,384,631 คน โดยมีนักท่องเที่ยว
ชาวมาเลเซียมากที่สุด เมื่อพิจารณาตามภูมิภาคแล้ว
ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ มีนักท่องเที่ยวชาวลาว
จำนวนมากที่สุด 1,106,080 คน รองลงมา คือ นักท่อง
เที่ยวชาวเวียดนาม มีจำนวน 787,301 คน อัตราการ
เจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสองประเทศ
เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตลอดจนมีการพัฒนาด้านการท่อง
เที่ยวร่วมกัน จำเป็นต้องมีการสร้างเครือข่ายจาก
หน่วยงานภาคีที่ดำเนินการเป็นพันธมิตร (Partnership)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว (Destination development) คือ สถานที่นักท่องเที่ยวจะแวะมาพักหรือหยุด
อยู่เพื่อการท่องเที่ยว จับจ่ายซื้อของในช่วงระยะเวลา
หนึ่งก่อนจะจากไปด้วยความพึงพอใจ การพัฒนา
แหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีการวางแผนตามมาเป็นสิ่ง
แรกที่จะต้องทำและอาจแบ่งได้เป็น 5 เรื่องด้วยกัน คือ
การวิเคราะห์ตลาด การประเมินศักยภาพของพื้นที่
การศึกษาทางการเงิน การศึกษาผลกระทบทางสิ่ง
แวดล้อม และการศึกษาผลกระทบทางสังคม ดลฤทัย
โกวรรณกุล และคณะ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน พบว่า ทิศนคติของชุมชนต่อการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง คือ ชุมชนมีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยไปเยี่ยมชมเป็นอันดับแรก คือ หมู่บ้านภูไท อำเภอหนองหาร จังหวัดมุกดาหาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ

ความหมายของการพัฒนา คำว่า การพัฒนา ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Development ตามความหมายของรูปศัพท์ แปลว่า การทำให้เจริญ การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทีละน้อย ๆ โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมไปกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ ในลักษณะความหมายหรือนิยามของการพัฒนาที่มีนักวิชาการกล่าวไว้ เป็นการใช้อย่างกว้าง ๆ ก็นจิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2556) ได้เสนอวิทยานิพนธ์เรื่อง ความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่กลับมาเที่ยวซ้ำของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว การวิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว โดยเป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed-method approach) โดยผลสรุปจะเห็นว่า ภาครัฐและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ในพื้นที่ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดึงดูดของพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก

แก่นักท่องเที่ยว การบริการช่วยเหลือจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถทำให้

นักท่องเที่ยวเกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อคนอื่น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมในลักษณะของการร่วมรับรู้ร่วมคิด ร่วมทำ ที่มีผลกระทบต่อนตนเองหรือชุมชน ส่วนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว รสสุคนธ์ ชื่นคำภาส (2556) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การจัดการกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดน จังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียนต่อการใช้บริการธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม และเสนอแนะการจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ยั่งยืน ซึ่งผลการวิจัยสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ((AEC) เพื่อการพัฒนา

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาและวิจัยในพื้นที่ 3 ประเทศสามารถวิเคราะห์ภาพรวมแนว

ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง :ไทย-ลาว-เวียดนาม

ได้ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) จังหวัดมุกดาหาร มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ หอแก้วมุกดาหาร ศาลเจ้าพ่อเจ้าฟ้าเมือง ศาลเจ้าแม่สองนางพี่น้อง วัดศรีมงคลใต้ วัดศรีบุญเรือง สะพาน

มิตรภาพ 2 (มุกดาหาร-สหัสวันนะเขต) กลองมโหระทึก ฐานปฏิบัติการ วรพัฒน์ วัดบรรพตศิรี น้ำตกตาดโดน หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แก่งกะเบา วัดมโนภิรมย์ วัดพระศรีมหาโพธิ์ และวัดรอยพระพุทธบาท ภูมโนรมย์ สำหรับแขวงสหัสวันนะเขต มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ วัดพระธาตุโพน วัดพระธาตุอิงฮัง วัดรัตนรังษี วัดไชยสมบูรณ์ สะพานมิตรภาพ 2 วัดเจ้าปราสาทหินหินิน ตลาดสิงคโปร์ โบสถ์เซนต์เทเรซา พิพิธภัณฑ์แขวงสุวรรณเขต และพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ และเมืองเว้ เป็นเมืองหลวงเก่าของเวียดนาม มีพระราชวังเว้ และแม่น้ำหอม วัดเทียนมู

2.. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) สำหรับมุกดาหารมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีทั้งจุดประชาสัมพันธ์และป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ตู้เอทีเอ็ม ห้องน้ำสาธารณะ และร้านขายของที่ระลึก ส่วนแขวงสหัสวันนะเขต เป็นเพียงเมืองทางผ่านมีตู้เอทีเอ็ม มีป้ายบอกเส้นทางไม่มากนัก และเมืองเว้มีความสะดวกสบายทุกอย่างเพราะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

3. ด้านการเดินทาง การคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จังหวัดมุกดาหาร มีถนนที่สะดวกและมีรถโดยสารสาธารณะ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก แต่สำหรับแขวงสหัสวันนะเขต มีรถโดยสารที่เรียกว่าสกายแล็ปให้บริการ ส่วนเมืองเว้ก็มีรถแท็กซี่และรถประจำทางผ่านแหล่งท่องเที่ยวสำคัญซึ่งถือว่ามีความสะดวกมาก

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) จังหวัดมุกดาหารมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และบางกิจกรรมก็มีการมีการจัดกิจกรรมร่วมกันกับแขวงสหัสวันนะเขต เช่น ประเพณีแข่งเรือยาวในแม่น้ำโขง การแข่งขันจักรยาน การแข่งวิ่งมาราธอนข้ามสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 และเมืองเว้ซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่าของเวียดนาม ก็มีพระราชวังเว้ และแม่น้ำหอม วัดเทียนมู มีการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี

5. ด้านสถานที่พัก (Accommodation)

จังหวัดมุกดาหาร มีโรงแรมบริการเฉพาะที่รองรับการบริการเส้นทางนี้ ต้องเปิดรับนักท่องเที่ยวที่จะแวะมาทานอาหารเช้า และอาบน้ำเปลี่ยนเสื้อผ้าที่เรียกว่า การบริการแบบ Day use เพื่อจะเดินทางข้ามแดนไปที่สหัสวันนะเขตและเวียดนามต่อไป สำหรับแขวงสหัสวันนะเขต นักท่องเที่ยวไม่นิยมแวะพักเพราะถือว่าเป็นแค่เมืองทางผ่าน แต่สำหรับเมืองเว้ มีที่พักในตัวเมือง หลากหลายราคาหลายรูปแบบ ริมฝั่งแม่น้ำหอม

6. ด้านบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว (Ancillary service) จังหวัดมุกดาหารมีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ธนาคาร จุดบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ไปรษณีย์ โรงพยาบาล และบริษัททัวร์ บริษัทรถเช่าไว้รองรับทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น สำหรับแขวงสหัสวันนะเขต จุดเด่นคือการให้บริการจากบริษัททัวร์ที่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมาคอยบริการระหว่างเส้นทางและมีการบริการรถเช่าที่นำเที่ยวตั้งแต่ด่านชายแดนของประเทศไทยไปจนถึงเวียดนาม ส่วนเมืองเว้ก็สิ่งอำนวยความสะดวกครบ เพราะเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากผ่านไปมา เพื่อท่องเที่ยวที่เมืองดานังและเมืองฮอยอัน

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 36 คน ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลวิจัยคือผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และชุมชนที่มีการท่องเที่ยว จากจังหวัดมุกดาหาร จำนวน 12 คน จากแขวงสหัสวันนะเขต จำนวน 12 คน และเมืองเว้ จำนวน 12 คนผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ตามทฤษฎีของ Mile and Huberman (1994) โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data organizing) เป็นการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบ อยู่ในสถานะที่พร้อม

จะนำไปใช้งานได้ทันที โดยการจัดระเบียบข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพและข้อมูลด้านเนื้อหา โดยจะมีการดำเนินการเป็นระยะ ๆ

1.1 ข้อมูลด้านกายภาพ ได้แก่ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์และจดบันทึกเนื้อหาการสัมภาษณ์ โดยมีการถอดข้อความและจัดระเบียบเก็บไว้ เนื่องจากหากจำเป็นต้องมีการแก้ไขขัดเกลาข้อมูลเพื่อความเหมาะสม และสละสลวยในภาษา ก็สามารถแก้ไขได้ แต่ต้องยังคงความหมายเดิมและอารมณ์ของผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ไว้ด้วย

1.2 ข้อมูลด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากเอกสารแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตีความ หรือวิเคราะห์มาจัดระเบียบเรียบเรียงประเภท หรือเปรียบเทียบเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่า ข้อมูลต่าง ๆ มีความหมายอะไร น่าจะตรงกับประเด็นกับเรื่องที่ศึกษาวิจัย

2. การแสดงข้อมูล (Data display) ผู้วิจัยมีการนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการจัดกลุ่มข้อมูล และแสดงข้อมูลเป็นคำร้อยละ เพื่อความเข้าใจง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. การหาข้อสรุป ผู้วิจัยทำการสรุป ตีความ และการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการศึกษาวิจัย (Conclusion, Interpretation, Verification) โดยการบรรยายถึงข้อมูลที่ค้นพบ แล้วจึงนำมาตีความและตรวจสอบก่อนที่จะนำเสนอผลการศึกษาต่อไป ซึ่งขั้นตอนในการตรวจสอบจะใช้วิธีการตรวจสอบภายในเพื่อทบทวนข้อมูล วิธีการได้มาของข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ว่า มีความเหมาะสมถูกต้องมากน้อยเพียงใด แต่ในกรณีที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์หรือไม่ตรงประเด็น ผู้วิจัยได้มีการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงข้อสรุปที่ได้จากการเก็บข้อมูลว่า ต้องมีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความ

น่าเชื่อถือได้ (Credibility/Reliability) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) มาใช้ในการสนับสนุนข้อมูล เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Data triangulation) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) และการตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิเคราะห์ข้อมูล (Analysis triangulation)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาภาพรวมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง : มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-เว้ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) จังหวัดมุกดาหาร มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งแหล่งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและงานประเพณี สำหรับแขวงสะหวันนะเขต มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจและเมืองเว้ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่รู้จัก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพราะเป็นเมืองหลวงเก่า ทั้งสามประเทศมีจุดเด่นที่ต่างกันและมีเสน่ห์ที่ไม่เหมือนกัน

2. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) สำหรับมุกดาหารมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าประเทศทั้งสอง ส่วนแขวงสะหวันนะเขต เป็นเพียงเมืองทางผ่านยังต้องพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะพักค้างแรมและเมืองเว้จะมีความสะดวกในทุกๆด้าน

3. ด้านการเดินทาง การคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จังหวัดมุกดาหาร มีถนนที่สะดวกและมีรถโดยสารสาธารณะ และมีรถแท็กซี่จำนวนมาก แต่สำหรับแขวงสะหวันนะเขต มีรถประจำทางไม่มากและรถสามล้อที่เรียกว่าสกายแล็ป ส่วนเมืองเว้ มีรถแท็กซี่ และรถสามล้อที่เรียกว่าซิกโล่ ถือได้ว่ามีความสะดวกในด้านการเดินทาง

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) จังหวัดมุกดาหารมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และบางกิจกรรมก็มีการมีการจัดกิจกรรมร่วมกันกับแขวงสะหวันนะเขต แต่สำหรับเมืองเว้ เป็นเมืองที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งปี ทั้งสามเมืองมีจุดเด่นที่คล้ายกัน คือ มีคนเชื้อสายเวียดนามอยู่และมีกิจกรรมที่สื่อให้รู้ว่าเป็นวัฒนธรรมของคนที่มีเชื้อสายเวียดนาม

5. ด้านสถานที่พัก (Accommodation) จังหวัดมุกดาหาร มีโรงแรมระดับ 4 ดาว และมีโรงแรมระดับ 3 ดาวเป็นจำนวนมาก สำหรับแขวงสะหวันนะเขต มีศักยภาพด้านที่พักในระดับปานกลาง เพราะนักท่องเที่ยวไม่นิยมแวะพัก สำหรับเมืองเว้มีที่พักหลายระดับราคาตั้งแต่เกสเฮาส์ไปจนถึงโรงแรมระดับ 5 ดาว

6. ด้านบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว (Ancillary service) จังหวัดมุกดาหารมีสิ่งอำนวยความสะดวก มากมาย สำหรับแขวงสะหวันนะเขต ส่วนใหญ่การใช้บริการที่สะหวันนะเขตจะเป็นการให้บริการจากบริษัททัวร์ที่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมาคอยบริการระหว่างเส้นทางและการบริการรถเช่าที่นำเที่ยวตั้งแต่ด่านชายแดนของไทยไปจนถึงเวียดนาม ส่วนเมืองเว้ก็สิ่งอำนวยความสะดวกมากเพราะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง แต่ปัญหาที่พบคือด้านตรวจคนเข้าเมืองที่ประเทศไทยมีความล่าช้า

อภิปรายผล

การศึกษาพบประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาค

แม่น้ำโขง: มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-เว้ ด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (6 As) ดังนี้

1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางวัฒนธรรม

และทางประวัติศาสตร์ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นตาม

2) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ทั้งสามเมือง มีความสะดวกพอสมควร จากจังหวัดมุกดาหารมีการเชื่อมโยงถึงแขวงสะหวันนะเขต โดยมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 และถนนหมายเลข 9 เชื่อมโยงจากสะหวันนะเขตไปจนถึงเมืองเว้ ในปัจจุบันการเข้าถึงแหล่งสามารถใช้เทคโนโลยีการหาข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน จากเว็บไซต์ต่าง ๆ การเข้าถึงในปัจจุบันมีหลายช่องทางได้ มาช่วยสนับสนุน การที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูล ต้องมีการประสานงานกับองค์กรและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่ดีและมีประสิทธิภาพ 3)ด้านที่พัก (Accommodation)

จังหวัดมุกดาหาร แขวงสะหวันนะเขต และเมืองเว้มีที่พักหลายรูปแบบที่พร้อมจะต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทุกช่องทาง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยวและเดินทางสะดวก ที่พักที่ได้รับความนิยมของจังหวัดมุกดาหารจะอยู่ริมแม่น้ำโขงที่พักในสะหวันนะเขต ถ้าเปรียบเทียบด้านราคาและการบริการ จะเห็นได้ว่า มีราคาที่สูงมากกว่าที่จังหวัดมุกดาหาร ส่วนที่พักของเมืองเว้จะอยู่ในตัวเมืองใกล้แม่น้ำหอม 1.4)ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)ด้วยนโยบายของจังหวัดมุกดาหาร คือ ต้องการให้นักท่องเที่ยวแวะซื้อของฝากของที่ระลึกที่ตลาดอินโดจีน ร้านขายของที่ระลึก เป็นจุดที่สำคัญอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว เพราะเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่วนที่แขวงสะหวันนะเขตก็มีการขายของที่ระลึกที่ตลาดสิงคโปร์ ที่ร้านขายของที่ระลึกที่ลาวเฮาส์ หลักหมที่มีมีการนำเอาของที่ระลึกจากชุมชนต่าง ๆ ในแขวงสะหวันนะเขต และที่เมืองเว้ ก็จะมีจุดบริการนักท่องเที่ยวในตัวเมืองเว้ และตลาดดงบา 1.5)ด้านกิจกรรม (Activity)ในอนุภูมิภาคนี้ จังหวัดมุกดาหารกับแขวงสะหวันนะเขต มีกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันอยู่เสมอ และเมืองเว้ก็มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี 1.6)บริการต่าง ๆ (Ancillary service)จังหวัดมุกดาหารมีจุดสำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยม

มา คือ ตลาดอินโดจีน ที่มีสถานที่จอดรถบัส รถตู้ มีบริการตู้เอทีเอ็ม มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ (บุญพา คำวิเศษณ์, 2554) (Bunpa Kamwiset, 2011) ที่กล่าวถึงการจัดจุดบริการในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่เมืองเว้ก็มีร้านขายสินค้าที่ระลึกทุกมุมเมือง และมีบริษัททัวร์ มีเรือสำหรับล่องในแม่น้ำหอมยามค่ำคืน

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐบาลทั้ง 3 ประเทศ ควรแก้ไขกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เช่น ระเบียบการข้ามแดน การจ่ายค่าธรรมเนียมที่ด่านศุลกากร ในเมืองชายแดนให้สอดคล้องกันทั้ง 3 ประเทศ เช่น ตรวจคนเข้าเมืองที่ด่านชายแดน ศุลกากร ตำรวจทางหลวง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการบูรณาการด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อลดความขัดแย้งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยกัน

ประสานงานและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศได้พัฒนาอย่างยั่งยืน

2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน ทั้ง 3 ประเทศควรให้ความร่วมมือในการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดนในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงให้ต่อเนื่องและยั่งยืน เช่น จัดแข่งวิ่งมาราธอนข้ามสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 และการจัดแข่งขันจักรยานนานาชาติ ระหว่างมุกดาหาร และสะหวันนะเขต เป็นต้น

3. ด้านชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ศึกษาดูงาน ชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวเมืองชายแดนอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง เช่น จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดเลย จังหวัดนครพนม และจังหวัดสกลนคร เพื่อนำความรู้มาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น

References

- กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2556). **ความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว**. วิทยานิพนธ์ ปรัชญ., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- กัลปพฤกษ์ เกื้อเกตุ. (2541). **การวางแผนพัฒนาเพื่อความพร้อมรองรับการเติบโตการท่องเที่ยวชายแดนกรณีศึกษาเมืองหนองคาย**. วิทยานิพนธ์ ผ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ณัฐินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์. (2559). **การจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ชี มูล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวประเทศไทย ลาว และเวียดนาม**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ดลฤทัย โกวรรณกุล, พรลภัส สุวรรณรัตน์, วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล และศราวุธ ผิวแดง. (2559). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในลุ่มน้ำโขงบนฐานความเดิมแท้ เพื่อตอบรับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทวีป ศิริวิรัมย์ และพชรวรรณ สุขหมื่น. (2552). **การท่องเที่ยวชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน**. นนทบุรี: พี.เอส.
- บุญพา คำวิเศษณ์. (2554). **ข้อมูลพื้นฐานที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนบ้านวัดเขา ตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยราชพฤกษ์.

- รสสุคนธ์ ชันคำภาศ. (2556). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา (ลัญชานนท์), บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข, อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, ชวพจน์ ศุภสาร, สุพาดา สิริกุตตา และคณะ. (2550). **การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเม็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป.ลาว**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อนุชา เล็กสกุลติก, เชิดชัย นาคทิพวรรณ, ธเนศ เตชะเสน, พรทิพย์ บุญทรง, ศิริวรรณ อิสสระรีย์, สมเกียรติสุนทรไชย, และคณะ. (2550). **โครงการศึกษาการพัฒนาความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยสู่ชายฝั่งทะเลกัมพูชา โดยใช้จังหวัดตราดเป็นฐาน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Gladwell, N. J. and Bedini, L. A. (2004). In search of lost leisure: The impact of caregiving on leisure travel. **Tourism management**, 25, 685-693.
- Graham, B., Nash, C., Crooke, E. and Whelan, Y. (2004). **Irish border/lands: Cultural geographies of division, interconnection and diversity**. Coleraine: University of Ulster.
- Gropas, R. (2004). Functional borders, sustainable security and EU-Balkan relations. **Southeast European black sea studies**, 4(1), 49-76.
- Miles, M. B., and Huberman, A. M. (1994). **Qualitative data analysis: An expanded sourcebook**. Beverley Hills: Sage.

**แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง
ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่**
GUIDELINES FOR IMPROVE TOURISM COMPETENCY OF THE KHUN WANG ROYAL PROJECT
DEVELOPMENT CENTER, MAEWIN SUBDISTRICT, MAEWANG DISTRICT,
CHIANGMAI PROVINCE

ดร.กัญญากาญจน์ ไชเออร์ส (Dr.Kanyakan Syers)

ดร. ภาคภูมิ ภักวิภาส (Dr,Pakphum Pakvipas)

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) และเชิงคุณภาพ (Quantity Study) โดยการสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม 396 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21 – 30 ปี เป็นนักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่าเคยมาท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยใช้รถส่วนตัว กลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง คือเพื่อน จำนวน 2 – 3 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งต่อคนไม่เกิน 1,000 บาท (3) ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{x}=3.766$) ด้านความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ ($\bar{x}=3.587$) ด้านที่พัก ($\bar{x}= 3.548$) ด้านกิจกรรม ($\bar{x}=3.476$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=3.470$) ผลทดสอบสมมติฐาน พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความแตกต่าง จำแนกตามเพศ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และจากการทดสอบรายคู่ พบว่า ด้านของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางมีความสงบและเป็นธรรมชาติ เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความสำคัญ ($\bar{x}=4.133$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{x}=3.954$) และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางมีทิวทัศน์ที่สวยงามและสะอาด เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความสำคัญ ($\bar{x}=3.995$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{x}=3.819$) ตามลำดับ

คำสำคัญ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว, ศักยภาพทางการท่องเที่ยว, ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง

Abstract

This research applied both qualitative and quantitative approaches to explores tourists' behaviors and view towards travel experience at Khun Wang royal project development center as well as to study how to improve tourism competency of the Khun Wang royal project

development center. Data was collected through 396 questionnaires as the sample groups. The results show that (1) majority of respondents are male, undergraduate students, aged 21-30 years old with average incomes at 10,000 THB (or lower) (2) tourists have visited the center between 1-2 times with leisure purpose. Main transportation is a personal car with 2-3 accompanied travelers. The cost of travel was 1,000 THB (or lower) per person per time (3) the tourists' view towards touristic competency of the Khun Wang royal project development center, Maewin subdistrict, Maewang district, Chiangmai province is high on all dimensions, namely attractions ($\bar{x}=3.76$), accessibility ($\bar{x}=3.58$), accommodation ($\bar{x}=3.54$), activity ($\bar{x}=3.47$), and facility ($\bar{x}=3.47$). The hypothesis test shows that attraction varies in according to gender factor with statistical significance at 0.05 and the double comparison procedure on gender found that the average significance of female tourists' view on touristic competency of the center in regards with peaceful and naturalistic aspects is higher than that of male tourists (female =4.13 and male =3.95), and similarly, female tourists' view on touristic competency in regards with beautifulness and cleanliness is higher than that of male tourists (female =3.99 and male =3.81) respectively.

Keywords: Tourists' behavior, Touristic competency, Khun Wang royal project development center

บทนำ

เมื่อ พ.ศ. 2512 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ตั้งโครงการหลวงขึ้น โดยมีหม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี เป็นผู้รับสนองพระบรมราชโองการในตำแหน่งผู้อำนวยการ มีชื่อเรียกในระยะแรกว่า “โครงการหลวงพระบรมราชานุเคราะห์ชาวเขา” พระราชทานมีเป้าหมายสำหรับการดำเนินงาน ดังนี้ ช่วยชาวเขาเพื่อมนุษยธรรม คือ ให้ผู้ที่อยู่ในถิ่นทุรกันดาร สามารถมีความรู้และพุงตัวได้ มีความเจริญก้าวหน้า ช่วยชาวไทยโดยลดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ รักษาป่าไม้เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ชาวไทยภูเขาเลิกการปลูกฝิ่น เพราะเป็นปัญหาเสียดินซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ ถ้าสามารถช่วยชาวเขาให้ปลูกพืชได้ก็จะสามารถระงับการปลูกฝิ่นและค้าฝิ่นได้ผลดีรักษาดิน และใช้พื้นที่ให้ถูกต้อง คือ ให้ป่าอยู่และส่วนที่เป็นป่า และทำไร่ ทำ

สวน ในส่วนที่ควรเพาะปลูกอย่างรู้กล้ำซึ่งกันและกัน (มูลนิธิโครงการหลวง, 2555)

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของมูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ การท่องเที่ยวในบริเวณศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางมีจุดเด่นคือมีการท่องเที่ยวในเชิงผจญภัย เดินป่าและชมธรรมชาติ ชื่นชมความสวยงามแห่งแปลงไม้ผลเมืองหนาวที่จะพากันออกดอกบานสะพรั่งดูสดใส ไม่ว่าจะเป็นสาลี่ พลัม ท้อ แนนดารีน หรือสตรอเบอร์รี่ หรือเดินชมศึกษาแปลงทดลองการเกษตรภายในศูนย์ฯ จะมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกนำชมตามเส้นทางที่กำหนดโดยมีจุดน่าสนใจได้แก่ แปลงไม้ผลเมืองหนาว แปลงกาแฟ โรงกะเทาะเปลือกกาแฟ และแปลงทดสอบพันธุ์แมคคาเดเมีย สัมผัสความสวยงามของดอกนางพญาเสือโคร่ง หรือ

ชากระดอย ที่พากันออกดอกสีชมพูสว่างไสวเต็มต้น
ขับให้ดอยขุนวางกลายเป็นสีชมพูไปทั้งดอย ในช่วงฤดู
หนาวโดยเฉพาะกลางเดือนมกราคมถึงเดือน
กุมภาพันธ์ สนุกกับการดูนกที่มีหลากหลายสาย (กอง
พัฒนาเกษตรที่สูงสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์, 2545) ปัจจุบันศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุน
วางมีความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะ
จะเป็นบ้านพัก ห้องประชุมสัมมนา ห้องอาหาร และ
กิจกรรมท่องเที่ยวใกล้เคียง(มูลนิธิโครงการหลวง.
2548) ซึ่งทางศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง มีบ้าน
พักรับรองนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 4 หลัง แต่ละหลัง
พักได้ตั้งแต่ 4-8 คน มีลานกางเต็นท์ 2 จุด คือ บริเวณ
ลานหญ้าหน้าอาคารสำนักงาน และบริเวณหุบรับเสด็จ
ทั้งสองจุดรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 100 คน
นอกจากนี้ยังมีอาหารบริการในราคาถ้อยแท้ และกาแฟ
อาราบิก้าให้ชิมฟรีตลอดทั้งวัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่าศูนย์พัฒนา
โครงการหลวงขุนวาง เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มี
ความน่าสนใจ และเป็นสถานที่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว
ได้เป็นอย่างดี จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง
แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของ
ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง เพื่อให้ทราบถึง
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของ
ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ที่มาท่องเที่ยวยังศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านศักยภาพ
ทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุน
วาง ตามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพ
ทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุน
วาง

ประโยชน์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มา
เที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง
2. เพื่อทราบความคิดเห็นด้านศักยภาพ
ทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุน
วาง ตามกลุ่มนักท่องเที่ยว
3. เพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพ
ทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุน
วาง

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพ
ทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุน
วาง”ครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย คือ การศึกษา
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและศักยภาพทางการท่องเที่ยว
ของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางจากนักท่องเที่ยว
31,580 คน (เจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาโครงการ
หลวงขุนวาง, 2559) ที่ได้มาเที่ยวยังศูนย์พัฒนา
โครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง
จังหวัดเชียงใหม่ ในระหว่าง

สมมติฐานการวิจัย

เพศที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อ
ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการ
หลวงขุนวางที่ไม่แตกต่างกัน ที่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
Schiffman and Kanuk (2000) ได้ให้
ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็น
พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะ
หา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์
บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะ
สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการ

ศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ชื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ชื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน นอกจากนี้ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ยังได้กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหา ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคนิยมใช้ 6W1H ซึ่งจะทำให้เกิด ความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถหาสินค้าหรือบริการที่ดีและสอดคล้องกับพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วย (1) ลักษณะผู้บริโภคทางด้าน ภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ (2) สิ่ง queผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (3) เพื่อตอบสนองความต้องการ ได้แก่ ทางด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา (4) บทบาทของกลุ่มอิทธิพล ได้แก่ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้ (5) โอกาสการซื้อ ได้แก่ ช่วงใดของเดือน/วันและ โอกาสพิเศษหรือเทศกาล (6) สถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและ ร้านขายของ และ (7) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ

2. ศักยภาพการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ หรือที่เรียกว่า 5As ได้แก่ (1) ความดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะและเสน่ห์เฉพาะตัว ซึ่งมีสาเหตุที่มาจากความสวยงามตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ที่มีความหลากหลายหรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น (2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง

เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวก็อาจจะตัดสินใจจะไม่ไปเดินทางไปท่องเที่ยว หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจริงจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างและพัฒนาการคมนาคมให้ดียิ่งขึ้น (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับการท่องเที่ยว คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เรียกว่าโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม ไฟฟ้า ประปา ระบบการสื่อสารต่าง ๆ (4) ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการหากนักท่องเที่ยวต้องการหรือมีความจำเป็นต้องพักค้างคืนภายในแหล่งท่องเที่ยว นั่นคือ “ที่พัก” เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดการบริการภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย (5) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การพายเรือ หรือ การจัดกิจกรรมรื่นเริง เป็นต้น ศักยภาพของการท่องเที่ยวที่กล่าวมาทั้ง 5 ประการนั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น (ศรภูภา สุ นทรวราภาส, 2559)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยการสำรวจ (Survey Research) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 31,580 คนต่อปี (เจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง, 2559) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 396 จากการคำนวณสูตรของ Taro Yamane

ณ ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วย 4 ส่วนคือ (1) ข้อมูลส่วนบุคคล (2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อด้านศักยภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยว (3) ระดับความคิดเห็นต่อด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยว และ (4) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของลิเคอร์ท (Likert) ใช้มาตรวัดแสดงความคิดเห็นแบบ Likert Scale ประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ คือ ระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุดจนถึงระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด มีการแปลผลคะแนนรายข้อและโดยรวมใช้ค่าเฉลี่ยที่มีค่าตั้งแต่ 5.00 – 1.00 (กัลยา วาณิชบัญชา, 2544) ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อแสดงลักษณะการแจกแจงข้อมูลตัวแปรหรือการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติอ้างอิงโดยใช้ค่าสถิติทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One -Way ANOVA) หากพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) เครื่องมือในแบบสอบถามได้ทดสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พร้อมทดสอบความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.93

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ที่เคยมาท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 เดินทางโดยใช้รถส่วนตัว จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 86.6 มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว 2 – 3 คน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 กลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งต่อคนไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2

3. ระดับความคิดเห็นต่อด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ (1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{x}=3.76$, $S.D=1.00$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความสงบและเป็นธรรมชาติ ($\bar{x}=4.03$, $S.D=0.67$) มีทิวทัศน์ที่สวยงามและสะอาด ($\bar{x}=3.89$, $S.D=0.72$) เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ($\bar{x}=3.56$, $S.D=0.72$) และมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่หลากหลาย ($\bar{x}=3.56$, $S.D=0.83$) (2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ ($\bar{x}=3.58$, $S.D=0.71$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สามารถดูแผนที่ได้จากอินเทอร์เน็ต ($\bar{x}=3.78$, $S.D=0.81$) การเดินทางมีความสะดวก/ปลอดภัย/มี

ป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน ($\bar{x}=3.578$, $S.D=0.687$) มีการจัดศูนย์ข้อมูลข่าวสารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.52$, $S.D=0.68$) และสภาพถนนในการเดินทาง ($\bar{x}=3.46$, $S.D=0.97$) (3) ด้านที่พัก ($\bar{x}=3.54$, $S.D=0.87$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ที่พักมีความสะอาด ($\bar{x}=3.61$, $S.D=0.73$) ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=3.53$, $S.D=0.98$) พนักงานดูแลที่พักให้บริการด้วยความเป็นมิตร ($\bar{x}=3.52$, $S.D=0.76$) และที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{x}=3.51$, $S.D=0.97$) (4) ด้านกิจกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x}=3.47$, $S.D=0.63$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดความรักและห่วงใยธรรมชาติ ($\bar{x}=3.53$, $S.D=0.70$) และมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายไว้บริการ ($\bar{x}=3.41$, $S.D=0.73$) และ (5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=3.47$, $S.D=0.68$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีการจัดป้ายบอกทางอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{x}=3.58$, $S.D=0.91$) สถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สะดวกปลอดภัย ($\bar{x}=3.51$, $S.D=0.77$) ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะและน้ำใช้เพียงพอ ($\bar{x}=3.43$, $S.D=0.77$) สาธารณูปโภคพื้นฐานมีคุณภาพ ใช้การได้ดี ($\bar{x}=3.42$, $S.D=0.75$) และมีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ ราคาเหมาะสม ($\bar{x}=3.38$, $S.D=0.76$)

4. แนวทางการศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยว ผลทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ Independent Sample t-test พบว่าด้านความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ ด้านที่พัก ด้านกิจกรรมและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งยังพบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ มีความแตกต่าง จำแนกตามเพศ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และจากการทดสอบรายคู่ พบว่าด้านของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง

มีความสงบและเป็นธรรมชาติ เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความสำคัญ ($\bar{x}=4.13$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{x}=3.95$) และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางมีทิวทัศน์ที่สวยงามและสะอาด เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความสำคัญ ($\bar{x}=3.99$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{x}=3.81$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เคยมาท่องเที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง 1-2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เลือกเดินทางโดยใช้รถส่วนตัว ร่วมเดินทางกับเพื่อน 2 – 3 คน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 1,000 บาทต่อคน

ระดับความคิดเห็นต่อด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง (1) ด้านสิ่งดึงดูดใจโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ มีความสงบและเป็นธรรมชาติ มีทิวทัศน์ที่สวยงามและสะอาด เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักและมีผลิตผลทางการเกษตรที่หลากหลาย (2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ สภาพถนนในการเดินทาง การเดินทางมายังศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน สามารถดูแผนที่ได้จากอินเทอร์เน็ตและมีการจัดศูนย์ข้อมูลข่าวสารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ มีการจัดป้ายบอกทางอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย สาธารณูปโภคพื้นฐานมีคุณภาพ ใช้การได้ดี สถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สะดวกและปลอดภัย และห้องน้ำสะอาดถูกสุขลักษณะบริการและน้ำใช้เพียงพอ มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ ราคาเหมาะสมและสะอาด (4) ด้านที่พักโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ ที่พักมีความสะอาด มีความปลอดภัย มีสิ่ง

อำนวยความสะดวก และ (5) ด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายไว้บริการ และมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดความรักและหวงแหนธรรมชาติ

ผลทดสอบสมมติฐานพบว่าศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางมีความสงบและเป็นธรรมชาติ เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความสำคัญ ($\bar{x}=4.13$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{x}=3.95$) และมีทิวทัศน์ที่สวยงามและสะอาด เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความสำคัญ ($\bar{x}=3.99$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{x}=3.81$) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่” มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างจาก อลงกต สมฤทธิ์ (2551) ที่พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท อาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน

และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวยังศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ 1-2 ครั้ง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยรถส่วนตัวร่วมเดินทางกับเพื่อน จำนวน 1 – 2 คนและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับวรธรรม จันทิษฐ์ (2552) พบว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3 ครั้งขึ้นไป เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางท่องเที่ยวร่วมครอบครัวจำนวน 4 - 5 คนโดยรถส่วนตัว และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 บาท

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางมีความสงบและเป็นธรรมชาติ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักและมีผลิตผลทางการเกษตรที่หลากหลาย สอดคล้องกับอลงกต สมฤทธิ์ (2551) พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีการจัดการบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามและมีบรรยากาศดี ทั้งยังสอดคล้องกับจิตราภรณ์ ณ สุนทร (2548) พบว่านักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความหลากหลาย ทั้งชมแปลงเกษตรชมวิถีชีวิต ชมธรรมชาติซึ่งมีความสวยงามและยังอุดมสมบูรณ์ ตามที่ได้รับการประเมินว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ศักยภาพสูงด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศิรินนันท์ พงษ์นิรันดร์ โอชัยญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) พบว่าสิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการอย่างเพียงพอและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ สภาพถนนมีความสะดวกปลอดภัย มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน สามารถดูแผนที่ได้จากอินเทอร์เน็ตและมีการจัดศูนย์ข้อมูลข่าวสารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับศิรินนันท์ พงษ์นิรันดร์ โอชัยญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) พบว่านักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากป้ายบอกทางเป็นระยะแต่ไม่ชัดเจน อีกทั้งมีป้ายบอกทางของผู้ประกอบการเอกชนติดบริเวณข้างทางเป็นจำนวนมาก อาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนได้ ดังนั้นควรจัดระบบคมนาคมและการสัญจรให้ชัดเจน พร้อมกับทำป้ายบอกทางให้ถูกต้องและติดตั้งเป็นระยะ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีการจัดป้ายบอกทางอย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย สาธารณูปโภคพื้นฐานมีคุณภาพ ใช้การได้ดี สถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวกปลอดภัย และ ห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด ถูกสุขลักษณะบริการและน้ำใช้เพียงพอ รองลงมาคือ มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ ราคาเหมาะสมและสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับอรรถกถา สมฤทธิ์ (2551) พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการจัดจุดพักรถและมีจุดชมวิวยบริการ รองลงมา คือ มีลานจอดรถบริการอย่างเพียงพอ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ โอชญัญญา บัณฑิต (2559) พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกครบ คือ ที่พักแรม ร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยว แต่รถรับจ้าง/รถโดยสารมีให้บริการค่อนข้างน้อย และแตกต่างจากรัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการพัฒนาโดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน

ด้านที่พัก พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ที่พักมีความสะอาด มีความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งแตกต่างจากรัฐนันท์ พงษ์นิรันดร์ โอชญัญญา บัณฑิต (2559) พบว่า ตำบลวังน้ำเขียวมีที่พักแรม ร้านอาหารและธุรกิจนำเที่ยว ตำบลไทยสามัคคีมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักมากที่สุด ในอำเภอวังน้ำเขียวแต่ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทธุรกิจนำเที่ยว

ด้านกิจกรรม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายไว้บริการ และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดความรักและหวงแหนธรรมชาติ สอดคล้องกับวีรพล จินตามณี (2550) พบว่าทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ โรงเรือนแสดงพันธุ์ไม้ แปลงผักและผลไม้ ทรัพยากรวัฒนธรรมสำคัญ ได้แก่ พระธาตุดอยอ่างขางและวิถี

ชีวิตชนเผ่า เทศกาลงานประเพณีที่สำคัญได้แก่ เทศกาลไม้เมืองหนาวและกุหลาบ กิจกรรมโดนเด่นได้แก่ การเดินป่า การดูนก ซึ่งแตกต่างจากศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ โอชญัญญา บัณฑิต (2559) พบว่าควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและจิตราภรณ์ ณ สุนทร (2548) พบว่าด้านกิจกรรมกระบวนการ ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว และพบปัญหาด้านภาษา ขาดการบำรุงดูแลเส้นทางท่องเที่ยวเนื่องจากขาดงบประมาณและด้านชุมชนมีส่วนร่วม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

เนื่องจากศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้นควรมีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการการเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและทั่วถึงกัน อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังศูนย์ฯ มากขึ้น ตัวอย่างเช่น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ Facebook รวมถึงการจัดกิจกรรมผ่านสื่อ Social Media

ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางไปยังศูนย์ฯ อย่างชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังศูนย์ฯ ได้อย่างสะดวก

ควรมีมาตรการกำหนดเกี่ยวกับคุณภาพของอาหาร เช่น ร้านอาหารต้องผ่านมาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อยที่ออกโดยกระทรวงสาธารณสุข เพื่อความปลอดภัยและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

ควรมีการจัดการในเรื่องการสำรองน้ำใช้ให้เพียงพอในช่วงฤดูร้อนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูนั้น

ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพให้เกิดความร่มรื่น เป็นธรรมชาติและจัดกิจกรรมที่หลากหลาย และจัดกิจกรรมตรงตามเทศกาลต่าง ๆ ที่ตอบสนองและตรงกับความต้องการที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว

ควรมีการจัดอบรมพนักงานในเรื่องของการ และการต้อนรับ การดูแลความปลอดภัย การให้ข้อมูล ให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น มาตรฐานการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). **หลักสถิติ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- กุลวดี ละม้ายจีน. (2552). **องค์ประกอบของการท่องเที่ยว**. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- กองพัฒนาเกษตรที่สูงสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2545). แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการหลวง. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง). (2560). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยว/ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่-ขุนวาง> เข้าถึงเมื่อ 11 มีนาคม 2561.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. 2559. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/00000150.PDF> เข้าถึงเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2561.
- จิตราภรณ์ ณ สุนทร. (2548). **แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยน้ำริน ตำบลแม่เจดีย์ใหม่ อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย**. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจ้าหน้าที่โครงการหลวงขุนวาง. (2559). จำนวนนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวางปี 2559.
- มูลนิธิโครงการหลวง. สำนักงาน. (2555). **ความเป็นมา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.royalprojectthailand.com/about>. เข้าถึงเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2561.
-(2555). **แผนที่ตั้งศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://royalprojectthailand.com/khunwang> เข้าถึงเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2560.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). **ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2558). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืนโครงการหลวงปางตะวารสารเทคโนโลยีสุรนารี**. 9(1). 19 – 35.
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรพล จินตามณี. (2550). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในโครงการหลวง:กรณีศึกษาโครงการหลวงดอยอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรินันท์ พงษ์นรินทร์ โอชัญญา บัณฑิต และชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). **แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา**. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการมหาวิทยาลัยขอนแก่น. 9(1), มกราคม - มิถุนายน 2559. 234-259.

- ศรธรรมา สุนทรธรรมาภส. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้า. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.utccmbaonline.com/ijbr/doc/ld299-17-04-2016_17:15:42.pdf เข้าถึงเมื่อ 8 เมษายน 2561.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิลด์.
- อลงกต สมฤทธิ์. (2551). แนวทางการพัฒนาการบริการทางการท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยลึก ตำบลปิงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- Cronbach, L. J. (1972). *Essentials of Psychological Testing*. 5th ed. New York: Harper Collions.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazer. (2000). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prantice Pearson Hall.

**การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์:กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบ
ทน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่**

**THE RESEARCH STUDIED THE POTENTIAL HISTORICAL TOURIST DESTINATION: A CASE
STUDY OF ARCHAEOLOGICAL SITES AFFECTED BY FLOODING, BHUMIPOL DAM CREATED
IN HOD DISTRICT, CHIANG MAI.**

**นายพีรพงษ์ ไชยวงศ์¹ นายภูรินทร์ เตชะเสนา²
Peerapong Chaiwong¹ Phurin Techasena²**

หลักสูตรการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
Bachelor of Arts Program in Tourism and Hotel, Faculty of Business Administration and Liberal Arts ,
Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์:กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยคณะผู้จัดทำวิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสำรวจ และ การสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และใช้เป็นแนวทางในการในการพัฒนาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐยังไม่สามารถดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานได้อย่างเต็มที่ โดยตัวโบราณสถานถูกล่อยทิ้งร้างและบุกรุกทำลายโดยเอกชนที่ไม่รู้คุณค่าโบราณสถานบางแห่งได้รับการบูรณะโดยเอกชนแต่ได้รับการบูรณะที่ผิดแบบ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมมือกับเอกชนและชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

คณะผู้วิจัยมีความต้องการที่อยากมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโบราณสถานที่แห่งนี้ โดยได้ทำการสำรวจบันทึกสภาพปัจจุบันและนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลเก่าที่มีการศึกษา และได้ทำการกำหนดเส้นทางการเข้าถึงใหม่ เพื่อในอนาคตจะได้มีการนำไปศึกษาและพัฒนาต่อยอดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ การศึกษาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การศึกษาโบราณสถาน ผลกระทบน้ำท่วม เขื่อนภูมิพล จังหวัดเชียงใหม่

² Corresponding Author
E-mail: yongler-yo@hotmail.com

Abstract

The research studied the potential historical tourist destination: A case study of archaeological sites affected by flooding, Bhumipol dam created in Hod district, Chiang Mai. By Staff researchers studied data from surveys and interviews to document the data was analyzed. And serve as a guideline for the development of archaeological sites affected by flooding, the dam created Hod. Chiangmai Province.

Operating results showed that the tourism development of the public sector can not develop tourism. The researchers also wanted to participate in the proposed tourism development remains affected by flooding from the dam created Hod, Chiang Mai. In order to continue to meet these aims.

In this study even though there are some researchers are convinced that research of this book will be of particular interest to those who study and research this info from the book to use as a guide in the development of the tourism potential of history also provides community guru villagers. Tourists awareness to conservation of antiquities that were affected from the flooding to build the dam and have developed a location of historical tourism in the future.

Keyword: Educational potential Historical tourism Ancient studies, Flood impact Bhumibol dam Chiang Mai Province

บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาแต่โบราณ มี “คำเมือง” เป็นภาษาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งด้านประเพณีวัฒนธรรม และมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเริ่มวางตัวเป็นนครสร้างสรรค์ และได้รับการประกาศเป็นเมืองสร้างสรรค์ของโลกทางด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ปัจจุบันกำลังพิจารณาเป็นเมืองมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก

ฮอดเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่โดยคำว่า ฮอด มีความหมายว่าถึงแล้ว หรือ มาถึงแล้วมีโบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และมีความเก่าแก่โดยหมู่บ้านแห่งนี้สร้างขึ้นในสมัยพระนางจามเทวี เช่น วัดพระเจ้าไท่ตามคำอุทานในภาษาล้านนาว่า ไทะ แปลว่าใหญ่โต ต่อมา เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2500 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช

ได้พระราชทานพระปรมาภิไธยให้เป็นชื่อเชื่อว่า ‘เขื่อนภูมิพล’ ลักษณะของเขื่อนเป็นเขื่อนคอนกรีตโค้งเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย และเอเชียอาคเนย์ และเป็นอันดับ 8 ของโลก สร้างปิดกั้นลำน้ำปิงที่บริเวณเขาแก้วอำเภอสามเงา จังหวัดตาก

วันที่ 24 มิถุนายน 2504 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้เสด็จพระราชดำเนินทรงวางศิลาฤกษ์การก่อสร้างก่อสร้างในระยะแรกประกอบด้วยงานก่อสร้างตัวเขื่อน ระบบส่งไฟฟ้า และอาคารโรงไฟฟ้าในปี พ.ศ.2506 เริ่มมีการเริ่มปิดเขื่อนกั้นน้ำ และสามารถจ่ายกระแสไฟฟ้าได้ เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม และ 15 มิถุนายน 2507 ตามลำดับ ต่อจากนั้นพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดเขื่อนภูมิพล เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2507

จากข้อมูลของเขื่อนภูมิพล ระบุว่า อ่างเก็บ

น้ำเหนือเขื่อนมีเนื้อที่ผิวน้ำประมาณ 300 ตาราง กิโลเมตร ความยาวของลำน้ำจากเขื่อนถึงอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นระยะทาง 207 กิโลเมตรนอกจากประโยชน์ทางด้านพลังงานไฟฟ้า และชลประทานแล้ว เขื่อนภูมิพลยังเป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำจืด จากข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของ อบต.ฮอด ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2502 ทาง เขื่อนภูมิพล ได้ทำการเวนคืนที่ดินในเขต น้ำท่วมในพื้นที่ตำบลฮอดเดิม ซึ่งประกอบด้วย บ้าน แควมะกอก หมู่ที่ 1, บ้านหลวงฮอด หมู่ที่ 2, บ้านวัง ลุง หมู่ที่ 3, บ้านห้วยทราย หมู่ที่ 4 เนื่องจากจะต้อง ได้รับผลกระทบ

ในปี 2505 ให้มีการย้ายสถานที่ราชการที่สำคัญ เช่น ที่ว่าการอำเภอ สถานีตำรวจ โรงเรียน ฯลฯ ให้ย้ายไปอยู่ในเขตพื้นที่บ้านท่าข้าม ตำบลหางดง อำเภอฮอด ซึ่งอยู่บริเวณสันดอนของแม่น้ำแจ่มไหลลง มาบรรจบกับแม่น้ำปิง จากนั้นไม่นานน้ำเหนือเขื่อน ภูมิพลก็เริ่มเอ่อหนุนท่วมขึ้นไปทางเหนืออย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งน้ำเริ่มแผ่ขยายเข้าท่วมพื้นที่ตำบลมิดกา ตำบลท่าเตื่อ และตำบลบ้านแอ่น และในปี พ.ศ.2507 น้ำก็เริ่มเข้าท่วมพื้นที่ของตำบลฮอด ตำบลหางดง อำเภอฮอด และบ้านแปะ เขตอำเภอจอมทอง

โบราณสถานที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม และการสร้างเขื่อน ซึ่งได้แก่ ร่องรอยวัดโบราณ เช่น วัดเจดีย์สูง วัดหลวงฮอด วัดศรีโขง วัดสันหนอง วัด ดอกเงิน วัดดอกคำ เป็นต้นหลังจากน้ำเริ่มหนุนท่วม เข้ามา ชาวบ้านในตำบลฮอด จึงพากันย้ายอพยพขึ้น ไปอยู่บนที่สูง ทางราชการได้จัดเป็นพื้นที่นิคมจึงพากัน ย้ายไปอยู่ในพื้นที่แห่งนั้น ได้แก่ บ้านแควมะกอก ย้าย มาตั้งที่บ้านพะดินแดงในปัจจุบัน และบ้านวังลุงได้ ย้ายมารวมอยู่ที่เดียวกับบ้านหลวงฮอดที่พะดินแดง ก็ย้ายตามขึ้นไป ณ ที่ตั้งปัจจุบัน

จากเรื่องที่กล่าวมาข้างต้นกลุ่มผู้วิจัยมีความ สนใจในการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาวัดโบราณที่ได้รับผลกระทบจากการสร้าง เขื่อนภูมิพลของอำเภอฮอดในอดีต กลุ่มผู้วิจัยเล็งเห็น

ว่าการสำรวจโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วม จากเขื่อนภูมิพลของอำเภอฮอดสามารถนำมาเป็น แนวทางในการเสนอพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ต่อไป(เอกสารข้อมูล ประวัติศาสตร์ โครงการสำรวจชุมชนโบราณท่าเชียง ทอง ยุคก่อนหรือหลังยุค ‘ย้อนรอยพระนางจามเทวี ตามหาท่าเรือเชียงทอง’ ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หริภุญไชย สำนักศิลปากรที่ 8 เชียงใหม่, 2559)

วัตถุประสงค์การวิจัย วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพลจากเอกสาร
2. เพื่อสำรวจโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบ น้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อ.ฮอด จ.เชียงใหม่
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อ.ฮอด จ.เชียงใหม่

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์:กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบ น้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และ บททวนวรรณกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ไว้ดังต่อไปนี้

- 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์
- 2 แนวคิดเกี่ยวกับโบราณสถาน
- 3 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอฮอด
- 4 ข้อมูลโบราณสถานในอำเภอฮอด
- 5 ข้อมูลเกี่ยวกับเขื่อนภูมิพลและ ผลกระทบจากการสร้างเขื่อนภูมิพล
- 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องวิธีการวิจัย เนื้อหา

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการสร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์นี้ ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย แล้วนำมาประมวลเพื่อตั้งเป็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มที่ได้ทำการศึกษาผู้วิจัยได้แบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม

1. พระภิกษุสงฆ์
2. ปราชญ์ชาวบ้าน
- 3.หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือสำคัญในการเก็บและรวบรวมข้อมูลโดยผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แบบสำรวจเบื้องต้น (Basic Survey) เพื่อบันทึกข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นข้อมูลเอกสาร ตำรา บทความวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และการสำรวจภาคสนาม

2. แบบบันทึก (Field Note) แบบบันทึกหรือแบบจดบันทึก มีความสำคัญเพราะช่วยป้องกันการหลงลืม โดยใช้สำหรับบันทึกเพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ ระหว่างดำเนินการวิจัย อุปกรณ์สำหรับบันทึกข้อมูล เช่น บันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป เครื่องเขียน

3. การสัมภาษณ์ (Interview) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการถามเจาะลึกถึงคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน เป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคำถามและลำดับขั้นตอนของการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เป็นการพูดคุยสนทนาตามธรรมชาติ

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวิชาการจากแหล่งข้อมูลและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น เอกสารทางวิชาการที่ใช้ประกอบการอ้างอิงจากหนังสือ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Interview)

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ทางผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางประการสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการขอความร่วมมือจากองค์กรหรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball sampling) โดยอาศัยการแนะนำของผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 ไปยังบุคคลที่ 2 ที่มีความรู้และแนะนำบุคคลที่มีความรู้ต่อกัน ไม่ว่าจะเป็น นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงผู้มีความรู้ทางประวัติศาสตร์ ในกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึกนั้น ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการบันทึกข้อมูลโดยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียงของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการขออนุญาตจากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทำการบันทึกเสียงหากได้รับอนุญาต เพื่อนำมาใช้ในการกระบวนการตรวจสอบและตรวจทานความถูกต้องย้อนกลับในภายหลังได้

2. ในขณะสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะทำการจดบันทึกสรุปสั้นๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญและเมื่อจบการสัมภาษณ์จะนำข้อมูลที่ได้กลับมาจดบันทึกอีกครั้งอย่างละเอียดเพื่อป้องกันการหลงลืมข้อมูลที่สำคัญ โดยจะทำการบันทึกแบ่งข้อมูลเป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบและวิเคราะห์ในขั้นต่อไป

3. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยเครื่องบันทึกเสียงจะถูกนำมาทำการบันทึกข้อมูลไว้ที่เครื่อง

คอมพิวเตอร์ของผู้ทำการวิจัยเพื่อป้องกันความผิดพลาดและความเสียหายของข้อมูลและเพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วนเพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไปและข้อมูลที่ได้อาจจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะนำมาถอดเทปแบบคำต่อคำแล้วจึงตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยการฟังการบันทึกเสียงที่ได้จากการบันทึกไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ผู้วิจัยจะทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล บันทึกข้อมูลที่ได้อีกและเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้อีกทั้งหมดด้วยตนเองและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลที่เก็บมาได้ทั้งเอกสารจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยจะจดบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและนำข้อมูลในเรื่องเดียวกันมาประมวลเข้าด้วยกัน ถ้าพบว่ามีข้อแตกต่างก็ทำการตรวจสอบกับแหล่งที่มาหรือแหล่งอื่นที่เชื่อถือได้โดยอิงข้อมูลตามสภาพความเป็นจริงและนำผลการศึกษาที่ได้มาเขียนรายงานผลการศึกษิตตามระเบียบวิธีวิจัยต่อไป

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขต มุ่งศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากเขื่อนภูมิพล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจะแบ่งขอบเขตด้านเนื้อหาเป็นดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอฮอด
2. ข้อมูลพื้นฐานเขื่อนภูมิพล
3. การศึกษาผลกระทบของเขื่อนภูมิพล
4. การศึกษาโบราณสถานในอำเภอฮอด
5. การศึกษาเพื่อพัฒนาแหล่งโบราณสถาน

เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคือ บริเวณหมู่บ้านหลวงฮอด ตำบลวังลุง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล โดยโบราณสถานที่อยู่ในพื้นที่อยู่บริเวณแม่น้ำปิง และได้รับความเสียหายจากการถูกน้ำกัดเซาะเนื่องจากจมอยู่ใต้น้ำเป็นเวลานาน จนถึงปัจจุบันโบราณสถานในพื้นที่ดังกล่าวได้ถูกทิ้งร้าง ได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมาก และไม่ได้รับการบูรณะ ภายในพื้นที่ยังมีโบราณสถานที่ไม่เป็นที่สนใจ ซึ่งทางกรมศิลปากรไม่ได้เข้าไปตรวจสอบ ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงใช้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ของอำเภอฮอด มีผลการวิจัย ดังนี้

อำเภอฮอดเป็นอำเภอหนึ่งในอดีตเคยมีความเจริญรุ่งเรืองทางพระพุทธศาสนามีการสร้างโบราณสถานที่มีความสำคัญ และเป็นเมืองท่าที่ใช้สำหรับการขนส่งสินค้าทางแม่น้ำเรียกว่าท่าเชียงทอง เป็นท่าเรือที่รับส่งสินค้าจากภาคกลางและขนส่งสินค้าจากภาคเหนือลงไปขายที่ภาคกลาง ในอดีตเป็นท่าเรือที่มีความรุ่งเรืองเป็นอย่างมากของอำเภอฮอด จึงทำให้มีร่องรอยทางประวัติศาสตร์ เช่น เรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ชากโบราณสถาน เจดีย์ โบราณวัตถุต่างๆ ตามประวัติศาสตร์ของอำเภอฮอดในอดีตประมาณ 1300 ปี

เมืองฮอดในอดีตนั้นเป็นสถานที่ที่พระนางจามเทวีได้ทรงเสด็จพระราชดำเนินผ่านและเป็นสถานที่พักไพร่พลของพระนางจามเทวีระหว่างทางที่

พระราชดำเนิรเสด็จไปสร้างเมืองหริภุญชัยตามคำเชิญของพระยาวิชาสุเทพซึ่งคาดว่าเป็นช่วงพุทธศตวรรษที่ 13 แสดงให้เห็นว่าเมืองฮอดในอดีตได้มีการเข้ามาตั้งถิ่นฐานของผู้คนในยุคของพระนางจามเทวีหรือร่วมสมัยกับการสร้างเมืองหริภุญชัยช่วงพุทธศตวรรษที่ 13

ในโคลงมังฆราวาธิกซึ่งใหม่ได้กล่าวถึงเมืองฮอดว่า ในอดีตนั้นถูกเรียกว่า “เมืองฮอด” แสดงให้เห็นว่าก่อนที่มังฆราวาธิกจะทำการบุกยึดเมืองเชียงใหม่และการกวาดต้อนไพร่พลไปสู่เมืองหงสาวดีซึ่งอยู่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 22

เมืองฮอดได้เจริญรุ่งเรืองอยู่ก่อนยุคพุทธศตวรรษที่ 22 และในโคลงยังกล่าวถึงสภาพเศรษฐกิจเมืองฮอดในอดีตว่าเป็นเมืองที่พ่อค้าเรือทางอยุธยาเดินทางมาเทียบท่าเพื่อทำการขนส่งสินค้าในการค้าขาย มีตลาดสดตลอดวัน ชาวเชียงใหม่ต่างก็เดินทางมาทำการค้าขายที่เมืองฮอดจนบางคนมั่งคั่งร่ำรวยแสดงให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีความรุ่งเรืองทางการค้าและการคมนาคมสูงเป็นเมืองทางการค้าตามเส้นทางแม่น้ำปิงที่สำคัญของเมืองเชียงใหม่ในอดีต

มีการล่องเรือค้าขายซึ่งสินค้าที่สำคัญ เช่น เกลือ ปลาหู ผ้าย เสื่อผ้า ลูกกอก แสดงให้เห็นว่าเมืองฮอดเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้าและเศรษฐกิจ เป็นเมืองที่สำคัญมีการนำเข้าและส่งออกสินค้าต่างๆเข้าสู่เมืองฮอดและต่างเมืองผ่านเส้นทางแม่น้ำปิง มีตลาดค้าขายขนาดใหญ่ โดยรวมเป็นเมืองที่ความเจริญเศรษฐกิจดีและสภาพการค้าขายที่คล่องตัว

จนกระทั่งปี พ.ศ.2507 เกิดการสร้างเขื่อนภูมิพลขึ้นขวางเส้นทางแม่น้ำปิงบริเวณจังหวัดตากส่งผลกระทบให้การคมนาคมทางน้ำตามแม่น้ำปิงขึ้นไปอำเภอฮอดไม่สามารถทำการคมนาคมได้อีกต่อไป โดยในพื้นที่มีโบราณสถาน และโบราณวัตถุที่คาดว่าได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากเขื่อนภูมิพล พบโบราณสถานและโบราณวัตถุที่มีความสำคัญอยู่หลายแห่งและ

หลายชิ้น ได้แก่ วัดเจดีย์สูง วัดดอกคำ วัดดอกเงิน วัดศรีโขง วัดสันหนอง ปัจจุบันมีสภาพเป็นโบราณกรร้างทรุดโทรม และมีวัดที่รกร้างมาก่อนได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล จังหวัดตาก เช่น วัดดอกเงิน วัดดอกคำ วัดศรีโขง และวัดสันหนอง โดยโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพลอำเภอฮอดในปัจจุบันถูกสร้างขึ้นระหว่างปลายพุทธศตวรรษที่ 21 ถึงช่วงพุทธศตวรรษที่ 22 หรือช่วงยุคทองของล้านนา

ภายในเจดีย์ดังกล่าวยังพบโบราณวัตถุต่างๆ เช่น พระพุทธรูปสำริด พระพุทธรูปแก้ว พระพุทธรูปงา ลานทองคำ ลานเงิน ของเบ็ดเตล็ดที่ทำด้วยแก้วผลึก เครื่องถ้วยจีน เป็นต้น ซึ่งเครื่องถ้วยจีนที่ถูกขุดค้นพบจากเจดีย์และวัดที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากเขื่อนภูมิพล ในอำเภอฮอดต่างเป็นเครื่องถ้วยในราชวงศ์หมิงทั้งสิ้นซึ่งราชวงศ์หมิงเป็นราชวงศ์ที่ปกครองเมืองจีนระหว่างพุทธศตวรรษที่ 14 ตอนต้นถึงพุทธศตวรรษที่ 22 ตอนปลายเชื่อมโยงกับช่วงเวลาในการสร้างโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล ในเขตอำเภอฮอด สร้างอยู่ในปลายพุทธศตวรรษที่ 21 ถึงพุทธศตวรรษที่ 22

ในการศึกษาศึกษาภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพลอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีการจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสม และมีการทำเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและได้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่มีอายุยาวนานกว่า 500 ปี เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเจริญก้าวหน้า ความงดงามของศิลปะและเหลื่อมรดกตกทอดมายังชนรุ่นหลังได้ศึกษา เพื่อให้โบราณสถาน โบราณวัตถุยังคงอยู่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ เอกชน และคนในชุมชน

อภิปรายผล จากผลการศึกษาที่มีข้ออภิปรายดังนี้

1. การจัดทำป้ายบอกเส้นทางการเข้าถึงแหล่งโบราณสถานของอำเภอฮอด เพื่อให้การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย
2. การจัดทำบอร์ดบอกจุดที่ตั้งของโบราณสถานโดยรวมทั้งหมด รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย โฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ
3. การทำป้ายบอกเล่าประวัติของโบราณสถานแต่ละสถานที่ พร้อมทั้งรูปของโบราณสถานให้มีความชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง
4. ให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ ประชาชนในพื้นที่และเยาวชน เพื่อให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโบราณสถานอย่างถูกต้อง
5. สนับสนุนให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ และร่วมมือกันในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว
6. ปรับปรุงสภาพถนน เพื่อการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวให้สะดวกสบายมากขึ้น
7. มีป้ายกฎระเบียบและข้อปฏิบัติต่างในการเข้าชมสถานที่ทุกที่
8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ลานจอดรถ การบริการห้องน้ำ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน
9. มีการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าบริการสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้า
10. หน่วยงานรัฐและท้องถิ่นมีส่วนร่วมสนับสนุนงบประมาณ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

สรุปผล

ในการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อำเภอฮอดเป็น

อำเภอหนึ่งในอดีตเคยมีความเจริญรุ่งเรืองทางพระพุทธศาสนามีการสร้างศาสนสถานที่มีความสำคัญเป็นเมืองท่าที่ใช้สำหรับการขนส่งสินค้าทางแม่น้ำ เป็นท่าเรือที่รับส่งสินค้าจากภาคกลางและขนส่งสินค้าจากภาคเหนือลงไปค้าขายยังภาคกลาง

มีการพบร่องรอยทางประวัติศาสตร์ ชากโบราณสถาน เจดีย์ โบราณวัตถุต่างๆ ตามเส้นทางเลียบริมน้ำปิงของอำเภอฮอด เช่น วัดเจดีย์สูง วัดดอกคำ วัดดอกเงิน วัดศรีโขง วัดสันหนอง ฯลฯ จากการศึกษารูปแบบทางประวัติศาสตร์ศิลปะ โบราณสถานเหล่านี้ ถูกสร้างขึ้นระหว่างปลายพุทธศตวรรษที่ 21 ถึงช่วงพุทธศตวรรษที่ 22 หรือช่วงยุคทองของล้านนา

จนกระทั่งปี พ.ศ.2507 การสร้างเขื่อนภูมิพลขึ้นขวางเส้นทางแม่น้ำปิงบริเวณจังหวัดตากส่งผลกระทบให้การคมนาคมทางน้ำตามแม่น้ำปิงขึ้นไปอำเภอฮอด โดยในพื้นที่มีโบราณสถานหลายแห่งถูกกำหนดโดยการสำรวจว่าน่าจะมีผลกระทบจากการสร้างเขื่อนภูมิพล จึงทำให้เกิดการสำรวจเบื้องต้นโดยกรมศิลปากรและชุดหาทรัพย์สินในเจดีย์ก่อนที่น้ำจะท่วมตามการคาดการณ์ ปรากฏว่าน้ำไม่ได้ท่วมตามความคาดหมาย โบราณสถานเหล่านี้จึงถูกทิ้งร้างนับแต่นั้นมาและเริ่มมีการขุดหาสมบัติจากชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง จนโบราณสถานมีสภาพทรุดโทรมเช่นปัจจุบัน

ในการวิจัยนี้ได้เสนอการศึกษาเพื่อให้องค์ความรู้ที่ถูกกลืนไปและเสนอแนวทางให้มีการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีการทำเส้นทางการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นการท่องเที่ยวให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่มีอายุยาวนานกว่า 500 ปี เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเจริญก้าวหน้า ความงดงามของศิลปะและเหลือมรดกตกทอดมายังชนรุ่นหลังได้ศึกษา เพื่อให้โบราณสถานโบราณวัตถุยังคงอยู่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ เอกชน และคนในชุมชน

References

- กรมศิลปากร.(2509).สมบัติจากเชื่อนภูมิพล. พิมพ์เป็นที่ระลึกในการฉาปนกิจศพ นายนภยูง พงษ์สามารถ.
กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- _____. (2542).นำชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เชียงใหม่กรุงเทพฯ: บริษัท คัมปาย อิมเมจจิ่ง จำกัด.
- กรมพระยาดำรงราชานุภาพ. (2471). มูลเหตุแห่งการสร้างวัดในประเทศไทย. [ม.ท.ป]: [ม.ท.ป].
- จิรัชศักดิ์ เดชวงศ์ญา.(2541).พระเจดีย์เมืองเชียงใหม่.เชียงใหม่ : กลางเวียงการพิมพ์ เชียงใหม่.
- เชษฐ์ ดิงส์กุลลี.(2555).เจดีย์ในศิลปะพม่า – มอญ พัฒนาการทางด้านรูปแบบตั้งแต่ศิลปะศรีเกษตรถึงศิลปะ
มณฑล.กรุงเทพฯ: ด้านสถาปัตยกรรมพิมพ์.
- ยอช เซเดสี หลวงบริบาลบุรีรัตน์. (2515). พระพุทธรูปสมัยต่างๆในประเทศไทย และตำนานพระพิมพ์.
[ม.ท.ป]: กรมศิลปากร.
- สรสวัสดิ์ อ่องสกุล. (2529). ประวัติศาสตร์ล้านนา. [ม.ท.ป]: [ม.ท.ป].
- สายันต์ ไพรชาวจิตร.(2550).การจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีในงานพัฒนาชุมชน.พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ:
ศักดิ์โสภาคการพิมพ์.
- สันติ เล็กสุขุม. (2557). ประวัติศาสตร์ศิลปะไทย(ฉบับย่อ): การเริ่มต้นและการสืบเนื่องงาน ช่างในศาสนา.
กรุงเทพฯ: บริษัทวิริยะธุรกิจ จำกัด.
- _____. (2555). ศิลปะภาคเหนือ: ทรัพยากรล้านนา. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- นิธินันท์ สังสิทธิ. (2559).ปัจจัยที่มีผลต่อการบูรณปฏิสังขรณ์และการปรับการใช้สอยวัดในนครประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา.(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- เพียว ไวยโรจน์. (2530).ปัญหาของครูสังคมศึกษาในการพัฒนาเจตคติต่อการอนุรักษ์โบราณสถานและ
โบราณวัตถุของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา เขตการศึกษา 6. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- พัทธ์ แดงพันธ์. (2555).การพัฒนาชุมชนเมืองกับการอนุรักษ์โบราณสถานในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา
และปริมณฑล พ.ศ.2482-2544. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- วรรณรงค์ กฤตพุท. (2546). การเจริญเติบโตของเมืองและการขยายตัวของชุมชนในพื้นที่โดยรอบโบราณ
สถาน : กรณีศึกษาเมืองนครปฐม. (วิทยานิพนธ์บริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- วินัย หมั่นคิตธรรม. (2555).การศึกษาแนวทางการออกแบบและบูรณโบราณสถานเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์
ใหม่กรณีศึกษา: อาคารศัพทศาสตร์ประไพ อาคารจุฬารัตนาภรณ์ อาคารอาทรทิพย์นิवास และอาคาร
เอื้อนอาชฌณวัลย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา).
- สุวัฒน์ คุ่มวงศ์. (2525). การศึกษาบริเวณโบราณสถานเพื่อประกอบการวางแผนพัฒนาเมือง เทศบาลเมือง
นครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์บริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- สมหมาย เปรมจิตต์. (2524).งานศึกษาสำรวจพระเจดีย์ในล้านนาไทย.เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม.
- สุรพล ดำริห์กุล.(2547).ประวัติศาสตร์และศิลปะศรีอยุธยา.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เมืองโบราณ.
- อักรชัย ชัยแสวง, บวร แก้วราช และ เอมอร อินทนนท์. (2546).ศิลปะเจดีย์ในจังหวัดเชียงใหม่กับการพัฒนา
สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว. (วิทยานิพนธ์บริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมกุฏราชวิทยาลัย).

GiannaM.Moscardo, P. (1986). Historic theme parks: An Australian experience in authenticity. *Annals of Tourism Research* , pp. 467-479

Gulnaralsmagilova, L. I. (2015, May 14). Using Historical Heritage as a Factor in Tourism Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , pp. 157-162

John Towner, G. (1991). History and tourism. *Annals of Tourism Research* , pp. 71-84

WIWANITKIT, V. (2017). LOCAL MUSEUM IN BUDDHIST PAGODA: TOURIST SITE AND. *International Journal of Trans. in Tourism & Hospitality Management and Cultural Heritage* , pp. 25-27

แคลวิน ล็อก. (23 สิงหาคม 2554). การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์. เรียกใช้เมื่อ 2561 จาก [www.slideshare.net](https://www.slideshare.net/Calvinlok/ss-8984990): <https://www.slideshare.net/Calvinlok/ss-8984990>

ดวงทิพย์ สุชี. (1 กันยายน 2552). การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ . เรียกใช้เมื่อ 2561 จาก oil321.blogspot.com: <https://oil321.blogspot.com/>



“รูปที่ 1 แผนที่แหล่งโบราณสถานที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพล
อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่”



“รูปที่ 2 พระบฏขนาดใหญ่ถูกม้วนไว้ในไห พบในกรุเจดีย์วัดดอกเงิน เมืองฮอด
ที่มา: หนังสือสมบัติศิลปจากบริเวณเขื่อนภูมิพล กรมศิลปากร”



“รูปที่ 3 ภาพวัดดอกคำและวัดเจดีย์สูง เมืองฮอดในอดีตก่อนที่จะมีการสำรวจและสร้างเขื่อนภูมิพล”



“รูปที่ 3 ภาพวัดดอกคำและวัดเจดีย์สูง เมืองฮอดในปัจจุบันเสื่อมโทรมจากการขาดรื้อทำลายเพื่อหาทรัพย์สินสมบัติ
ในกรุเจดีย์ก่อนที่จะท่วมเจดีย์ตามแผนการสร้างเขื่อนแต่ผลปรากฏว่าน้ำไม่ได้ท่วมถึงโบราณสถาน จึงถูกปล่อย
ทิ้งร้างดังภาพในปัจจุบัน”

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ HOT SPRING MANAGEMENT OF HEALTH TOURISM IN CHIANGMAI

วรพงษ์ ด้วงน้อย¹ ประทีป พิษทองกลาง² และนิศรา จันทร์เจริญสุข³
Woraphong Daungnoi¹, Prateep Peuchthonglang² and Nisara Janjaroensuk³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

1,2 Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสานวิธี พื้นที่วิจัย คือ น้ำพุร้อนสันกำแพง ตำบลบ้านสหกรณ์ อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ 50 คน ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง และนักท่องเที่ยว 250 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การสังเคราะห์ข้อมูลแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา พบว่า

1. แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวเข้ามาพักผ่อนแช่เท้าในธารน้ำร้อน นวดสปา ต้มไข่ มีสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก มีที่พักและร้านอาหารและเครื่องดื่มบริการ มีร้านของฝากของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่อาบน้ำ ถึงขยะมีอยู่หลายจุดและสังเกตเห็นได้ง่าย ที่จอดรถเพียงพอ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก มีป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายเตือนภัยทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว มีความสวยงามทั้งด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ทรัพยากรมีมากและมีเพียง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกครบและมีให้บริการทั่วถึง เช่น ถึงขยะมีอยู่หลายจุดและมีการแยกประเภทขยะ มีบริการห้องน้ำและที่อาบน้ำที่สะอาด ด้านคมนาคม มีป้ายบอกทางและการเดินทางที่สะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอ ด้านความปลอดภัย มีป้ายเตือนภัยติดอยู่บริเวณที่เสี่ยงต่อการเกิดอันตราย เช่น ป้ายบอกอุณหภูมิและป้ายเตือนพื้นลื่น ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ ค้นหาข้อมูลและแผนที่ได้ง่ายและสะดวก

คำสำคัญ: น้ำพุร้อน, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

² บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “น้ำพุร้อน: นวัตกรรมจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคเหนือตอนบน” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยแผนบูรณาการวิจัยและนวัตกรรมประจำปีงบประมาณ 2562

Corresponding Author

E-mail: Khun_Jedrin@hotmail.com

Abstract

This research objective to 1) To study the behavior of tourists visiting the hot springs in Chiangmai. 2) To study the development of health tourism in the Chiangmai. Research design is quantitative research area is San Kamphaeng hot spring, Ban Mae Klong District, Chiang Mai The samples were 250 tourists visiting the hot springs. A total of 300 randomly selected randomly selected subjects were used. The data were analyzed by using basic statistics, mean percentage And the standard Ben. The research found that

1. Sankampaeng Hot Springs Tourist Attraction Chiangmai Province A place to relax To tourists to relax. Foot bath in hot water Relax with a spa massage, Boil the eggs in a hot spring. There is a swimming pool, mineral water for children. Or eating There are many food and beverage outlets. You can also buy souvenirs from the souvenirs of the hot springs. There are several facilities, bathrooms, baths, trash and easily visible and Parking is sufficient. Sankampaeng Hot Springs, Chiangmai Province can accommodate many tourists. Can accommodate both Thai and foreign tourists. Signs and warning signs it has both Thai and English language. Have a convenient travel map. Can be viewed from google map.

2. Potential of Sankampang Hot Spring Tourist, Chiang Mai. The 5 side of potentials are at a very high level. There were a total of 3.90 in tourism resources. Beautiful place. And the environment The resources are abundant and there is enough to come and visit for a long time. Facility There are many areas and facilities available, such as garbage bins and garbage sorting. Clean bathrooms and showers provide convenient signage and transportation. There is enough parking. Security There are warning signs attached to places where the risk of harm to tourists, such as temperature signs and signs, slippery. Advertising and PR Advertising through the website. Search the map easily.

Keywords: hot springs, health tourism

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวจัดเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่ทำรายได้เป็นอันดับต้นๆ ให้แก่ประเทศผู้ประกอบการ และชาวบ้านในท้องถิ่นบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้มีผู้คนหันมาทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ ซึ่งก็เป็นที่ยอมรับมากในนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การนวดแผนไทย การประคบ เป็นต้น เพื่อเป็นการพักผ่อนคลายความ

ตึงเครียด บำบัดร่างกายและอารมณ์ พร้อมกับการได้รู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งน้ำพุร้อน ก็เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในทุกเพศทุกวัย และยังสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย นอกจากการนวดและการบำบัดสุขภาพ ยังเป็นการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพราะกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวน้ำพุร้อนมักจะมากันเป็นครอบครัว ในการท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพนั้น งานวิจัยของเอี่ยมทิพย์ ศรีทอง (2559)

และงานวิจัยของ ฉัตรชนก มัทธนวนรณก (2557) พบว่าในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/เพื่อน โดยให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และได้บอกจากนั้นงานวิจัยของเนตรดาว วุฒิอิน (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของน้ำแร่อยู่ในระดับมาก แต่ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในคุณภาพของน้ำแร่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านบ้านพักและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านห้องอาบน้ำ/ห้องสุขา/บ่อแช่น้ำพุร้อนรวม/ห้องแช่น้ำพุร้อนส่วนตัว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน แต่มีความพึงพอใจด้านพื้นที่และสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านบริเวณบ่อน้ำพุร้อน/บริเวณที่นั่ง แช่เท้า/บริเวณที่นวดแผนโบราณ ด้านพนักงาน ด้านการบริการอาหาร/เครื่องดื่มและร้านขายของที่ระลึก ด้านการรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้านบริเวณบ่อน้ำพุร้อน/บริเวณที่นั่ง แช่เท้า/บริเวณที่นวดแผนโบราณ ด้านพนักงาน และด้านการบริการอาหารและร้านขายของที่ระลึก ด้านการรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนงานวิจัยของ อธิป เหลียวรุ่งเรือง (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพงของชาวเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรกคือปัจจัยด้านราคา เนื่องจากค่าเข้าชมมีราคาถูกเพียง 20 บาทต่อคน รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งประกอบด้วย ความสวยงามของน้ำพุร้อน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม และด้านการประชาสัมพันธ์ และได้เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของเจนจิรา กองตัน (2549) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนมีการรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้คนหันมาดูแลรักษาสุขภาพกันมากขึ้นเพื่อให้คนไทยมีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ โครงการสถานพัก

ตากอากาศเพื่อสุขภาพน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง เป็นทางเลือกหนึ่งของประเทศที่สนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งคนในประเทศและชาวต่างชาติที่มีเวลาและมีกำลังทรัพย์ในการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจให้กับตนเอง

การจัดการแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ทำให้ความรู้ใหม่เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การบำบัด ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน รวมทั้งยัง ให้มีความสวยงาม สะอาด และมีศักยภาพต่อการท่องเที่ยวที่ดีขึ้น รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว พัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ เทศบาลและชุมชนที่ตั้งของน้ำพุร้อน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักวิชาการ ผู้ที่สนใจ และนักท่องเที่ยวทั่วไป ก็จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การรักษาอนุรักษ์ และเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์ พื้นที่วิจัย คือ น้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ 20 และเจ้าหน้าที่ 30 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และ

นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 250 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือแบบสอบถาม มี 4 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว 3) แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้ำพุร้อน 4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อน้ำพุร้อน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์ในประเด็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพใน 5 ประเด็น คือ 1) การจัดการด้านทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด 3) การจัดการด้านคมนาคม 4) การจัดการด้านความปลอดภัย 5) การจัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สังเคราะห์แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

บริบทและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

น้ำพุร้อนสันกำแพงตั้งอยู่ที่ หมู่ 7 ตำบลบ้านสหกรณ์ อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เดิมทีบริเวณนี้มีลักษณะเป็นทุ่งหญ้า และมีธารน้ำร้อนบ่อน้ำร้อนธรรมชาติ ชาวบ้านจะมาใช้ประโยชน์ในการเลี้ยงสัตว์ อาบน้ำแร่ ต้มหน่อไม้ ต่อมาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านสหกรณ์ สันกำแพง จำกัด โดยมี นายประกอบ หุตสิงห์ เป็นประธานโครงการฯ ให้การสนับสนุนให้บริเวณน้ำพุร้อนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งบริเวณนี้มีพื้นที่ทั้งหมด 75 ไร่ จึงได้มีการร่วมลงทุนกันระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านสหกรณ์ สันกำแพง จำกัด ใช้ชื่อว่า “น้ำพุร้อนสันกำแพง” โดยร่วมลงทุนฝ่ายละ 1 ล้านบาท ทำการก่อสร้างอาคารอาบน้ำแร่ ร้านอาหาร ซุ้มพักผ่อน สถานที่ที่จะหน่วย

ของที่ระลึก ไม้ดอก ไม้ประดับ โดยทำการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในวันเสาร์ที่ 22 ธันวาคม 2527 โดยมีฯลฯ ดร. ประกอบ หุตสิงห์ เป็นประธานในพิธีเปิดแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพงได้เปิดบริการให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการพักผ่อน แช่เท้า นวดสปา และกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบครอบครัว



ภาพที่ 1 บริเวณบ่อต้มไข่



ภาพที่ 2 ภาพบอกเวลาการต้มไข่



ภาพที่ 3 น้ำพุร้อนบริเวณที่แช่เท้า



ภาพที่ 4 มีร้านขายอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย



ภาพที่ 7 มีบริการสุขาที่สะอาด



ภาพที่ 5 มีร้านขายของฝาก ของที่ระลึก



ภาพที่ 8 มีบริการที่อาบน้ำ



ภาพที่ 6 มีการคัดแยกประเภทขยะ ถึงขยะให้บริการอยู่หลายจุด

ผลจากการแบบสอบถามนักท่องเที่ยว 250 คน พบข้อมูลดังต่อไปนี้ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 40 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 เท่ากัน อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 10 และระหว่างอายุ 21-30 ปี และ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5 เท่ากัน ประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาประกอบรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 25 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20 พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 15 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5 ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 75 และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 15 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือเคยเดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35 และ

ผู้ที่เคยเดินทางมาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 25 รู้จักหรือรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนจากการแนะนำของบุคคล คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และโฆษณา ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 10 เท่ากัน และทราบข้อมูลจากสารคดีการท่องเที่ยวเอกสารการท่องเที่ยวและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5 เท่ากัน

กิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณน้ำพุร้อนเพื่อทำกิจกรรมแช่น้ำร้อน/อาบน้ำแร่ คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือมาทำกิจกรรมพักผ่อน/รับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 60 ต่อมาคือชมวิวทิวทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 55 ต้มไข่ คิดเป็นร้อยละ 50 มาเดินออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 15 และทำกิจกรรมนวดสปาและซื้อของฝาก คิดเป็นร้อยละ 5 เท่ากัน ส่วนแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจการท่องเที่ยว ในระดับความคิดเห็นที่มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.35 ต่อมาความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.25 ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.20 เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน มีค่าเฉลี่ย 4.15 ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.10 ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำแร่” และความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.05 ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น และความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.00 มาเพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อนและสิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่ง

ท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.95 ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.75 ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.55 และเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยคือ 3.30 สรุปคือผู้ตอบแบบสอบถามในแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนสันกำแพงให้ความคิดเห็นว่ามากทั้งหมดแต่แตกต่างกันตรงค่าเฉลี่ย

สรุปได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ แหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนสันกำแพง มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ในระดับสูง เพราะเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวเข้ามาพักผ่อน แช่น้ำในธารน้ำร้อน นวดสปา ต้มไข่ มีสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก มีที่พักและร้านอาหารและเครื่องดื่มบริการ มีร้านของฝากของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่อาบน้ำ ถึงขยะมีอยู่หลายจุดและสังเกตเห็นได้ง่าย ที่จอดรถเพียงพอ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก มีป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายเตือนภัยทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 5 ด้าน ของน้ำพุร้อนสันกำแพงอยู่ในระดับความคิดเห็นที่มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 ที่มีผู้เห็นด้วยมาก ในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว มีความคิดเห็นที่เห็นด้วยมากเป็นอันดับหนึ่งในเรื่อง ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำแร่” มีค่าเฉลี่ย 4.20 ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีผู้เห็นด้วยมากในเรื่องพื้นที่ที่ขยะหรือถังขยะบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.40 ในด้านคมนาคม มีผู้เห็นด้วยมากในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมายังบ่อน้ำร้อน มีค่าเฉลี่ย

4.25 ในด้านความปลอดภัย มีผู้เห็นด้วยมากในเรื่อง
ป้ายเตือนภัยต่างๆบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย
4.15 และในด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูล
ข่าวสาร มีผู้เห็นด้วยมากในเรื่องมีการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์และสื่อ
ประเภทต่างๆ และเรื่องมีป้ายสื่อความหมายบริเวณ
แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.70

ตารางที่ 1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

ที่	การจัดการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพใน จังหวัดเชียงใหม่	ระดับคะแนน		
		คะแนน		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1	ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.02	0.804	มาก
2	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.05	0.81	มาก
3	ด้านคมนาคม	4.01	0.806	มาก
4	ด้านความปลอดภัย	3.81	0.762	มาก
5	ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	3.65	0.734	มาก
รวม		3.90	0.78	มาก

อภิปรายผล

น้ำพุร้อนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี เส้นทางที่สะดวกและป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีเอกลักษณ์ และนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่า ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านทรัพยากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย และด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 สอดคล้องกับงานวิจัยของอชิป เหลื่อยรุ่งเรือง (2554) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงของชาวเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรกคือปัจจัยด้านราคา เนื่องจากค่าเข้าชมมีราคาถูกเพียง 20 บาทต่อคน รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งประกอบด้วย ความสวยงามของน้ำพุร้อน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม และด้านการประชาสัมพันธ์

ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรชนก มัทธนวนรกรน (2557) พบว่าในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/เพื่อน โดยให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว สรุปได้ว่า น้ำพุร้อนสันกำแพงมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมให้ทำหลากหลาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อความต้องการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยเรื่องครั้งนี้ ควรศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคเหนือตอนบน ครอบคลุมทุกจังหวัด เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศชาติได้อย่างมากในปัจจุบัน

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่สนับสนุน

อุดหนุนการวิจัยบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 และขอใจนางสาวกุลสตรี วิชัยศรี และนางสาวชัชชญา ศรีสมบูรณ์ ผู้ช่วยนักวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- เจนจิรา กองตัน. (2549). **สถานพักตากอากาศเพื่อสุขภาพน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน**. สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ฉัตรชนก มหัทธนนารกน. (2557). **กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง ตำบลลานดอกไม้ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เนตรดาว วุฒิอิน. (2555). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการใช้บริการน้ำพุร้อนสันกำแพง อ.สันทราย จ.เชียงใหม่**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- อธิป เหลียวรุ่งเรือง. (2554). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในจังหวัดเชียงใหม่**. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรรณพ หอมจันทร์. (2557). **การวิจัยเชิงบูรณาการวิทยาศาสตร์และการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแหล่งพุร้อนของประเทศไทย**. ภาควิชาวิทยาศาสตร์พื้นพิภพคณะวิทยาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เอี่ยมทิพย์ ศรีทอง. (2559). **น้ำพุร้อน (Onsen): นวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และบำบัดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน**. ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

เส้นทางบุญ: แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน ROUTE TO MERIT: A GUIDE TO DEVELOP A ROUTE TO WORSHIP KRUBA IN LAMPHUN

ชัยวัฒน์ ต่อมดวงแก้ว¹ ประทีป พีชทองกลาง² และอาภากร ปัญญ³
Chaiwat Tomduangkaew¹ Prateep Peuchthonglang² and Aphakorn Panyo³

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

³มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

1,2 Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Lampang Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประวัติครูบาแห่งล้านนาในจังหวัดลำพูน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสานวิธี พื้นที่วิจัย คือ วัดที่เคยเป็นที่จำพรรษาของครูบาในจังหวัดลำพูน 7 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1,021 คน คือ พระสงฆ์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องภายในวัด 21 คน นักท่องเที่ยว 1,000 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม 2) แบบสัมภาษณ์ 3) แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ สังเคราะห์ เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 แห่ง มีความเกี่ยวข้องกับครูบา 4 รูป ได้แก่ 1) ครูบาเจ้าศรีวิชัย 2) ครูบาขาวปี 3) ครูบาพรหมา 4) ครูบาชัยยะวงศา มีประวัติศาสตร์ยาวนาน สถาปัตยกรรมที่งดงาม เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และที่เคารพของประชาชน 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41–50 ปี ซึ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มักเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ลักษณะในการเดินทางมักเดินทางไปท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือการพักผ่อน 3) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน ด้านพุทธศิลปะ/สถาปัตยกรรมเหมาะสมกับเป็นแหล่งเรียนรู้ภายในวัดบางที่มีความชำรุดทรุดโทรม ควรบำรุงซ่อมแซมและดูแล ควรมีบุคลากรเพื่อให้ความรู้ประจำวัดนั้นๆ ด้านความสะดวกสบายในการท่องเที่ยววัดควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้มีร่มเงา และสถานที่สำหรับให้คนที่มาท่องเที่ยววัดพักผ่อน จัดจ้างแม่บ้านเพื่อดูแลความสะดวกสบายห้องน้ำให้มีความสะอาดถูกต้องตามสุขอนามัย จัดทำป้ายชื่อตามทางให้มองเห็นได้ง่าย ชัดเจน และมีหลากหลายภาษา เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวหลายเชื้อชาติเข้ามาเยี่ยมชม ด้านแหล่งเรียนรู้ผู้ที่เป็ประโยชน์ควรมีบุคลากรสำหรับให้ความรู้เกี่ยวกับวัดที่สามารถพูดได้ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ ควรเพิ่มจุดบริการสำหรับให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ และป้ายประวัติของวัด หรือสิ่งต่างๆ ภายในวัดให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

² บทความวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยแผนบูรณาการวิจัยและนวัตกรรมประจำปีงบประมาณ 2562

Corresponding Author

E-mail: Khun_Jedrin@hotmail.com

คำสำคัญ: ครุบา, การท่องเที่ยว, ศาสนาและวัฒนธรรม

ABSTRACT

The purpose of this research aim 1) to study the history of Lanna Kruba in Lamphun. 2) to study the behavior of the tourist attraction for worship Kruba in Lamphun. 3) to find a way to develop the tourist route to worship Kruba in Lamphun. The research model is mix method between qualitative and quantitative research. The research area were seven temples that used to be the residence of Kruba in Lamphun. They were 1) Wat Phra Phutthabat Tak Pha 2) Wat Phra Phutthabat Huay Tom 3) Wat Cham devi 4) Wat Phra That Harriphunchai 5) Wat Mahawan 6) Wat Pa Phanham 7) Wat Ban Pang. The sample group were 1,021 persons which 1,000 persons were tourists and 21 persons were monks or related persons who stayed inside the temple. There were 3 types of research tools: 1) participatory observation 2) interviewing 3) questionnaires. The qualitative Estimated data were analyzed using baseline, percentage, mean and standard deviation. Qualitative research Use analysis then synthesize the content and write a descriptive lecture. The research found that 1) 7 attractions are associated with 4 Kruba, including 1) Kruba Chao Srivichai 2) Kruba Kaopee 3) Kruba Phomma 4) Kruba Chaiyawongsa has a long history Beautiful architecture It is a sacred and respected place of people. 2) Most tourists are female rather than male. Most of them are between the ages of 41 - 50 years, graduating with bachelor degree. Trading profession private business Most often travel to destinations with personal cars. The nature of travel often travel with friends. And the purpose of travel is to relax. 3) Guidelines for the development of tourism attractions in Lamphun, the Buddhist art/architecture is suitable as a source of learning within some of the dilapidated temples, should take care and repair. There should be personnel to educate that particular measurement. In terms of travel comfort, the temple should improve the parking place to shade. And a place for people to visit the temple rest. Housekeeping to clean the bathroom to be clean, hygienic. Make a label on the way to be easily visible, and there are many missing languages. Due to the many ethnic tourists visiting. In terms of resources, useful people should have personnel to provide knowledge about temples that can be spoken in both Thai and foreign languages. Should add a service point for foreign tourists. And the history of the temple or things Inside the temple are both Thai and foreign languages.

Keywords: Kruba, Tourism, Cultural and religious

บทนำ

เมืองหริภุญชัยหรือลำพูนในปัจจุบันเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานและเป็นเมืองที่มีขนาดเล็กที่สุดในภาคเหนือ แต่กลับมีความโด่งดังในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนาอาราม เจดีย์ สถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และเป็นเมืองที่มีพระพุทธศาสนาฝังรากลึกตั้งแต่เริ่มสร้างเมือง ลำพูนมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งวัฒนาอาราม เจดีย์เก่าแก่ ศิลปะล้านนาแท้ที่มีลวดลายอันวิจิตรงดงาม โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ตำนาน และความเป็นมาต่างๆ ของจังหวัดลำพูน

ครูบา เป็นคำยกย่องในฐานะนักบุญ ซึ่งเป็นคำที่ใช้เรียกพระเถระผู้เป็นที่เคารพนับถือ ซึ่งมักจะมีอายุประมาณ 50 ปีขึ้นไป ครูบาผู้ที่จะเป็นครูบานั้นต้องมีคุณสมบัติทั้ง 3 ข้อ คือ 1) เป็นพระสงฆ์ที่มีอายุพรรษามากทั้งอายุและอายุการบวช 2) ต้องปฏิบัติดีปฏิบัติชอบตลอดอายุการบวช และ 3) สร้างสิ่งดีสิ่งงามให้กับพระศาสนา หรือบูรณปฏิสังขรณ์เกี่ยวกับศาสนสถาน ณ วัดที่ตนจำพรรษาอยู่ แต่ถ้าจะกล่าวถึงครูบาตามการพูดแบบชาวบ้าน คือ ถึงแม้จะมีอายุมากและบวชมานาน แต่ขาดคุณสมบัติตามข้อ 2 และ 3 จะเรียกกันว่า ตู๋ หรือ ธุ ฉะๆ อาจเดิมคำว่า ลุง ปู่ หรือ พ่อ หรือขาดคุณสมบัติข้อ 1 ก็จะไม่เรียกว่า ครูบา ถึงแม้พระเถระบางองค์ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบแต่อายุน้อย คือ ได้เป็นครูบาตั้งแต่มาน้อย (วิลักษณ์ ศรีป่าซาง, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพล โอจรัสพร (2551) ที่ได้ศึกษาบทบาทในฐานะนักบุญแห่งล้านนาพบว่า นักบุญแห่งล้านนา เป็นผู้ที่มิบทบาททางด้านข้อวัตรปฏิบัติที่แสดงออกให้บุคคลทั่วไปได้พบเห็นและสัมผัสได้อย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน คือ การที่พระครูบาศรีวิชัยนั้นได้ปฏิบัติตนบำเพ็ญเพียรภาวนาสิกขาวินัยตามรอยของพระบรมศาสดาด้วยข้อวัตรปฏิบัติ ส่งเสริมให้บุคลิภาพของท่านมีความน่า

เลื่อมใสเป็นอย่างมากอันเป็นลักษณะพิเศษที่เรียกว่า “ตนบุญ” และด้วย จริยวัตรอันเคร่งครัดที่ปรากฏให้บุคคลทั่วไปได้พบเห็นทำให้เกิดความศรัทธา ความเคารพนับถือ และลักษณะของความสันโดษ เคร่งครัดในการรักษาศีลและวินัย ละเว้นสิ่งที่ไม่ควรกระทำเป็นสิ่งที่แรกที่สามารถสร้างศรัทธาแก่ผู้ที่ได้พบเห็นเป็นอย่างมาก

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ค้นพบทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุ เนื่องจากเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน ทำให้จังหวัดลำพูนมีแหล่งท่องเที่ยว ตำนาน และมีเรื่องเล่าต่างๆ ทางศาสนาและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจึงนิยมมาเที่ยวที่จังหวัดลำพูน เพราะอยากศึกษาและหลงใหลในวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีมาช้านาน เช่น งานประเพณีสงกรานต์น้ำอุนสาวรีย์ครูบาที่ตั้งอยู่ในวัดนั้น เพื่อเป็นการระลึกถึงคุณงามความดีของครูบาท่านที่ได้ทำคุณประโยชน์บูรณปฏิสังขรณ์ ซ่อมแซมวัฒนาอารามโบราณสถานในวัดที่ครูบาท่านที่เคยจำพรรษาอยู่เมื่อท่านยังมีชีวิตอยู่ เนื่องจากทางคณะผู้จัดทำได้เล็งเห็นความสำคัญของการเดินทางเพื่อไปสักการะบูชาในจังหวัดลำพูน จึงได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทางเพื่อสักการะบูชาครูบาในจังหวัดลำพูน ทำให้ทราบว่าเส้นทางการเดินทางสายหนึ่ง ซึ่งถือเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากจังหวัดลำปาง ผ่านเข้าสู่จังหวัดลำพูน เพื่อไปยังจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยทั้งหมด 7 แห่ง ได้แก่ วัดพระพุทธรูปท่ากมัววัดจามเทวี วัดพระธาตุหริภุญชัย วัดมหายาน วัดบ้านปาง วัดพระพุทธรูปท่าห้วยต้ม วัดพระบาทผาหนาม

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประวัติครูบาแห่งล้านนาในจังหวัดลำพูน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัด

ลำพูน

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธีพื้นที่วิจัย คือ วัดที่เคยเป็นที่จำพรรษาของครูบาในจังหวัดลำพูน 7 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10,21 คน คือ พระสงฆ์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องภายในวัด 21 คน นักท่องเที่ยว 1,000 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม 2) แบบสัมภาษณ์ 3) แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สังเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนามีวิธีดำเนินการใน 3 รูปแบบ คือ 1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถมองเห็นถึงพฤติกรรมที่เหมาะสมต่อสถานที่ที่เข้าไปท่องเที่ยว 2) การสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับพระสงฆ์ พระเถระผู้ใหญ่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการที่จะพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในวัด 3) การใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว มูลเหตุของการสนใจด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในวัด และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เห็นว่าควรปรับปรุงพัฒนาในทัศนะของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

1) ประวัติและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการบูชาครูบาในจังหวัดลำพูน

พุทธบาทห้วยต้ม

วัดพระบาทห้วยต้ม เป็นวัดที่ใหญ่ที่สุดของอำเภอลี้ เป็นวัดประจำหมู่บ้านชาวเขา โดยในปีพ.ศ. 2514 มีชาวปกากะญออพยพมาจากแม่ตื่น อ.แม่ระมาด จ.ตาก เข้ามาอาศัยอยู่ใกล้วัดพระบาท

ห้วยต้ม จำนวน 13 ครอบครัว เนื่องจากเลื่อมใสในหลักคำสอนทางพุทธศาสนาของหลวงปู่ครูบาชัยยะวงศาพัฒนา (ครูบาวงศ์) ที่สอนให้ทำบุญถือศีลปฏิบัติธรรม นานวันเข้าก็มีกลุ่มชาวปกากะญอ อพยพเข้ามาอยู่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ส่วนใหญ่มาจากตาก เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน ถึงแม้ว่าหลวงปู่ครูบาวงศ์จะมรณภาพไปแล้ว แต่ว่าทุกวันนี้ ชาวปกากะญอที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านพระบาทห้วยต้มทุกคนก็ยังนับถือและยึดถือปฏิบัติแต่สิ่งที่ดิดามที่หลวงปู่ฯ สอนไว้เสมอ จึงทำให้ที่นี่ยังคงเป็นชุมชนแห่งพระพุทธศาสนาที่ผู้มาเยือนได้จะได้สัมผัสความงดงามของวิถีชีวิตชาวปกากะญอที่มีต่อพระพุทธศาสนาผ่านชุมชนคุณธรรมที่เข้มแข็ง งานบุญที่สำคัญ ได้แก่ บุญประเพณีเปลี่ยนผ้าครองสรีระร่างครูบาชัยยะวงศาพัฒนา สำหรับปี 2559 ขึ้นปีที่ 16 โดยจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 16-17 พฤษภาคม ของทุกปี ตามวันมรณภาพของท่านในวันที่ 17 พ.ค. 2543 ซึ่งตรงกับ (วันวิสาขบูชา) แต่ปัจจุบันสรีระศพของหลวงปู่ฯ ไม่มีการเนาเปื่อยจึงเป็นที่เลื่อมใสศรัทธา ครูบาชัยยะวงศาพัฒนาเป็น ผู้ที่มีความสำคัญทางพระพุทธศาสนา ที่ชาวเขาเผ่าปกากะญอ ในตำบลนาทราย และทั่วภาคเหนือตอนบน รวมทั้งพุทธศาสนิกชนจากจังหวัดใกล้เคียง และกรุงเทพฯ ให้ความเคารพยิ่ง ท่านได้สร้างศาสนวัตถุ ศาสนสถานไว้มากมาย เช่น วัดพระบาทห้วยต้ม พระมหาธาตุเจดีย์ศรีเวียงชัย นอกจากนี้ยังเผยแพร่คำสอนทางพระพุทธศาสนาให้แก่ชาวบ้าน และสอนให้ชาวบ้านเลิกฆ่าสัตว์ ชาวบ้านชุมชนพระบาทห้วยต้ม ไม่ทานเนื้อสัตว์กันทั้งหมู่บ้าน มาจนถึงปัจจุบัน และเป็นผู้ริเริ่มหมู่บ้านรักษาศีล 5 แห่งแรกของประเทศไทย จนกระทั่งได้ถือเป็นแนวปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันทั่วประเทศขณะนี้ ดังนั้น ในทุกปีเมื่อถึงวันครบรอบการมรณภาพจะมีการทำบุญพิธีเปลี่ยนผ้าห่มสรีระร่างศพของหลวงปู่ครูบา เพื่อให้ศิษยานุศิษย์ได้แสดงออกซึ่งความเคารพศรัทธา และกตัญญูและทำบุญถวายเป็น พระราชากุศลแด่

พระเจ้าอยู่หัว

วัดพระพุทธรูปมหาพนาม

พระพุทธรูปมหาพนาม ตั้งอยู่ในเขตหมู่ที่ 12 อำเภอสี จันทบุรี นับเป็นปูชนียสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งของอำเภอนี้ เพราะในวันที่ 13-17 เดือนเมษายน ของทุกปี จะมีงานนมัสการสงกรานต์ เป็นประจำ โดยจะมีประชาชนทั่วทุกสารทิศหลั่งไหลกันมาทำบุญเป็นจำนวนมาก ลักษณะพระบาทเป็นรอยค่อนข้างชัดเจนเหยียบประทับไว้บนแผ่นหินบนดอยมหาพนาม ปัจจุบันสร้างมณฑปรูปเจดีย์ครอบไว้และพุทธศาสนิกชนต่างให้ความศรัทธาว่าเป็นรอยพระบาทของพระองค์ รอยพระบาทแห่งนี้จะถูกค้นพบมานานเท่าไรไม่ปรากฏ แต่จากหลักฐานที่พบ เข้าใจว่าจะเป็นวัดมาก่อน เพราะพบซากอิฐปรักหักพัง และรายชื่อเจ้าอาวาสที่ได้ครอบครองวัด จากตำนานของวัดได้กล่าวถึงมีจำนวนถึง 8 รูป นับย้อนหลังอายุการครองวัดไปเกือบถึงสามร้อยปี จากนั้นวัดพระพุทธรูปมหาพนามก็ได้รกร้างว่างเปล่าไปเป็นเวลาช้านานจะด้วยสาเหตุใดไม่ปรากฏ

วัดพระพุทธรูปตากผ้า

ตามตำนานกล่าวว่า ในสมัยพุทธกาล ณ เวลาใกล้รุ่งวันหนึ่ง พระพุทธองค์ได้ทรงแผ่ขยายพระญาณ เพื่อตรวจดูสัตว์โลกผู้ควรแก่การบรรลุนิพพาน ก็ทรงทราบด้วยพระอนาคตังญาณ (พระญาณหยั่งรู้ความเป็นไปในอนาคตตามความเป็นจริง) ว่าในดินแดนสุวรรณภูมิ (ดินแดนที่ส่วนใหญ่เป็นที่ตั้งของประเทศไทยในปัจจุบัน) จะเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปอย่างมั่นคงต่อไปในอนาคต สมควรที่พระองค์จะเสด็จไปประดิษฐานพระศาสนาไว้ เมื่อทรงมีพระดำรินั้นแล้ว จึงได้เสด็จมาสู่สุวรรณภูมิโดยพุทธนิมิต มีพระอานนท์เป็นปัจฉาสมณะ (ตามเสด็จ) พระองค์ได้เสด็จจาริกมาตามคามนิคมชนบทต่างๆ จนถึงถ้ำดับเต่า ถ้ำเชียงดาว พระนอนขอนม่วง พระบาทยังหวัด และพระธาตุทุ่งต้อม ตามลำดับ ได้ทรงเหยียบรอยพระบาท และประทานพระเกศาธาตุประดิษฐานไว้ใน

ที่นั้นๆ ตามควรแก่พุทธอัชฌาศัย แล้วเสด็จเลียบลงมาตามฝั่งแม่น้ำปิง จนถึงวังน้ำแห่งหนึ่ง มีน้ำใสสะอาด มีที่ราบเตียนงาม พระพุทธรูปองค์นี้ได้ทรงหยุดพักและทรงเปลื้องจีวรให้พระอานนท์นำไปซัก สถานที่พระอานนท์เอาจีวรไปซักนี้ได้ชื่อว่าวังซักครีมาจนถึงปัจจุบัน เป็นจุดที่อยู่ทางใต้ของสบกวง อันเป็นที่แม่น้ำกวัง ไหลมาบรรจบกับแม่น้ำปิง ส่วนจุดที่ตากจีวรซึ่งอยู่ใกล้ๆ กันนั้น เป็นเนินศิลา บนผิวดิถีปรากฏเป็นรอยตารางรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส คล้ายกับผ้าจีวร ซึ่งจะเห็นเป็นตารางคล้ายแนวคันนาของอินเดียในสมัยนั้น ต่อจากนั้น พระพุทธรูปก็ได้เสด็จข้ามแม่น้ำ แล้วจาริกไปตามลำดับ จนถึงบ้านแห่งหนึ่งไม่ห่างจากดอยม่อนช้างมากนัก พระองค์ก็ทรงหยุดยืน แล้วผินพระพักตร์หว่าย (บาย) ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ บ้านนั้นจึงได้ชื่อว่า บ้านหว่าย ซึ่งปัจจุบันคือบ้านหว่าย จากนั้นก็เสด็จไปถึงลานผาลาด ซึ่งปัจจุบันคือบริเวณที่ตั้งวัดพระพุทธรูปตากผ้า ณ ที่นี้ พระพุทธรูปได้เหยียบพระบาทประดิษฐานรอยพระบาทลงไว้บนผาลาด แล้วตรัสพยากรณ์ไว้ว่า “ดูกรอานนท์ สถานที่แห่งนี้จะปรากฏชื่อว่า พระพุทธรูปตากผ้า โดยนิมิตที่เราตลาคตามาหยุดพักตากผ้ากาสาวพัสดุนี้ และจะเป็นปูชนียสถานที่สักการบูชาของมหาชน ผู้มีศรัทธาเลื่อมใสในพระพุทธรูปจะอำนวยการประโชชน์สุขแก่ปวงชน ตลอด 5,000 พรรษา” หลังจากนั้น พระพุทธรูปก็เสด็จไปทางทิศตะวันออกถึงหัวดอยม่อนช้าง แล้วทรงประทับนอนแบบสหัสโยยาน์ ณ ที่นั้น จากนั้นได้ประทานพระเกศาแก่ตาสายสองคนผิวเมื่อย ผู้เข้ามาปฏิบัติบำรุงพระพุทธรูปด้วยภัตตาหารและน้ำ ต่อมาได้มีผู้ศรัทธาสร้างพระพุทธรูปปางสหัสโยยาน์ขึ้นไว้ ณ ที่นั้น ได้ชื่อว่าพระนอนม่อนช้างมาจนถึงปัจจุบันนี้

วัดจามเทวี

วัดจามเทวี ตั้งอยู่ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จันทบุรี เดิมชาวบ้านเรียกว่า “วัดกู่กุด” สถาปนาโดยพระนางจามเทวี ปฐมกษัตริย์แห่งหริภุญชัย (ลำพูน) ในพุทธศตวรรษที่ 13 เมื่อพระองค์มีพระ

ชนมายุได้ 60 พรรษา ได้สละราชสมบัติออกบวชบำเพ็ญพรตอยู่ ณ วัดนี้ จนถึงพุทธศักราช 1276 พระชนมายุได้ 72 พรรษาแม่ชีจามเทวีได้สวรรคต เจ้าชายมหันตยศ พระราชโอรสได้ถวายพระเพลิงพระสรีระ และได้สร้างเจดีย์สี่เหลี่ยมบรรจุอัฐิธาตุของพระองค์ในเจดีย์องค์นี้ ต่อมาวัดจามเทวีได้ร้างไป จนกระทั่งปีพุทธศักราช 2469 สมเด็จพระบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เสด็จประพาสภาคเหนือ ทรงสำรวจโบราณสถานของวัดนี้ ทรงปรารภว่าพระนางจามเทวีได้สร้างวัดนี้ขึ้น จึงได้โปรดให้เปลี่ยนชื่อใหม่ว่า “วัดจามเทวี” ต่อมาพุทธศักราช 2479 พลตรีเจ้าจักรคำขจรศักดิ์ผู้ครองนครหริภุญชัยองค์สุดท้าย ได้อาราธนาพระครูบาศรีวิชัยนักบุญแห่งล้านนาไทยบูรณะขึ้นมาใหม่ ให้มีพระสงฆ์สามเณรอยู่ประจำจนทุกวันนี้

วัดบ้านปาง

วัดบ้านปางเป็นวัดเก่าแก่แห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน สร้างขึ้นมาเมื่อประมาณร้อยปีก่อน คือเริ่มสร้างวัดเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2444 จนเมื่อครูบาศรีวิชัยอายุได้ 24 ปี ท่านได้นำพระเณรและศรัทธาชาวบ้านร่วมกันสร้างวัดขึ้นโดยได้ขอให้นายควาย โยมบิดาเป็นผู้แผ้วถางเป็นปฐมฤกษ์ให้เกิดความเป็นสิริมงคล ต่อจากนั้นพระเณรและศรัทธาชาวบ้านได้ร่วมแรงร่วมใจกันปรับสถานที่บนเนินเขาให้เป็นที่ราบ ในการสร้างและบูรณะวัดบ้านปางในสมัยนั้นเป็นไปอย่างล่าช้า ยากลำบากเพราะขาดเครื่องมือที่จำเป็น เมื่อสร้างวัดเสร็จแล้วพระเณรบางส่วนจึงได้ย้ายขึ้นไปอยู่บนวัดใหม่แห่งนี้ ซึ่งมีชื่อเรียกว่า “วัดจอมสะหรีทรายมูลบุญเรือง” แต่ชาวบ้านส่วนใหญ่จะเรียกว่า “วัดบ้านปาง” ซึ่งวัดนี้มีอาณาบริเวณพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 160 ไร่ ในบริเวณเขตพุทธาวาสจะมีกำแพงก่อด้วยหินล้อมรอบถึง 4 ชั้น ซึ่งเป็นความคิดของครูบาศรีวิชัยที่พยายามจะจัดให้วัดนี้เป็นอรัญวาสี (วัดป่า) โดยครูบาศรีวิชัยได้แนวคิดมาจากที่ได้เห็นพระฤๅษีก่อกำแพงหินล้อมรอบอาศรม ซึ่งปัจจุบันคือ ม่อนฤๅษี ซึ่ง

อยู่ได้ห่างจากวัดบ้านปาง และที่สำคัญท่านไม่ต้องการที่จะทำลายธรรมชาติ จึงได้ให้ชาวบ้านนำหินมาตั้งเรียงซ้อนกันจนเป็นแนวกำแพง

วัดมहांวัน

วัดแห่งนี้เคยเป็นพระอารามหลวงของพระนางจามเทวี ปฐมกษัตริย์แห่งอาณาจักรหริภุญชัยวัดมहांวันนั้นก็เหมือนกับสรรพสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกนี้ที่จะหาความแน่นอนจริงยังยั้งอะไรไม่ได้ บางครั้งวัดนี้ก็เจริญรุ่งเรืองอย่างเต็มที่ที่สุดขีด แต่บางครั้งก็ตกต่ำจนทั่วบริเวณต้องรกร้างกลายเป็นป่าดงพงชัฏไป ในยุคที่บ้านเมืองเกิดการศึกสงคราม วัดมहांวันได้ถูกทิ้งรกร้างไปนานจนผู้คนเกือบจะลืม ถาวรวัตถุโบราณสถานตลอดจนโบราณวัตถุต่างๆ ได้ถูกธรรมชาติกัดกร่อน หักโค่นแตกหักเสียหาย ปักหักพังจมลงอยู่ใต้พื้นดิน จะมีให้เหลือก็เพียงแค่เนินดินสูงของวิหารเจดีย์ถูกปกคลุมไปด้วยเถาวัลย์ต้นไม้ใหญ่ให้เห็นเป็นตะปุ่มตะป่ำอยู่

วัดพระธาตุหริภุญชัย

ครั้งหนึ่งพระเจ้าอาทิตยราช โปรดให้ช่างสร้างปราสาท แล้วปลูกหอจันทาคาร (ที่พระบังคน) ไว้ใกล้กับปราสาทนั้น โดยพระองค์มิได้ทรงทราบว่ที่นั่น มีพระบรมสารีริกธาตุของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าประดิษฐานอยู่ เมื่อสร้างเสร็จแล้วเวลาพระองค์เสด็จไปลงพระบังคนครั้งใด ก็จะมีกาตัวหนึ่งที่เฝ้าอยู่นั้นบินมาถ่ายมูลต่อพระเศียร กระพือปีกบินโฉบพระเศียร ทำกิริยาขับไล่พระองค์ให้ไปพ้นจากที่นั่น พระเจ้าอาทิตยราช ทั้งทรงพิโรธ ทั้งอัศจรรย์พระทัย จึงรับสั่งให้ข้าราชการบริพาร ช่วยจับกาตัวนั้นมาให้ได้ แต่ทำอย่างไรก็จับกาตัวนั้นไม่ได้ จนพระเจ้าอาทิตยราชต้องบนบานต่อเทวดาผู้รักษาพระนครให้จับกาตัวนั้น ในที่สุดก็จับได้แล้วนำไปขังไว้ คินนั้น ทรงพระสุบินว่าเทพยดามาแจ้งแก่พระองค์ว่า ให้เอาทารกเกิดได้ 7 วัน ไปขังรวมกับกา ทารกได้ฟังเสียงกาทุกวัน ก็จะมี

ภาษาออกครั้งแรกบรรพตแล้วพระเจ้าอาทิตย์ราชก็โปรดให้ทำตามที่ทรงพระสุบินทุกประการ เมื่อทารกอายุได้ 9 ขวบ ก็สามารถรู้ภาษา และพูดกับกาได้ พระเจ้าอาทิตย์ราช ก็โปรดให้ถามสาเหตุที่กาประพฤติดต่อพระองค์แต่หลัง ก็ทรงทราบว่าเป็นบริเวณหอยจันทาคารเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุของพระบรมศาสดา และกาได้รับคำสั่งให้เฝ้ารักษาสถานที่นี้ จึงได้ทำอาการทักท้วงพระเจ้าอาทิตย์ราชทรงเลื่อมใสศรัทธาในพระบรมศาสดาเป็นอันมาก จึงโปรดให้รื้อหอยจันทาคาร และขุดดินไม่ได้ออกไปทิ้งนอกพระนคร แล้วนำดินตีมารบปราบพื้นให้เรียบแล้วโรยด้วยทราย ตั้งพิธีมณฑลปกราชวัตรฉัตรธง แต่งด้วยดอกไม้หอม และจุดเทียนทำการสักการบูชาพระบรมสารีริกธาตุ ทั้งยังป่าว ประกาศชาวเมือง ให้มาสักการบูชาด้วย เมื่อประกอบพิธีสักการบูชาแล้ว ผอบแวขนาดเท่าปลีกล้วยซึ่งบรรจุพระบรมสารีริกธาตุก็ผุดขึ้นมาจากพื้นดินให้เห็นเป็นปาฏิหาริย์ทั่วกันทุกคนที่อยู่ ณ ที่นั้น ต่างปีติยินดีอย่างยิ่ง พระเจ้าอาทิตย์ราช โปรดให้สร้างพระธาตุ สูง 3 วา เป็นแบบเจดีย์มอญ แล้วสร้างพระวิหารการเปรียญ มีซุ้มทั้ง 4 ด้าน ครอบโกศทองคำสูง 3 ศอก ซึ่งบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ แล้วสร้างพระวิหารการเปรียญ ศาลาน้อยใหญ่ขึ้น ประกอบจึงกลายเป็นวัดสำคัญประจำพระนคร เสร็จแล้ว โปรดให้จัดงานฉลองใหญ่ โดยเหตุนี้ จึงให้ถือกันโบราณว่า หากผู้ใดจะปลูกบ้าน สร้างเรือน ในเมืองลำพูนนั้น จะต้องมีความสูงไม่เกิน 3 วา เพราะเกรงว่าจะสูงกว่าพระธาตุ

2) ประวัติของครุบาในจังหวัดลำพูน

ครุบาศรีวิชัย

ครุบาศรีวิชัย ซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั่วไปโดยเฉพาะในเขตล้านนาว่าเป็นตนบุญ หรือ นักบุญ อันมีความหมายเชิงยกย่องว่าเป็นนักบวชที่มีคุณสมบัติพิเศษ อาจพบว่ามีกรเรียกอีกว่า ครุบาเจ้าศรีวิชัย พระครุบาศรีวิชัย ครุบาศีลธรรม หรือ ทูเจ้าสิริ

(อ่าน “ตุ้เจ้าสิริ”) แต่พบว่าท่านมักเรียกตนเองเป็นพระชัยยาภิกขุ หรือ พระศรีวิชัยชนะภิกขุ เดิมชื่อเพื่อน หรือ อินท์เพื่อน บ้างก็ว่า อ้ายฟ้าร้อง เนื่องจากในขณะที่ท่านถือกำเนิดนั้น ปรากฏฝนฟ้าคะนองอย่างหนัก ส่วนอินท์เพื่อนนั้น หมายถึง การเกิดกัมปนาทหวั่นไหวถึงสวรรค์ หรือ เมืองของพระอินทร์ ท่านเกิดในปีชาล เดือน 9 เหนือ (เดือน 7 ของภาคกลาง) ขึ้น 11 ค่ำ จ.ศ. 1240 เวลาพลบค่ำ ตรงกับวันอังคารที่ 11 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2421 ที่หมู่บ้านชื่อ “บ้านปาง” ตำบลแม่ตื่น อำเภอฝาง จังหวัดลำพูน ท่านเป็นบุตรของนายควาย นางอุสา มีพี่น้องทั้งหมด 5 คน ทั้งนี้ นายควายบิดาของท่านได้ติดตามผู้เป็นตา คือ หมื่นปราบ (ผาบ) ซึ่งมีอาชีพเป็นหมอค้องช้างของเจ้าหลวงดาราดีเรกฤทธิ์ไพโรจน์ (เจ้าผู้ครองนครลำพูนองค์ที่ 7 ช่วง ไปตั้งครอบครัวบุกเบิกที่ทำกินอยู่ที่บ้านปาง บ้านเดิมของนายควาย อยู่ที่บ้านสันป่ายางหลวงทางด้านเหนือของตัวเมืองลำพูน

ในสมัยที่ครุบาศรีวิชัย หรือนายอินท์เพื่อนยังเป็นเด็กอยู่นั้น หมู่บ้านดังกล่าวยังกันดารมาก มีชนกลุ่มน้อยอาศัยอยู่มาก โดยเฉพาะชาว ปกาเกอญอ (กะเหรี่ยง) ในช่วงนั้นบ้านปางยังไม่มีวัดประจำหมู่บ้าน จนกระทั่งเมื่อนายอินท์เพื่อนมีอายุได้ 17 ปี ได้มีพระภิกษุรูปหนึ่งชื่อ ครุบาชัตติยะ (ชาวบ้านเรียกว่า ครุบาแคงแคะ เพราะท่านเดินขาเกแปลก) เดินธุดงค์จากบ้านป่าซาง ผ่านมาถึงหมู่บ้านนั้น ชาวบ้านจึงนิมนต์ท่านให้อยู่ประจำที่บ้านปาง แล้วชาวบ้านก็ช่วยกันสร้างกุฏิชั่วคราวให้ท่านจำพรรษา ในช่วงนั้น เด็กชายอินท์เพื่อนได้ฝากตัวเป็นศิษย์ และเมื่ออายุได้ 18 ปี ก็ได้บรรพชาเป็นสามเณร ที่อารามแห่งนี้ โดยมีครุบาชัตติยะเป็นพระอุปัชฌาย์ 3 ปีต่อมา (พ.ศ. 2442) เมื่ออุปสมบทในอุโบสถวัดบ้านโง้งหลวง อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน โดยมีครุบาสมณะ วัดบ้านโง้งหลวง เป็นพระอุปัชฌาย์ ได้รับนามฉายาในการอุปสมบทว่า สิริวิชัยภิกขุ มีนามบัญญัติว่า พระศรีวิชัย ซึ่งบางครั้งก็

พบว่าเขียนเป็น สรีวิไชย สิริวิไช หรือ สรีวิชัย เมื่ออุปสมบทแล้ว สิริวิชัยโยภิกขุก็กลับมาจำพรรษาที่อารามบ้านปางอีก 1 พรรษา จากนั้นได้ไปศึกษากัมมัฏฐานและวิชาอาคมกับครูบาอุปละ วัดดอยเต่า อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ต่อมาได้ไปฝากตัวเป็นศิษย์ของครูบา วัดดอยคำอีกด้วย และอีกท่านหนึ่งที่ถือว่าเป็นครูของครูบาศรีวิชัยคือ ครูบาสมณะ วัดบ้านโง้งหลวง ซึ่งเป็นพระอุปฌาย์ของท่าน

ครูบาศรีวิชัยรับการศึกษาจากครูบาอุปละ วัดดอยเต่าเป็นเวลา 1 พรรษาก็กลับมาอยู่ที่อารามบ้านปางจนถึง พ.ศ. 2444 (อายุได้ 24 ปี พรรษาที่ 4) ครูบาชัตติยะได้จาริกออกจากบ้านปางไป (บางท่านว่ามรณภาพ) ครูบาศรีวิชัยจึงรักษาการแทนในตำแหน่งเจ้าอาวาส และเมื่อครบพรรษาที่ 5 ก็ได้เป็นเจ้าอาวาสวัดบ้านปาง จากนั้นก็ได้ย้ายวัดไปยังสถานที่ที่เห็นว่าเหมาะสม คือบริเวณเนินเขาซึ่งเป็นที่ตั้งวัดบ้านปางในปัจจุบัน เพราะเป็นที่วิเวกและสามารถปฏิบัติธรรมได้เป็นอย่างดี โดยได้ให้ชื่อวัดใหม่นี้ว่า วัดจอมสิริทราญมูลบุญเรือง แต่ชาวบ้านทั่วไปยังนิยมเรียกว่า วัดบ้านปาง ตามชื่อของหมู่บ้าน

ครูบาขาวปี

ครูบาอภิชัยขาวปี เป็นบุตรของนายเฒ่าและนางจันตา หล้าแก้ว เป็นชาวบ้านเชื้อสายลัวะ ชาวแม่เหย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ถือกำเนิดเมื่อวันจันทร์ เดือน 7 เหนือ ปีกัตเป้า (ปีฉลู) ซึ่งตรงกับวันที่ 17 เดือนเมษายนอันเป็นวันมหาสงกรานต์ หรือวันปากปี เพื่อให้เป็นมงคลตามวันจึงมีชื่อว่า “จำปี” หรือ “จุมปี” ต่อมาท่านกำพร้าบิดาตั้งแต่วัยเด็ก กระทั่งอายุได้ 16 ปี มารดานำไปฝากบวชเป็นสามเณรกับครูบาเจ้าศรีวิชัย ณ วัดบ้านปาง ท่านจึงเริ่มเรียนหนังสืออย่างจริงจัง ครูบาเจ้าศรีวิชัยได้ถ่ายทอดความรู้ให้ทั้งทางธรรมและโลก นั่นคืองานด้านการก่อสร้างในเชิงวิชาช่างจากการติดสอยห้อยตามอาจารย์ครูบาเจ้าศรีวิชัยไปก่อสร้างวัดวาอารามทุกหนทุกแห่งมิได้ขาด จึงเกิด

ความชำนาญในด้านนี้ตั้งแต่วัยเยาว์ มีเรื่องเล่ากันถึงขนาดที่ว่า แม้เพียงแค່ท่านเดินผ่านเสาไม้ต้นใดก็ตามสามารถรู้ได้ทันทีว่า เสาต้นไหนกลวงหรือตัน ทั้งๆ ที่ไม่ปรากฏร่องรอยใดๆ บนพื้นผิวภายนอก เมื่ออายุครบ 22 ปี ท่านบวชเป็นพระภิกษุ มีฉายาว่า “พระอภิชัย” เมื่ออุปสมบทได้ 2 พรรษา จึงกราบลาอาจารย์เพื่อมุ่งมั่นงานก่อสร้างปฏิสังขรณ์วัดร้างต่างๆ ตามแนวทางที่ครูบาเจ้าศรีวิชัยวางไว้ ถือเป็นช่วงต้นของชีวิตพระภิกษุ ระหว่างอายุ 24 ปีจนถึงอายุ 35 ปี ชีวิตของครูบาเจ้าอภิชัย (ขาวปี) ในช่วงนี้ คงมุ่งอยู่กับงานก่อสร้างไม่หยุดหย่อน จนกระทั่งเมื่อครูบาเจ้าศรีวิชัยอาพาธหนักแล้วถึงแก่มรณภาพ ในฐานะที่ครูบาอภิชัยขาวปีเป็นลูกศิษย์ที่ครูบาศรีวิชัยได้พร่ำสอนตั้งแต่ยังเล็ก ท่านก็มีความโศกเศร้าไม่น้อย แต่ก็ปลงด้วยธรรมสังเวชโดยอารมณ์กัมมัฏฐาน แล้วทำทุกอย่างในฐานะของศิษย์จะพึงมีแก่อาจารย์ด้วยกตเวทิตาธรรม ท่านจึงสร้างเมรุหลังหนึ่งกับปราสาทอีกหลังพร้อมหีบบรรจุศพเพื่อเก็บศพของครูบาศรีวิชัย วันคืนยังคงหมุนไปพร้อมๆ กับความเป็นพระนักก่อสร้าง พระนักพัฒนาของท่านก็ยังถือภาระถ่วงยิ่งขึ้น เมื่อสิ้นบุญของครูบาเจ้าศรีวิชัย ผู้คนก็หลั่งไหลกันมาหาท่านในฐานะทายาททางธรรมของครูบาเจ้าศรีวิชัย จนเมื่อปี พ.ศ. 2470 สังขารของท่านเริ่มขาลง แต่ท่านยังคงแข็งแรงปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ จนกระทั่งเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2520 ขณะที่ครูบาเจ้าอภิชัย (ขาวปี) ได้มุ่งหน้าไปเป็นประธานในการก่อสร้างพระวิหารวัดท่าตันธงชัย จังหวัดสุโขทัยได้เพียงวันเดียว ท่านก็ได้จากไปด้วยอาการสงบ

ครูบาพรหมา

พระสุพรหมยานเถร หรือ ครูบาพรหมา พรหมจโก เดิมชื่อ พรหมา พิมสาร เกิดเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2441 ณ บ้านป่าแพ่ง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน เป็นบุตรของพ่อเป้ง และแม่บัวถา มีพี่น้องทั้งหมด 13 คน บิดามารดาของท่านเป็นผู้มีฐานะ

มีอาชีพทำนา ทำสวน ประกอบสัมมาอาชีพะ ไม่ฆ่าสัตว์ ตัดชีวิต มีความขยันขันแข็ง มีจิตใจหนักแน่นในกุศลธรรม รักษาอุโบสถศีลทุกวันพระ ในบั้นปลายชีวิตบิดาของท่านได้ออกบวช เป็นที่รู้จักกันในนามของครูบาพ่อเป้ง โพธิโก มารดาของท่านได้นุ่งขาวรักษาอุโบสถศีล จนถึงแก่กรรม สำหรับพี่น้องของท่านที่ได้ออกบวชในพระพุทธศาสนา จนมีชื่อเสียงได้แก่ พระสุธรรมยานเถร (อินตา อินทกโก) วัดน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพี่ชาย และพระครูสุนทรคัมภีรญาณ (คำ คมภิโร) วัดดอยน้อย จังหวัดเชียงใหม่) ซึ่งเป็นน้องชาย ครูบาพรหมาได้บรรพชาเมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2455 ขณะอายุได้ 15 ปี ณ วัดป่าเหียง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน โดยมีครูบาแก้ว ชัดติโย (ครูบาชัดติยะ) เป็นพระอุปัชฌาย์ ต่อมาในวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2461 ท่านได้อุปสมบท ณ พัทธสีมาวัดป่าเหียง โดยมีครูบาชัดติยะเป็น พระอุปัชฌาย์

ในขณะนั้นครูบาน้อยได้ใช้ขันติธรรมในการศึกษาในเรื่องของวิปัสสนากัมมัฏฐาน แต่ก็ยังติดขัดไม่เข้าใจในหลายๆเรื่อง ท่านจึงได้กราบลาหลวงพ่อกุรบาผิดเพื่อไปศึกษาในเรื่องวิปัสสนากัมมัฏฐานกับหลวงพ่อกุรบาพรหมา พรหมจักโก ซึ่งปัจจุบันนี้ท่านจะเรียกว่า อาจารย์ใหญ่ ท่านจะได้สอนสั่งครูบาน้อยดังครูบาน้อยจะคอยอบรมลูกศิษย์ลูกหาเป็นประจำว่า การศึกษา เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน และคนคือเครื่องมือในการพัฒนาหมู่บ้าน ชุมชนตลอดจนถึงประเทศชาติและท่านเน้นย้ำอยู่เสมอว่าการเกิดเป็นมนุษย์นี้จะต้องมีศีลธรรมประจำใจทั้ง เอาดีให้ได้จะไปเอาได้แล้วไม่ดี อันนี้หมายถึงการเกิดเป็นมนุษย์นี้จะต้องเอาดี อย่างใดอย่างหนึ่งให้ได้ ไม่ใช่จะเอาทุกอย่างแล้วไม่ดีเลย ท่านจึงไปศึกษาในเรื่องของกัมมัฏฐาน พอสมควรแล้วท่านจึงได้กราบลามาทำการอุปฐากหลวงพ่อกุรบาผิด ตามเดิม

ครูบาวงศ์

ครูบาชัยยะวงศาพัฒนา หรือเรียกสั้นๆ ว่า “ครูบาวงศ์” มีนามเดิมว่า วงศ์ หรือ ชัยวงศ์ นามสกุล ต๊ะแห่ม เกิดที่ ตำบลหันก้อ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน เมื่อวันอังคาร เดือน 7 แรม 2 ค่ำ ปีฉลู ตรงกับวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2456 เวลา 24.15 น. โยมบิดาชื่อน้อย จันต๊ะ (ถึงแก่กรรม เมื่ออายุ 44 ปี) โยมมารดาชื่อ บัวแก้ว (ถึงแก่กรรม เมื่ออายุ 78 ปี) จำนวนพี่น้องร่วมบิดามารดาเดียวกัน 8 คน ท่านเป็นบุตรคนที่ 3 มีน้องต่างบิดาอีก 1 คน รวมเป็น 9 คน ท่านเกิดในตระกูลชาวไร่ชาวนาที่ยากจน พ่อแม่ของท่านมีสมบัติติดตัวมาแค่ที่นาไม่กี่ไร่ ทำนาได้ข้าวปีละแค่ 20 - 30 หาบ แม้ว่าครอบครัวของท่านต้องดิ้นรนต่อสู้กับความอดทนอยากแต่ก็ไม่เคยละทิ้งเรื่องการทำบุญให้ทาน ท่านมีโรคประจำตัวคือ โรคลมสันนิบาต ตั้งแต่เด็กๆ แต่ท่านก็ยังช่วยพ่อแม่ทำนา เก็บของป่าอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน นับว่าท่านเป็นผู้ที่มีความขยันอดทนและกตัญญูเป็นอย่างมาก

เมื่อท่านอายุย่าง 13 ปี (พ.ศ. 2468) ท่านได้รับเร้าขอให้พ่อแม่พาท่านไปบวช เพื่อท่านจะได้บำเพ็ญธรรมะขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าพ่อแม่ก็นำท่านไปฝากกับหลวงอา จากนั้นหลวงอาพาท่านไปฝากตัวเป็นศิษย์และบวชเณรกับครูบาชัยลังกา (เป็นจุดศูนย์กลางรุ่นพี่ของครูบาศรีชัย) ครูบาชัยลังกาได้ตั้งชื่อให้ท่านใหม่หลังจากเป็นสามเณรแล้วว่า “สามเณรชัยลังกา” เช่นเดียวกับชื่อของครูบาชัยลังกา เมื่ออายุ 20 ปี ท่านได้อุปสมบทเป็นพระภิกษุ โดยมีครูบาพรหมจักร วัดพระบาทตากผ้าเป็นอุปัชฌาย์ ได้รับฉายาว่า “ชัยยะวงศา” ในระหว่างนั้น ท่านได้อยู่ปฏิบัติและศึกษาธรรมะกับครูบาพรหมจักร ในบางโอกาสท่านก็จะเดินธุดงค์ปฏิบัติธรรมไปในที่ต่างๆ ทั้งลาวและพม่า ท่านได้อยู่กับครูบาพรหมจักรระยะหนึ่งแล้ว จึงได้กราบลาครูบาพรหมจักรออกจาริกธุดงค์ไปแสวงหาสัจธรรมความหลุดพ้นจากวิภวสงสารแห่งนี้เพียล่ำฟั่งองค์เดียวต่อ เพื่อเผยแพร่สั่งสอนธรรมะ

ขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าให้กับพวกเขาในหลายๆ เมื่ออายุได้ 22 ปี ท่านเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญที่ช่วยครุบาตริวิชัยสร้างทางขึ้นดอยสุเทพ ร่วมกับครุบาชาวปี และชาวกะเหรี่ยง

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะครุบาในจังหวัดลำพูน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี ซึ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และประกอบอาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว มากกว่าประกอบอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานเอกชน รวมถึงนักเรียน/นักศึกษาด้วย ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ลักษณะในการเดินทางมักเดินทางไปท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือการพักผ่อน

3. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะครุบาในจังหวัดลำพูน

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะครุบาในจังหวัดลำพูน ด้านพุทธศิลปะ/สถาปัตยกรรมเหมาะสมกับเป็นแหล่งเรียนรู้ภายในวัดบางที่มีความชำรุดทรุดโทรม ควรบำรุงซ่อมแซมและดูแล ควรมีบุคลากรเพื่อให้ความรู้ประจำวัดนั้นๆ ด้านความสะดวกสบายในการท่องเที่ยววัดควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้มีร่มเงา และสถานที่สำหรับให้คนที่มาท่องเที่ยววัดพักผ่อน จัดจ้างแม่บ้านเพื่อดูแลความสะอาดห้องน้ำให้มีความสะอาดถูกต้องตามสุขอนามัย จัดทำป้ายชื่อตามทางให้มองเห็นได้ง่าย ชัดเจน และมีหลากหลายภาษา เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวหลายเชื้อชาติเข้ามาเยี่ยมชม ด้านแหล่งเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ควรมีบุคลากรสำหรับให้ความรู้เกี่ยวกับวัดที่สามารถพูดได้ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ ควรเพิ่มจุดบริการสำหรับให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ และป้ายประวัติของวัด หรือสิ่งต่างๆ ภายในวัดให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านด้านพุทธศิลปะสถาปัตยกรรมเหมาะสมกับเป็นแหล่งเรียนรู้

ที่	การพัฒนาด้านพุทธศิลปะสถาปัตยกรรม		S.D.	แปลผล
1	มีความสวยงามของสถาปัตยกรรมภายในวัด	5.36	0.89	มาก
2	มีความสวยงามของประติมากรรมภายในวัด	5.16	0.86	มาก
3	มีความสวยงามของจิตรกรรมกรรมฝาผนังภายในวัด	5.29	0.88	มาก
4	เป็นแหล่งการเรียนรู้และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น	4.80	0.80	มาก
5	เป็นแหล่งพักผ่อนและให้ความเพลิดเพลินใจได้ดี	5.04	0.84	มาก

จากตารางที่ 1 การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านพุทธศิลปะสถาปัตยกรรมเหมาะสมกับเป็นแหล่งเรียนรู้ เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่า มีความสวยงามของสถาปัตยกรรมภายในวัดในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 5.36 รองลงมา คือ มีความสวยงามของ

จิตรกรรมฝาผนังภายในวัด ค่าเฉลี่ย 5.29 มีความสวยงามของประติมากรรมภายในวัด ค่าเฉลี่ย 5.16 เป็นแหล่งพักผ่อนและให้ความเพลิดเพลินใจได้ดี ค่าเฉลี่ย 5.04 และเป็นแหล่งการเรียนรู้และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 4.62

ตารางที่ 2 การพัฒนาด้านความสะดวกสบายภายในวัด

ที่	การพัฒนาด้านความสะดวกสบายภายในวัด		S.D.	แปลผล
1	มีป้ายชื่อและรายละเอียดแจ้งถึงสถานที่ภายในวัดชัดเจน	5.51	0.92	มากที่สุด
2	ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้เข้าไปท่องเที่ยวภายในวัด	4.71	0.79	มาก
3	เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	4.62	0.77	มาก

จากตารางที่ 2 การพัฒนาด้านความสะดวกสบายภายในการท่องเที่ยววัด เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่า มีป้ายชื่อและรายละเอียดแจ้งถึงสถานที่ภายในวัดชัดเจนในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 5.51 รอง

ลงมา คือ ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้เข้าไปท่องเที่ยวภายในวัด ค่าเฉลี่ย 4.71 และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.62

ตารางที่ 3 การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านสารประโยชน์

ที่	การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านแหล่งเรียนรู้ที่เป็นสารประโยชน์		S.D.	แปลผล
1	สุภาพดีเตือนใจ/หลักธรรมมีให้อ่านให้ศึกษา	4.16	0.69	ปานกลาง
2	บุคลากรหรือผู้เกี่ยวข้องของวัดให้ความรู้ได้ดี	4.49	0.75	ปานกลาง
3	แหล่งศึกษาเรียนรู้ด้านธรรมชาติสิ่งแวดล้อม	4.84	0.81	มาก
4	ศิลปวัฒนธรรมที่มีในวัดเป็นแหล่งเรียนรู้ได้เหมาะสม	4.64	0.77	มาก

จากตารางที่ 3 การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านแหล่งเรียนรู้ที่เป็นสารประโยชน์ เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่า แหล่งศึกษาเรียนรู้ด้านธรรมชาติสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.84 รองลงมา คือ สุภาพดีเตือนใจ/หลักธรรมมีให้อ่านให้ศึกษา ค่าเฉลี่ย 4.16 บุคลากรหรือผู้เกี่ยวข้องของวัดให้ความรู้ได้ดีในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 4.49 และศิลปวัฒนธรรมที่มีในวัดเป็นแหล่งเรียนรู้ได้เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.46

อภิปรายผล

ผลการวิจัยการศึกษาประวัติครุฑแห่งล้านนาในจังหวัดลำพูน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 แห่งมีประวัติครุฑที่น่าเชื่อถือ และผลงานของครุฑที่เคย

จำพรรษาอยู่วัดนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระสมชาย ธมมสาโร (2555) ได้ศึกษาบทบาท พระคุณครูบาศรีชัย สิริวิชัย ในฐานะนักบุญล้านนากรณีศึกษาการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานในล้านนา บ่งบอกประเด็นในการอุทิศตนเพื่อพระพุทธศาสนา และถ้อยคำอยู่ในวิถีแห่งธรรมอย่างแน่วแน่มั่นคงในการสร้างศรัทธาจากธรรมะปฏิบัติของท่าน เป็นแบบอย่างที่ดีแก่พุทธบริษัท และพระเถระทั่วไป ด้วยความมั่นคงในการบำเพ็ญสมณะวิปัสสนากัมมัฏฐาน จนเป็นที่เลื่อมใสศรัทธาทั่วไปในหมู่บ้านชาวล้านนาจนกระทั่งได้มีการยกเลิกหัวเมืองประเทศราชล้านนา เพื่อรวมเป็นส่วนหนึ่งของราชอาณาจักรสยาม เช่นเดียวกับงานวิจัยของคณิตา นาคเสนห์ (2555) ได้ศึกษางานบูรณปฏิสังขรณ์เจดีย์โดยครูบาศรีชัยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการ

ศึกษาครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์เจดีย์ที่ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์เจดีย์โดยครูบาศรีวิชัย จากกลุ่มตัวอย่างเจดีย์ ประมาณ 11 องค์ ที่ได้กระจายตัวอยู่ตามอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ครูบาศรีวิชัยจึงได้กลายเป็นผู้นำในขบวนการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานที่มีความสำคัญ ทั่วดินแดนล้านนา

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคารพนับถือความสามารถที่ครูบาได้ทำมากมาย โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ลักษณะในการเดินทางมักเดินทางไปท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือการพักผ่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของนพวรรณ พรหมเพ็ญ (2558) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทต่างๆ ของจังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติในด้านสิ่งดึงดูดใจ ความชื่นชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดสุโขทัยเป็นปัจจัยผลักดันในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ภัชรบด ฤทธิ์เต็ม (2556) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะกลุ่มแหล่งท่องเที่ยววัดในตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดต่างๆ รวม 86 วัด มีวัดที่สำคัญและมีชื่อเสียง

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสักการะครูบาในจังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ค้นหาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ

วิเคราะห์หาจุดอ่อนจุดแข็ง วิธีการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสังเกต และสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอริวิชญ์ กันตะยา (2557) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านธาตุสบแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา พบว่า การที่หมู่บ้านมีเส้นทางคมนาคมที่ดีสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด เช่นเดียวกับสาธิตา แสนคา (2555) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า สิ่งที่ต้องการให้มีการพัฒนา คือ ควรมีการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องการจัดกิจกรรมที่หลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด สอดคล้องกับกมลวรรณ ถนอมเงิน (2554) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา พระธาตุพนมจำลอง อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของพระธาตุพนมจำลอง อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ ยังขาดป้ายบอกเส้นทางและป้ายประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของพระธาตุพนมจำลอง อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถทำได้โดยการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่น่าสนใจและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้เพียงพอและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

ครูบาในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 แห่งมีประวัติที่น่าค้นหาติดตาม และเป็นบุคคลที่เป็นตัวอย่างที่ดีของพุทธศาสนา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคารพและนับถือในตัวครูบาแต่ละรูปจากการประพฤติปฏิบัติที่แต่ละรูปได้ทำความดีเป็นประโยชน์แก่ส่วนรวมตลอดมา แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัดที่เคยเป็นที่จำพรรษาของครูบา 7 แห่ง มี 3 แนวทาง คือ 1) ความสะดวกสบาย ควรให้ความสำคัญกับที่จอดรถที่พิกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไกล และควรปรับปรุงห้องน้ำให้สามารถใช้ได้เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว 2) ด้านแหล่งเรียนรู้ ควรให้ความสำคัญกับป้ายประวัติศาสตร์ให้มีหลากหลายภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3) ด้านพุทธศิลป์/สถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ ควรให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาและทำความสะอาดเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมที่ยั่งยืน ทั้งด้านการอำนวยความสะดวก ด้านสาธารณูปโภค และด้านคมนาคม เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสักการบูชาครูบาในจังหวัดลำพูน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมมีศักยภาพและเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้น

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับประวัติครูบาท่านอื่นๆ ทั้งที่มีชื่อเสียงและไม่มีชื่อเสียง ด้วยการเพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสักการบูชาครูบาในจังหวัดลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในจังหวัดลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 และขอขอบคุณนายชนาธิป วรพงษ์ ไพบูลย์ นางสาวกชกร สุธรรมมา และนางสาวจตุพร ธน มัญชุสาพันธ์ ผู้ช่วยนักวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน จังหวัดปทุมธานี. สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คณิตา นาคเสนห์ (2555). งานบูรณปฏิสังขรณ์เจดีย์โดยครูบาศรีวิชัยในจังหวัดเชียงใหม่. สาขาวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จริญญา เจริญสุดใส. (2544). การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวญัฮกุร อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2551). รายงานการวิจัย เรื่อง เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- รสิกา อังกูร. (2549). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน จังหวัดปทุมธานี. สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสาวลักษณ์ อนันตศาสนต์. (2543). วัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนาในวิถีชีวิตของคนไทย แถบลุ่มแม่น้ำโขง ในประเทศไทย. ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม.
- หยกทิพย์ และในสิงห์. (2554). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวภูไทบ้านห้วยหีบ อำเภอโคกศรีสุพรรณ จังหวัดสกลนคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อารีย์ นัยพินิจ และคณะ. (2556). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จังหวัดเชียงใหม่ THE TOURIST RECREATION AREA MANAGEMENT FOR MOBILITY IMPAIRED PERSONS IN CHIANGMAI

ญาตาวิมินทร์ พิษทองหลาง¹ มิ่งขวัญ กันจันะ² และประทีป พิษทองหลาง³
Yathaweemintr Peuchthonglang¹, Mingkwan Kanjina² and Prateep Peuchthonglang

^{1,3} คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

¹ Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna

² Faculty of Science and Agricultural technology, Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี พื้นที่วิจัย คือ อุทยานหลวงราชพฤกษ์ และสวนสัตว์เชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือ เจ้าหน้าที่ 10 คน โดยใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และนักท่องเที่ยวที่พิการทางการเคลื่อนไหว 50 คน โดยใช้วิธีคัดเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยมี 2 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การสังเคราะห์แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานมีความสุภาพ และตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว ในด้านสิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่ ผู้พิการทางการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่เห็นว่ามีมาตรฐาน และส่วนใหญ่เห็นว่าในส่วนของทางลาดและที่จอดรถ มีมาตรฐาน

2. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสิ่งแวดล้อมและอาคารสถานที่ มีสัญลักษณ์แสดงรูปผู้พิการทุกบริเวณจุดสำคัญ ป้ายสัญลักษณ์ผู้พิการอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย มีเคาน์เตอร์ติดต่อสำหรับผู้ไว้อ่อนอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการ ห้องน้ำและห้องส้วมเป็นประตูปานเลื่อนเฉพาะจุดที่สำคัญภายในสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนทางลาดบางจุดมีราวจับ 1 ข้าง 2 ข้าง ที่จอดรถสำหรับผู้พิการใกล้ทางเข้าออกอาคารทำให้สะดวกแก่ผู้พิการ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ, ผู้พิการทางการเคลื่อนไหว, การจัดการแหล่งท่องเที่ยว

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมจัดการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ จังหวัดเชียงใหม่” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยแผนบูรณาการวิจัยและนวัตกรรมประจำปีงบประมาณ 2562

Corresponding Author

E-mail: Khun_Jedrin@hotmail.com

Abstract

The research topic “the tourist area management for mobility impaired within tourist recreation areas in Chiang Mai” the object were to study the tourism standard for mobility impaired at Chiang Mai and study Innovation of the tourist area management for mobility impaired. The research used mixed method, gather the qualitative research and the quantitative. The area of research was Royal Park Rajapruek and Chiangmai Zoo. The sample groups which were the staff of the area for 10 people each area was 5 people by purposive sampling and tourist in the area for 20 people each area was 10 people by accidental sampling. The instruments used in the research are two types 1) questionnaire 2) interviews. Data were analyzed using percentage comparative and write descriptive result research founded.

The tourism standard for mobility impaired in Recreational Attraction in Chiangmai province. The most important factor to go travel was famous and the factor that didn't go travel was the journey wasn't convenient. Likewise the obstacles what people not to go was physical. Mostly Answerer though that the standard was good polite and respond require increasingly. In Environmental building, mostly mobility impaired though that standardized and them though that the slope path and parking was standardized.

Innovation of the tourist area management for mobility impaired within tourist recreation areas in Chiang Mai, physical and building show symbol of mobility every climax place, sign of mobility was clearly seen, The counter information for mobility impaired was inessential because mainly of them travel with family or keeper facilitate for them. Restroom was sliding door especially climax point in tourist attraction and some of slope path have two or three handrail or haven't. Parking for mobility near the entrance way cause convenient for them.

Keywords : Standard tourist attraction Mobility impaired Tourism Management

บทนำ

ความพิการทางการเคลื่อนไหว หมายถึง การที่บุคคลมีข้อจำกัดในการปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหรือการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม ซึ่งเป็นผลมาจากการมีความบกพร่องหรือการสูญเสียความสามารถของอวัยวะในการเคลื่อนไหว ได้แก่ มือ เท้า แขน ขา อาจมาจากสาเหตุอัมพาต แขน ขาอ่อนแรง แขน ขาขาด หรือภาวะเจ็บป่วยเรื้อรังจนมีผลกระทบต่อการทำงานมือ เท้า แขน ขา (ความหมาย

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ) ในปัจจุบันผู้พิการทางการเคลื่อนไหวมีจำนวนร้อยละ 48.2 และมีอายุระหว่าง 22-59 ปี และคนพิการวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) มีความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.75 และร้อยละ 54.17 ตามลำดับ (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2560) เนื่องจากในปัจจุบันคนพิการทางการเคลื่อนไหวมีจำนวนเพิ่มขึ้น เราจึงต้องคำนึงถึงสภาพความเป็นอยู่ทางสังคม

ของคนพิการให้มากขึ้น ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้พิการ ไม่แบ่งแยกชนชั้นหรือฐานะ ต้องให้ความเท่าเทียมแก่ผู้พิการทางการไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยว การประกอบอาชีพ เป็นต้น ในด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการที่เดินทางมาท่องเที่ยว จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวคนพิการ ไม่ว่าจะเป็นที่จอดรถสำหรับผู้พิการ ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ ทางลาด ลิฟต์สำหรับผู้พิการ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อน และเสริมสร้างสุขภาพให้มีความสุข รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก และสวนสาธารณะ ลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา (กรมการท่องเที่ยว, 2560) การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการนี้จึงมีความหมายต่อคนพิการมากกว่าคนปกติอีกด้วย และเป็นการเปิดโอกาสให้คนพิการเข้าถึงสังคมได้ผ่อนคลายความเครียดและพัฒนาตนเอง หากนำมาปรับใช้อย่างเหมาะสมในรูปของนันทนาการบำบัด ยังเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตคนพิการอย่างหนึ่ง

การศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) และ 4 รัฐ (กลันตัน เปรัค เคดาห์ และเปอร์ลิส) ประเทศ มาเลเซียของนราวัต บัวขวัญและคณะ (2558) พบว่าชุมชน 5 จังหวัดในภาคใต้และ 4 รัฐของประเทศมาเลเซียมีองค์ประกอบและมาตรฐานการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันในบางประเด็น ทางผู้วิจัยจึงเสนอแนะการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนระหว่างชายแดนไทยและมาเลเซีย เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนเกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษา

แนวทางการพัฒนามาตรฐานและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราณี อธิชัยกุล (2559) จากการศึกษา ข้อค้นพบจากการวิจัยจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนในการดำเนินการเพื่อพัฒนามาตรฐานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย แนวทางการจัดการทางอารยสถาปัตย์ของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษ จารุณี ศรีบุรี (2556) ผลการศึกษาพบว่าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษเรื่องแนวทางการจัดการทางอารยสถาปัตย์ของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่นำมาเป็นแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเพื่อเหมาะสม และปลอดภัยมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุในที่พักอาศัยและสถานที่สาธารณะ ศาสตราจารย์สุพรี และคณะ (2558) จากการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสำรวจความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ ศึกษาสำรวจความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุในที่สาธารณะ ได้แก่ รถโดยสารสาธารณะ สวนสาธารณะ ตลาด สถานที่ราชการ จัดทำมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ในที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ผลการศึกษาสรุปได้ว่าความต้องการได้รับมาตรฐานความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงความปลอดภัยในชีวิตและความสะดวกต่อผู้สูงอายุในจังหวัดนครราชสีมา ในแต่ละด้านโดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก กล่าวคือหากผู้สูงอายุได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีมีความปลอดภัย จะทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ทางผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการบริการสาธารณะเพื่อให้เท่าเทียมกับคนปกติ การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนพิการที่ใช้รถเข็นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของวิษุ

พรรณ ทินนบุตร (2559) พบว่าระดับคุณภาพชีวิตของ
คนพิการที่ใช้รถเข็นในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าต้องการผู้ดูแล เจ้าหน้าที่
ศูนย์ พี่เลี้ยงสำหรับคนพิการ ร้อยละ 7.5 ให้เหมาะสม
สำหรับคนพิการที่ใช้รถเข็น พบว่าสามารถนำมาปรับ
ใช้กับการวิจัยของคณะผู้จัดทำ เป็นข้อมูลส่งเสริมให้
งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น การสำรวจมาตรฐาน
คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่ง
ชาติปรางสีดา จังหวัดสระแก้วของประยูร ดาศรี
(2557) จากการศึกษาพบว่าสามารถนำผลจากการ
วิจัยไปบูรณาการจัดการการท่องเที่ยว นอกจากนั้นผล
จากการวิจัยนี้ยังเสนอเป็นข้อมูลเพื่อนำไปประยุกต์ใช้
ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่ง
ชาติปรางสีดา เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาว
ตะวันออกกลางและนักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น การศึกษาเรื่องความ
สัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวกับแรงจูงใจ
การท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละ 80 ของปรางฉัตร
จันทร์เจริญ (2557) จากการศึกษาพบว่าผลการ
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว
กับแรงจูงใจการท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละ 80 ส่า
รสินธุ์ โดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันใน
ระดับสูงการศึกษาเรื่องการบริหารนันทนาการบำบัด
ในชุมชน สำหรับคนพิการทางร่างกายและการเคลื่อนไหว
ของวณัฐพงศ์ เบญจพงศ์ (2557) จากการศึกษา
พบว่าคนพิการทางร่างกายและการเคลื่อนไหวมีระดับ
ความต้องการกิจกรรมนันทนาการทางกายอยู่ระหว่าง
มากถึงมากที่สุด การศึกษาเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
แบบ SLOW TOURISM สำหรับนักท่องเที่ยวผู้
สูงอายุในภาคเหนือตอนบนของกรวรรณ สังขกร และ
สุรีย์ บุญญาพงศ์ (2555) ผลการศึกษาพบว่าแหล่ง
ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดทาง
ภาคเหนือตอนบนยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและ
สิ่งบริการน้อยและไม่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ไม่มี
กิจกรรมที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้และซึมซับคุณค่า

ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นจึงต้องปรับปรุงสิ่ง
อำนวยความสะดวก สร้างสรรค์กิจกรรม และพัฒนา
บุคลากรให้มีความพร้อมที่จะจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้
สูงอายุ การศึกษาเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของ
เมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัด
สุโขทัย และจังหวัดกำแพงเพชรของกาญจนาภรณ์ รัตน
สนธิ (2554) ผลการศึกษาพบว่าการบริหารจัดงานของ
ภาครัฐยังไม่ดีพอ พบว่าแหล่งโบราณสถานบางที่เกิด
ปัญหาในการจัดการพื้นที่แตกต่างกัน เช่น ปัญหาการ
รुकล้ำพื้นที่มรดกโลก พื้นที่ทับซ้อนกับแหล่งชุมชน สิ่ง
อำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้
นำเสนอข้อเสนอแนะและนโยบายต่างๆ เพื่อพัฒนา
ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกโลกให้ดี
ยิ่งขึ้น จากการศึกษาทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า
ยังขาดการสำรวจและปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่ง
อำนวยความสะดวก เช่น ห้องสุขา สถานที่จอดรถ ป้าย
บอกทาง หรือป้ายสื่อความหมายที่เหมาะสมที่รองรับ
ขยะและสิ่งปฏิกูล เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของ
นักท่องเที่ยวและทางด้านบริหารจัดการ พัฒนา
ทรัพยากรบุคคล อบรมให้ผู้ประกอบการมีจิตบริการ
และความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเพื่อสื่อสาร
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว
ได้ ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้จะมาเติมเต็มส่วนที่ขาดให้
สมบูรณ์

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ คือ แหล่งท่องเที่ยว
ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้าง
สุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการ
ศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่
ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่
มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น
ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและ
สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และ
สนามกีฬา ในจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิง
นันทนาการหลายแห่ง คณะผู้จัดทำเลือก 2 แห่ง คือ
สวนสัตว์เชียงใหม่ อุทยานหลวงราชพฤกษ์ เพราะเป็น

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของทุกเพศ ทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้แนวคิดโดยกลุ่มเป้าหมายจะมุ่งเน้นไปที่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานและผู้พิการทางการเคลื่อนไหวที่มาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ โดยแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงนันทนาการของกรมการท่องเที่ยว และแนวคิดความพึงพอใจของ Herzberg เพื่อเป็นกรอบในการตอบคำถามการวิจัยในครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มเติมจากข้อมูลเดิมเพื่อต่อยอดความรู้ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว ข้อมูลที่ได้จะให้ประโยชน์ในด้านการจัดนโยบายการท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว เพื่อให้มีสิทธิเท่าเทียมกับคนปกติทางด้านร่างกาย ไม่มีการแบ่งแยกระหว่างผู้พิการและคนปกติทางด้านร่างกาย

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จังหวัดเชียงใหม่

ระเบียบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research: MMR) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม กับ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลและคำตอบของงานวิจัยครอบคลุม รอบด้าน และสมบูรณ์ที่สุด พื้นที่วิจัย คือ อุทยานหลวงราชพฤกษ์ ตั้งอยู่ที่ตำบลเหียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และสวนสัตว์เชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่

ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ เจ้าหน้าที่และจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งหมด 30 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ คือ 1) แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วๆไปและข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว (2) คำถามเกี่ยวกับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ แบ่งออกเป็น 2 ได้แก่ (1) คำถามเกี่ยวกับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ (2) ความคิดเห็นเพิ่มเติม ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้คือค่าร้อยละ และวิเคราะห์คำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จังหวัดเชียงใหม่

ผลการสอบถามข้อมูลทั่วไปและคำถามเกี่ยวกับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 คนโดยใช้วิธีเลือกแบบบังเอิญปรากฏผลดังต่อไปนี้

ผู้ที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการที่ผู้วิจัยเลือกไปศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นนิสิตหรือนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ลักษณะความพิการส่วนใหญ่ คือ ขาอ่อนแรง สาเหตุความพิการ คือ ความพิการโดยกำเนิด ช่วงอายุที่เกิดความพิการส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี อุปกรณที่ช่วยในการเคลื่อนไหวส่วนมาก คือ เก้าอี้เข็นคนพิการ หรือวีลแชร์ ส่วนใหญ่เที่ยวในประเทศ 1 – 3 ครั้งต่อปี ใช้เวลาในการเดินทาง 1 – 2

วัน ช่วงวันที่เลือกในการมาเที่ยว คือ วันเสาร์ – อาทิตย์ สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งประมาณต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนปัจจัยสำคัญที่ทำให้ไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และปัจจัยที่ทำให้ไม่ไปท่องเที่ยว คือ การเดินทางไม่สะดวก อุปสรรคที่ทำให้ไม่เดินทางไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ด้านกายภาพ และผู้พิการที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าการท่องเที่ยวมีคุณค่าและประโยชน์มาก ในด้านการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีมาตรฐาน มีความสุภาพ และตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว การบริการด้านข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพ ส่วนการให้บริการอุปกรณ์ เครื่องช่วยอำนวยความสะดวกนั้น มีมาตรฐาน แต่การบริการพาหนะสำหรับคนพิการโดยเฉพาะนั้น ยังไม่มีประสิทธิภาพ ในด้านสิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่ ผู้พิการทางการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่เห็นว่า การมีสัญลักษณ์รูปคนพิการ บ้ายมองเห็นชัด ยังไม่มีประสิทธิภาพ สำหรับเคาน์เตอร์ติดต่อประสานงานที่ผู้พิการสามารถเข้าถึงได้นั้น ยังไม่มีการดำเนินการ ส่วนห้องน้ำหรือห้องส้วม เป็นประตูปานเลื่อนสามารถเปิดปิดได้ง่าย ส่วนใหญ่เห็นว่ามีมาตรฐาน และส่วนใหญ่เห็นว่าในส่วนของทางลาดและที่จอดรถ มีมาตรฐาน

อุทยานหลวงราชพฤกษ์ ตั้งอยู่ที่ ตำบลแม่เหียะ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ และ สวนสัตว์เชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



รูปที่ 1 ทางเข้าที่รถเข็น (วีลแชร์) สามารถผ่านได้



รูปที่ 2 จุดรอรถรางมีทางลาดสำหรับรถเข็น



รูปที่ 3 บริเวณอุทยานหลวงส่วนมากจะมีทางลาดสำหรับรถเข็น (วีลแชร์)



รูปที่ 4 จุดแวะชมสัตว์มีทางลาด



รูปที่ 5 แหล่งการเรียนรู้สำหรับเด็กในสวนสัตว์
เชียงใหม่ มีทางลาดสำหรับรถเข็น (วีลแชร์)

2. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ สำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเกี่ยวกับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จำนวนทั้งหมด 10 คน สรุปโดยรวมได้ว่า การให้บริการที่นักท่องเที่ยวมีความสะดวกรวดเร็ว มีความสุภาพและอบอุ่น มีการต้อนรับตั้งแต่หน้าประตูและมีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การให้บริการโดยคำนึงถึงผู้พิการเป็นสำคัญมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยรองรับเมื่อเกิดอุบัติเหตุในทันที ส่วนการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร มีการบริการเว็บไซต์ และเพจใน Facebook รายงานและให้ข้อมูลอยู่เสมอ การบริการอักษรเบรลล์ให้แก่ผู้พิการทาง

สายตาและล่ามภาษามือ ยังไม่มีให้บริการ เพราะส่วนใหญ่นั้นผู้พิการมักจะมากับพี่เลี้ยงหรือครอบครัวและเล็งเห็นว่ายังไม่จำเป็นเท่าที่ควร สำหรับการบริการอุปกรณ์ช่วยอำนวยความสะดวกนั้น สามารถใช้บริการวีลแชร์ได้ฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวผู้พิการหรือผู้สูงอายุที่ต้องการใช้บริการวีลแชร์สามารถยืมได้ที่จุดจำหน่ายตั๋วโดยใช้เพียงแค่บัตรประชาชน วัสดุที่ใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพ มีการตรวจสอบสภาพก่อนการใช้งานอยู่เสมอ หากชำรุดจะส่งซ่อมทันที มีบริการรถกลางฟรีสามารถยกวีลแชร์ขึ้นไปได้ ทำให้สะดวกต่อผู้พิการทางการเคลื่อนไหว ส่วนในด้านสิ่งแวดล้อมและอาคารสถานที่ มีสัญลักษณ์แสดงรูปผู้พิการทุกจุด บริเวณจุดสำคัญเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวนิยม ป้ายสัญลักษณ์ผู้พิการ อยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย ในส่วนเคาน์เตอร์ติดต่อสำหรับผู้พิการนิยมเดินทางมากับครอบครัว หรือผู้ดูแล คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการ ห้องน้ำและห้องส้วมเป็นประตูปานเลื่อนเฉพาะจุดที่สำคัญภายในสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนทางลาด บางจุดมีราวจับ 1 ข้าง 2 ข้าง หรือไม่มีที่จอดรถสำหรับผู้พิการใกล้ทางเข้าออกอาคาร ทำให้สะดวกแก่ผู้พิการ

อภิปรายผล

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการทั้งสองแห่งมีมาตรฐานที่ดี มีความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยว ความสะดวกสบายและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวทั้งนี้เป็นเพราะว่าแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ทำให้มีการคำนึงถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหว สอดคล้องกับกรมการท่องเที่ยว (2560) ดังที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการนี้มีความหมายต่อคนพิการมากกว่าคนปกติ และเป็นการเปิดโอกาสให้คนพิการเข้าสังคมได้ผ่อนคลายความเครียดและพัฒนาตนเอง หากนำมาปรับใช้อย่างเหมาะสมในรูปของนันทนาการบำบัด ยังเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตคน

พิการอย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับศาสน์ สุขประเสริฐ ได้ศึกษามาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุในที่พักอาศัยและสถานที่สาธารณะ ผลการวิจัยพบว่าความต้องการได้รับมาตรฐานความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงความปลอดภัยในชีวิต และความสะดวกต่อผู้สูงอายุ ในจังหวัดราชสีห์มา ในแต่ละด้านโดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ หากผู้สูงอายุได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีมีความปลอดภัย จะทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น สรุปได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการทั้งสองแห่ง อยู่ในมาตรฐานที่ดี สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการทั้งสองแห่งมีมาตรฐานที่ดี ผู้พิการสามารถท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย หากพัฒนามาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น จะทำให้การรองรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การท่องเที่ยวของผู้พิการทางการเคลื่อนไหวนิยมเดินทางมากับครอบครัวหรือผู้ดูแล จึงเห็นว่าการท่องเที่ยวด้วยตนเองนั้นยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก สิ่งอำนวยความสะดวกจึงให้บริการเฉพาะวีลแชร์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้พิการ ตรงตามมาตรฐานของกรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้พิการสามารถท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ และปลอดภัย สอดคล้องกับภัทรดินทร์ สุทธิภักดี ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน กว๊านพะเยา ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาโดยรถส่วนตัว เพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการท่องเที่ยว และส่วนใหญ่รู้จักคำชวนของกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก หรือเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของจุดแวะพักก่อนเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่อื่นๆ สรุปได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ นิยมเดินทางมากับครอบครัวหรือผู้ดูแล เพราะมีความสะดวกและปลอดภัย

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการจังหวัดเชียงใหม่ จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้ ผู้ที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการที่ผู้วิจัยเลือกไปศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นนิสิตหรือนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ลักษณะความพิการส่วนใหญ่ คือ ขาอ่อนแรง สาเหตุความพิการ คือ ความพิการโดยกำเนิด ช่วงอายุที่เกิดความพิการส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี อุปกรณ์ที่ช่วยในการเคลื่อนไหวส่วนมาก คือ เก้าอี้เข็นคนพิการ หรือวีลแชร์ ส่วนใหญ่เที่ยวในประเทศ 1-3 ครั้งต่อปี ใช้เวลาในการเดินทาง 1-2 วัน ช่วงวันที่เลือกในการมาเที่ยว คือ วันเสาร์-อาทิตย์ สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งประมาณต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนปัจจัยสำคัญที่ทำให้ไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง และปัจจัยที่ทำให้ไม่ไปท่องเที่ยว คือ การเดินทางไม่สะดวก อุปสรรคที่ทำให้ไม่เดินทางไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ด้านกายภาพ และผู้พิการที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าการท่องเที่ยวมีคุณค่าและประโยชน์มาก ในด้านการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีมาตรฐาน มีความสุภาพ และตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว การบริการด้านข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพ ส่วนการให้บริการอุปกรณ์ เครื่องช่วยอำนวยความสะดวกนั้น มีมาตรฐาน แต่การบริการพาหนะสำหรับคนพิการโดยเฉพาะนั้น ยังไม่มีประสิทธิภาพ ในด้านสิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่ ผู้พิการทางการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่เห็นว่า การมีสัญลักษณ์รูปคนพิการ ป้ายมองเห็นชัด ยังไม่มี

ประสิทธิภาพ สำหรับเคาน์เตอร์ติดต่อประสานงานที่ผู้พิการสามารถเข้าถึงได้นั้น ยังไม่มีการดำเนินการส่วนห้องน้ำหรือห้องส้วม เป็นประตูปานเลื่อนสามารถเปิดปิดได้ง่าย ส่วนใหญ่เห็นว่ามีมาตรฐาน และส่วนใหญ่เห็นว่าในส่วนของทางลาดและที่จอดรถ มีมาตรฐาน

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเกี่ยวกับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวจำนวนทั้งหมด 10 คน สรุปโดยรวมได้ว่า การให้บริการที่นักท่องเที่ยวมีความสะดวกรวดเร็ว มีความสุขและผ่อนคลาย มีการต้อนรับตั้งแต่หน้าประตูและมีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การให้บริการโดยคำนึงถึงผู้พิการเป็นสำคัญมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยรองรับเมื่อเกิดอุบัติเหตุในทันที ส่วนการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร มีการบริการเว็บไซต์ และเพจใน Facebook รายงานและให้ข้อมูลอยู่เสมอ การบริการอักษรเบรลล์ให้แก่ผู้พิการทางสายตาและล่ามภาษามือ ยังไม่มีให้บริการ เพราะส่วนใหญ่ผู้พิการมักจะมากับพี่เลี้ยงหรือครอบครัวและเล็งเห็นว่ายังไม่จำเป็นเท่าที่ควร สำหรับการบริการอุปกรณ์ช่วยอำนวยความสะดวกนั้น สามารถใช้บริการวีลแชร์ได้ฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวผู้พิการหรือผู้สูงอายุที่ต้องการใช้บริการวีลแชร์สามารถยืมได้ที่จุดจำหน่ายตั๋วโดยการใช้เพียงแค่บัตรประชาชน วัสดุที่ใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพ มีการตรวจสอบสภาพก่อนการใช้งานอยู่เสมอ หากชำรุดจะส่งซ่อมทันที มีบริการรถกลางฟรีสามารถยืมวีลแชร์ขึ้นไปได้ ทำให้สะดวกต่อผู้พิการทางการเคลื่อนไหว ส่วนในด้านสิ่ง

แวดล้อมและอาคารสถานที่ มีสัญลักษณ์แสดงรูปผู้พิการทุกจุด บริเวณจุดสำคัญเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวนิยม ป้ายสัญลักษณ์ผู้พิการ อยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย ในส่วนเคาน์เตอร์ติดต่อสำหรับผู้พิการนิยมเดินทางมากับครอบครัว หรือผู้ดูแล คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการ ห้องน้ำและห้องส้วมเป็นประตูปานเลื่อนเฉพาะจุดที่สำคัญภายในสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนทางลาด บางจุดมีราวจับ 1 ข้าง 2 ข้าง หรือไม่มีที่จอดรถสำหรับผู้พิการใกล้ทางเข้าออกอาคาร ทำให้สะดวกแก่ผู้พิการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ รถบริการรับส่งสามารถทำให้วีลแชร์ขึ้นขึ้นได้สะดวกและปลอดภัย มีเคาน์เตอร์ติดต่อสำหรับผู้พิการที่สามารถเข้าประชิดได้โดยเฉพาะ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลจุดจอดมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการสำหรับผู้พิการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้พิการในการใช้ชีวิตให้ทัดเทียมกับคนปกติมากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 และขอขอบคุณนางสาวธัญญา มหาไม้ นางสาวพิษณุตะวัน พันธุ์พล นางสาววิจิตรา ผักกาด ผู้ช่วยนักวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2560). สถิติคนพิการทางการเคลื่อนไหว. ออนไลน์(dep.go.th).5
กรกฎาคม 2560.
- กรวรรณ สังขกร และสุรีย์ บุญญานพวงศ์. (2555). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ SLOW TOURISM สำหรับ
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. รายงานการวิจัยสถาบันวิจัยสังคม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
กาญจนาภรณ์ รัตนสนธิ จิราบุช โสภาก จิราพร สุวรรณเกษม ชุตินา จักรจรัส ญัฐปรีญา โพธิ์พันธุ์ พิมพ์วิหการ
แก้ว และรัญจวน ประวัติเมือง. (2554). **ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของ
ประเทศไทย กรณีศึกษา: อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และอุทยาน
ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน**. รายงานการวิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- จารุณี ศรีบุรี. (2556). **แนวทางการจัดการทางอารยสถาปัตย์ของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อ รองรับนัก
ท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษ**. รายงานการวิจัย. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.
- ประยูร ดาศรี. (2557). **การสำรวจมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา
จังหวัดสระแก้ว**. รายงานการวิจัย. สาขาสารสนเทศเพื่อการจัดการ. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ปรานฉัตร จันทระเจริญ. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวใน
กลุ่มร้อยละสามสิบ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัย
ราชภัฏมหาสารคาม.
- ราณี อธิชัยกุล และคณะ. (2559). **แนวทางการพัฒนามาตรฐานและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน
ประเทศไทย**. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วณัฐพงศ์ เบญจพงศ์ อุษากกร พันธุ์วานิช มยุรี ศุภวิบูลย์ และสุวิมล ตั้งสัจพจน์. (2557). **การบริการนันทนาการ
บำบัดในชุมชนสำหรับคนพิการทางร่างกายและการเคลื่อนไหว**. รายงานการวิจัย. คณะพลศึกษา.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิฑูรพรณ ทินนบุตรา. (2559). **แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนพิการที่ใช้รถเข็น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. มหาวิทยาลัยพายัพ.
- ศาสน์ สุขประเสริฐ. (2558). **มาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุในที่พักอาศัยและสถานที่
สาธารณะ**. รายงานการวิจัย. สาขาวิศวกรรมโยธา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยว จังหวัดขอนแก่น POTENTIALS DEVELOPMENT GUIDELINES OF TRAVEL AGENCY EMPLOYEES KHON KAEN PROVINCE

สุมาลี นันทศิริพล¹
Sumalee Nunthasiriphon

สาขาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
School of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยว จังหวัดขอนแก่น เก็บแบบสอบถามจาก 20 บริษัทนำเที่ยว ผลการวิจัย พบว่า 1) ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม ด้านมนุษยสัมพันธ์ ที่ควรพัฒนา คือ การควบคุมอารมณ์ อดทนอดกลั้น เสียสละ อุทิศเวลา เข้าใจยอมรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ยิ้มแย้มแจ่มใส สนใจพัฒนาตนเอง 2) ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม ด้านการสื่อสารในองค์กร ที่ควรพัฒนา คือ การปฏิบัติงานที่มีระเบียบวินัย เชื่อมมั่นในตนเอง กล้าคิด กล้าแสดงความคิดเห็น ปฏิบัติตามคำสั่งอย่างถูกต้อง ทันเวลา 3) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่ควรให้ความสำคัญ คือ ปริมาณงานกับจำนวนตำแหน่งงานสอดคล้องกัน เงินเดือน โบนัส 4) ศักยภาพของพนักงาน ควรพัฒนาความรู้แหล่งท่องเที่ยวภายนอกและภายในประเทศ การจัดโปรแกรม รายการนำเที่ยว ขาวเหตุการณ์ท่องเที่ยวที่ทันสมัย 5) ศักยภาพด้านทักษะการปฏิบัติงาน ที่ควรพัฒนา คือ ความสามารถด้านภาษาอังกฤษ การแก้ไขปัญหา การนำเสนอรายการนำเที่ยว ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการมีอิทธิพลต่อศักยภาพการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกตัวแปร ยกเว้นด้านการสื่อสารภายในองค์กรไม่มีอิทธิพลต่อศักยภาพการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ: ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม, แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, ศักยภาพระดับปฏิบัติการ

Abstract

The research aimed to suggest the performance development model of travel agency employees in Khon Kaen Province. The Data collection was from twenty travel agencies by using questionnaires. The research found that; first, society skills in human relationship that should be developed are emotional control, patience, sacrifice and dedication in the organization, understanding and accepting the opinions of others. Also, the smile personality

¹ Corresponding Author

E-mail: sumalee.nida@gmail.com

and interested in self-development should be developed. Second, society skills in organization communication that should be developed are the discipline practice, followed by the self-confidence, the courage of sharing and discussing their idea, the ability to follow directions accurately and punctually. Third, the employees' motivation that should be considered is that workload and the number of positions should match including salary and bonus that will make tasks success. Fourth, the knowledge of employees that should be developed are worldwide tourist attractions knowledge, followed by local tourist attractions knowledge, program planning, current issues of tourism and news. Finally, the skills of employees that should be develop are English for communication skills, followed by the ability to make a decision for solving the issues during the operation and the tour program presentation for customers. From testing the hypothesis, it is found that society skills and employees' motivation influenced on the potential of employees' performance significantly at the 0.05 level. However, society skills in organization communication did not influence on the potentials of employees' performance in travel agencies.

Keyword: Society skills, Employees' motivation, Operation potentials

บทนำ

ภายใต้เป้าหมายการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นับตั้งแต่ปี 2558 อาเซียนได้เปิดเสรีทางเศรษฐกิจในการเคลื่อนย้ายสินค้าให้สะดวกมากขึ้นในภาคบริการและแรงงานมีฝีมือตามกรอบความตกลงว่าด้วยการค้าบริการของอาเซียน (AFAS) (Tassanaipitukkul, 2015 : 1) โดยกำหนดข้อตกลงยอมรับร่วม (MRA) ด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพต่างๆ ที่ประเทศสมาชิกอาเซียนมีศักยภาพพร้อมเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพระหว่างประเทศสมาชิก เป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันตลาดการค้าบริการ (Charoenphon, 2017) มีการจัดทำความตกลงยอมรับร่วมด้านคุณสมบัติวิชาชีพอาเซียน 8 สาขา ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เป็นการระบุมรรณะพื้นฐานขั้นต่ำ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการภาคการท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐานเดียวกันครอบคลุม 32 ตำแหน่งงาน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่พักและกลุ่มการเดินทาง โดยมี 9 ตำแหน่งงานในธุรกิจ

ตัวแทนท่องเที่ยวและบริษัททัวร์ (Department of Tourism, 2017)

สำหรับประเทศไทย ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สร้างรายได้ในแต่ละปีไม่ต่ำกว่าหลายแสนล้านบาท ไทยมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งภูมิประเทศที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และการบริการยังได้มาตรฐาน รวมถึงลักษณะเฉพาะของคนไทยที่มีความอ่อนน้อมและความเป็นมิตร บริการด้วยความจริงใจเป็นที่ประทับใจ (Tassanaipitukkul, 2015 : 1) ทำให้ภาครัฐเร่งส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นการพัฒนาและเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีสูงขึ้น (Wannathanom, 2009 : 15)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดท่องเที่ยวไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว แต่ภาคบริการท่องเที่ยวไทยยังประสบปัญหา และอุปสรรคหลายประการ เช่น

การแข่งขันด้านราคา การตัดราคา ลดต้นทุน ส่งผลให้คุณภาพการบริการลดลง การขาดข้อมูล ความรู้ด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวยังไม่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเท่าที่ควร และจำนวนผู้ให้บริการที่เชี่ยวชาญด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษยังมีไม่มาก ส่งผลให้ตลาดท่องเที่ยวไทยอาจถูกแย่งตลาดได้ในอนาคตจากคู่แข่งในประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังเร่งพัฒนาภาคการท่องเที่ยว จึงต้องเร่งพัฒนาระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการให้มากขึ้น ด้วยการฝึกอบรมบุคลากร โดยเฉพาะแรงงานรุ่นใหม่ ให้พัฒนาการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น ให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว การวางแผน การปฏิบัติงาน และการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้มีใจพร้อมบริการอย่างเต็มใจและเต็มความสามารถ (Ministry of Commerce, Department of Trade Negotiation, 2017) การที่จะเพิ่มศักยภาพของพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทนำเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงศักยภาพที่มีอยู่ และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ได้จึงได้ศึกษาตัวแปรดังกล่าวนี้เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพของพนักงานบริษัทนำเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ที่ประสานงานกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกธุรกิจ เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยว จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

สมมุติฐานงานวิจัย

ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

ทบทวนวรรณกรรม

1) ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม

มนุษยสัมพันธ์ (human relation)

เป็นการศึกษาพฤติกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Chongvisal, 2007 : 13) มนุษยสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยศาสตร์และศิลป์มาประยุกต์เพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดี ไม่เสแสร้งแกล้งทำ (Aerbsuksiri, 2016 : 273) สรุปได้ว่า มนุษยสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดกับบุคคลอื่น เพื่อให้กิจกรรมที่ทำร่วมกันเป็นไปด้วยความราบรื่น บรรลุเป้าหมายของทั้งสองฝ่าย

การสื่อสารในองค์กร (Communication)

ที่มีอุปสรรคจะทำให้การบริการไม่บรรลุผล ตัวแปรที่ทำให้การสื่อสารเกิดอุปสรรค คือ การใช้ภาษาไม่ชัดเจน การใช้ภาษาพูด การตีความของบุคคล (Yawiraj, 2007 : 233) การสื่อสารที่ง่ายต่อการเข้าใจยังเป็นปัจจัยการกำหนดคุณภาพการบริการ (Smith-ikrai, 2015 : 372) สรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในการให้ข้อมูลตั้งแต่เริ่มต้นตัดสินใจจะซื้อ จนกระทั่งเดินทางท่องเที่ยว จึงเป็นหน้าที่ของพนักงานในบริษัทนำเที่ยวในการสื่อสารที่ต้องอาศัยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

แรงจูงใจ (Motive) คือ สิ่งที่บุคคลคาดหวัง

เป็นตัวผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Franken, 1994 : 23) คำนาย อภิปรัชญาสกุล (Ahipruchayaskul, 2557 : 16) กล่าวว่า การจูงใจด้วยงานมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานเกิดเจตคติที่ดี รู้คุณค่าของงาน ส่งผลให้รู้สึกภูมิใจ กระตือรือร้น อุตสาหะ ทุ่มเท และรับผิดชอบมากขึ้น สรุปได้ว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการจูงใจที่อาศัยสิ่งล่อใจกระตุ้นให้

บุคคลแสดงพฤติกรรม โดยพฤติกรรมจะแตกต่างกันไปตามการรับรู้และประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล

2) ศักยภาพระดับปฏิบัติการ

McClelland (1973 : 3) กล่าวว่า สมรรถนะ การทำงานประกอบด้วยความรู้ (Knowledge) และทักษะ (Skills) เป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาให้ มีขึ้นได้ไม่ยากนัก ด้วยการศึกษาค้นคว้า เพื่อให้เกิด ความรู้ และฝึกฝนปฏิบัติ เพื่อให้เกิดทักษะ ธรรมชาติ (2550) อธิบายว่า ศักยภาพ เป็น บุคลิกลักษณะที่สะท้อนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) เจตคติ (Attitude) ความเชื่อ (Belief) และ อุปนิสัย (Trait) ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (Surakitboworn, 2557 : 168) อธิบายว่าสมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะ ความสามารถของบุคคลในเชิงพฤติกรรมที่อาจเกิด จากพรสวรรค์หรือการเสริมสร้างขึ้นโดยผ่านการฝึก อบรม การพัฒนา สรุปได้ว่า ศักยภาพ คือ ความ สามารถของบุคคลที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรม ความรู้ การปฏิบัติงาน ซึ่งเกิดจากการศึกษา การเรียน รู้ การฝึกปฏิบัติ

วิธีการวิจัย

1. การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บ ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีค่าดัชนีความความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (IOC) 0.90 จากการ ทดลองใช้แบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบัค 0.82 ถือว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

2. ประชากร คือ พนักงานและเจ้าของบริษัท นำเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการ ท่องเที่ยว 20 บริษัท แต่ละบริษัทมีพนักงานประมาณ 80 คน

3. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เลือกแบบ เจาะจงทั้ง 20 บริษัท ได้กลุ่มตัวอย่าง 49 คน โดยแจก แบบสอบถามบริษัทละ 2-3 คน เนื่องจากพนักงานบาง ส่วนต้องปฏิบัติงานระหว่างที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูล จึงไม่

สามารถแจกครบทุกคนได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบว่า ทักษะการอยู่ ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานระดับปฏิบัติการ อยู่ในระดับมาก และมาก ที่สุด ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

1.1 ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ พบว่า พนักงานระดับปฏิบัติการมีความเสียสละและอุทิศ เวลาในแก่งองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.6 รองลงมา คือ มีเป็นผู้ที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความ สนใจที่จะพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.3 ส่วนการควบคุมอารมณ์ อุดหนุนอดกลั้น ความเสียสละ และอุทิศเวลาในแก่งองค์กร เข้าใจและยอมรับฟังความ คิดเห็นของผู้อื่น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.4

1.2 ทักษะด้านการสื่อสารในองค์กร พบ ว่า พนักงานระดับปฏิบัติการมีความอดทนมุ่งมั่นใน การทำหน้าที่ของตนเอง และเปิดรับต่อสิ่งใหม่ ๆ ปรับ ตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง เพื่อนร่วมงานเป็นมิตรและ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.5 รองลงมา คือ มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิด กล้า พุดเพื่อแสดงความคิดเห็น และความสามารถในการ ปฏิบัติตามคำสั่งด้วยความถูกต้อง ทันเวลา อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.4 ส่วนการปฏิบัติงานที่มีระเบียบวินัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.3

1.3 ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบ ว่า แรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการขึ้นอยู่กับผล สำเร็จของงานทำให้เกิดกำลังใจที่จะพัฒนางานให้ดีขึ้น ความก้าวหน้าขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถ ความ

รับผิดชอบ สวัสดิการ ความเป็นมิตร สร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน การเดินทางมาทำงานสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.5 รองลงมา คือ แรงจูงใจเกี่ยวกับปริมาณงานกับจำนวนตำแหน่งงานมีความสอดคล้องกัน เงินเดือน โบนัส ทำให้สามารถเต็มทีกับงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.5

2. ศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน

ระดับปฏิบัติการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

2.1 ด้านความรู้ในการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานมีความรู้ความเข้าใจบริษัท โครงสร้างองค์กร งานในหน้าที่ต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.2 รองลงมา คือ ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ ความรู้เรื่องการจัดโปรแกรม รายการนำเที่ยว และความรู้เกี่ยวกับข่าว เหตุการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.0 และศักยภาพความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายนอกประเทศ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.8

2.2 ด้านทักษะการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานมีความสามารถในการใช้ซอฟต์แวร์พื้นฐาน Microsoft office เช่น Word, Excel, Power Point เป็นต้น ความสามารถในการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อจัดรายการนำเที่ยว และสามารถในการทำงานได้หลากหลายหน้าที่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.3 รองลงมา คือ มีความสามารถในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาระหว่างปฏิบัติงาน และการพูดนำเสนอรายการนำเที่ยวแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.2 ส่วนทักษะความสามารถด้านภาษาอังกฤษที่จะสื่อสารกับลูกค้า พนักงานระดับปฏิบัติการมีความสามารถในค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 3.9 แม้ว่าความสามารถดังกล่าวนี้จะอยู่ในระดับมากก็ตาม

3. ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย

3.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า

1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายใน

ของชุดตัวแปรทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 3 ด้าน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง 0.410-0.615 เป็นความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ซึ่งใช้เกณฑ์พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Hinkle D. E. (1998, p 118) สามารถนำตัวแปรต้นไปวิเคราะห์หาค่าความมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามได้

2) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในของชุดตัวแปรศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ 2 ด้าน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็นความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยศักยภาพด้านความรู้ในการปฏิบัติงาน มีค่าสหสัมพันธ์เป็น .621 กับ ศักยภาพด้านความรู้ในการปฏิบัติงาน

3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปร ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการกับศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ด้านความรู้ในการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง 0.356-0.502 อยู่ในระดับปานกลาง ด้านทักษะการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง 0.396-0.522 อยู่ในระดับปานกลาง

3.2 การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของตัวแปร พบว่า มีตัวแปรทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ

3.3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ พบว่า

1) ตัวแปรทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านมนุษยสัมพันธ์ มีอิทธิพล 28.9 % ($B = 0.289$) ด้านการสื่อสารภายในองค์กร มีอิทธิพล 1.4% ($B = 0.014$) ไม่มีนัยสำคัญ

ทางสถิติ และด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพล 33.2% ($B = 0.332$) เมื่อพิจารณาค่า B ตัวแปรด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน คือ $B = 0.332$ หมายความว่า เมื่อจำนวนหน่วยของด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ เพิ่มขึ้น 0.332 หน่วย

2) ตัวแปรที่มีอิทธิพลรองลงมาคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ เมื่อจำนวนหน่วยของด้านมนุษยสัมพันธ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ เพิ่มขึ้น 0.289 หน่วย ส่วนตัวแปรด้านการสื่อสารภายในองค์กร มีอิทธิพลเพียง 1.4% ($B = 0.014$) และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงวิเคราะห์ว่าไม่มีอิทธิพลต่อศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ดังแสดงค่า B ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ตัวแปรทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	B	SE.	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	1.077	.184		5.866	.000*
ด้านมนุษยสัมพันธ์	.289	.052	.258	5.598	.000*
ด้านการสื่อสารภายในองค์กร	.014	.060	.012	.235	.814
ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	.332	.055	.322	6.046	.000*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

อภิปรายผล

1) ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ที่ควรพัฒนา คือ การควบคุมอารมณ์ อุดหนุน อุดหนุน ความเสียสละและอุทิศเวลาในแก่องค์กร เข้าใจ และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รองลงมา คือ มีเป็นผู้ที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสนใจที่จะพัฒนาตนเอง

เนื่องจากงานในตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการมีการพบปะ เจรจาไม่ว่ากับลูกค้า หรือเพื่อนร่วมงานจำเป็นต้องมีการควบคุมอารมณ์ อุดหนุน อุดหนุน เพื่อจะไม่เกิดปัญหาตามมาภายหลังหรือส่งผลกระทบต่องาน ทางบริษัทควรจัดให้มีการเข้าค่ายสังสรรค์ร่วมกันทุกแผนกปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้พนักงานทุกคนได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันสร้างความรักความสามัคคี ควรจัดให้มีการอบรมธรรมะหรืออบรมตาม

หลักการของแต่ละศาสนา เพื่อเป็นการขัดเกลาจิตใจของทุกคนให้มีการพัฒนาที่ดีขึ้น จัดให้มีบทลงโทษอย่างชัดเจนให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกัน ในกรณีทำความผิดเพื่อให้พนักงานเกิดความเกรงกลัว ตลอดจนหัวหน้างานแต่ละแผนกควรสอดส่องดูแลพนักงานอย่างใกล้ชิด ว่ากล่าวตักเตือนพนักงานอย่างสุภาพ ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ เปิดโอกาสให้พนักงานปรับปรุงตนเองอยู่เสมอจึงจำเป็นที่พนักงานควรมีการควบคุมอารมณ์ อุดหนุน อุดหนุน ซึ่งสอดคล้องกับ รพีพรรณ สุพรรณพันธ์ (2554 : 35) กล่าวว่า การมีผู้บังคับบัญชาหรือ เพื่อนร่วมงานเป็นผู้ดูแลอย่างใกล้ชิดคอยเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำให้ความเป็นกันเองจะทำให้พนักงานไม่โดดเดี่ยวและมีความพึงพอใจในการทำงานในองค์กรมากขึ้น

2) ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมของพนักงานด้านการสื่อสารในองค์กร ที่ควรพัฒนา คือ การปฏิบัติงานที่มีระเบียบวินัย รองลงมา คือ มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิด กล้าพูดเพื่อแสดงความคิดเห็น และความสามารถในการปฏิบัติตามคำสั่งด้วยความถูกต้องทันเวลา

เนื่องจากงานในตำแหน่งงานพนักงานระดับปฏิบัติการจำเป็นต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความกล้าคิด กล้าแสดงความคิดเห็นในทุก ๆ สถานการณ์ เพื่อสร้างความมั่นใจในงานที่ทำและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่างานจะออกมาได้ด้วยดี ทางบริษัทควรมีการกำหนดเป้าหมายของงานอย่างชัดเจน จัดทำแบบประเมิน ทั้งเรื่องงาน เรื่องการอยู่ร่วมกันกับผู้ร่วมงาน เพื่อให้พนักงานทำงานบรรลุวัตถุประสงค์มุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นหลักตามลำดับชั้นในสายงาน โดยเริ่มจากการประเมินตนเอง ผ่านไปยังเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน และผู้ประเมินลำดับสุดท้ายคือผู้บริหาร เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาซึ่ง สอดคล้องกับ สุทธิชัย ปัญญโรจน์ (2554) ที่อธิบายว่า ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นคุณสมบัติที่สำคัญอย่างหนึ่งของบรรดาบุคคลที่ประสบความสำเร็จ ไม่มีบุคคลสำคัญคนใดเลยที่ไม่มีคุณสมบัติดังกล่าว หากปราศจากความเชื่อมั่นในตนเองแล้วก็ไม่สามารถก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่ใหญ่โตได้ ลักษณะของคนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีพฤติกรรม กล่าวคือ กล้าแสดงออก กล้าพูด กล้าคิด กล้าที่จะลงมือทำ มีความกล้าเสี่ยง ชอบริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ มีความเป็นผู้นำ

3) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่ควรพัฒนา คือ แรงจูงใจเกี่ยวกับปริมาณงานกับจำนวนตำแหน่งงานมีความสอดคล้องกัน เงินเดือน โบนัส ทำให้สามารถเต็มที่กับงาน

เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าการปรับขึ้นเงินเดือนตามความเหมาะสมโดยดูจากผลงานเป็นหลัก ใช้หลักเกณฑ์ค่าแรงขั้นต่ำ เพื่อให้เป็นไปตาม

นโยบายของรัฐบาลควรจัดให้มีโบนัส หรือเงินรางวัลประจำปีในทุก ๆ ปีเพื่อเป็นขวัญกำลังใจในการทำงาน ควรจัดให้มีวันหยุด 2 วันต่อสัปดาห์ เพื่อให้พนักงานได้พักผ่อนจากการทำงานได้อย่างเต็มที่ส่งผลให้สามารถทุ่มเทการทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในวันทำงานทำให้พนักงานขาดลางานน้อยลง และจัดให้มีห้องอาหารสำหรับพนักงานให้เป็นสัดส่วนบรรยากาศในห้องอาหารควรโล่งโปร่ง เพื่อให้พนักงานได้รู้สึกสบายในเวลาพักของตน และที่สำคัญควรจัดให้มีเงินทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อความมั่นคงใช้เป็น เงินเลี้ยงชีพในอนาคต เมื่อออกจากการทำงานพนักงานสอดคล้องกับ ชัยวัชร พนอนุอุดมสุข (2556) กล่าวว่าสวัสดิการเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นของพนักงาน และยังใช้ในการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน เพราะรูปแบบสวัสดิการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน ถ้าพนักงานได้รับการตอบสนองความต้องการดังกล่าวที่เพียงพอ จะทำให้พวกเขาแสดงพฤติกรรมการทำงานออกมาในทางบวก และสอดคล้องกับ เอกพล วงศ์เสรี (2557 : 39) กล่าวว่าภาครัฐควรกำหนดอัตราค่าตอบแทน เงินเดือนค่าจ้าง สวัสดิการ และผลประโยชน์ที่ผูกมัดให้กับทรัพยากรมนุษย์ในประเทศที่เหมาะสม เป็นธรรม และเทียบเคียงได้ กับคนต่างชาติตามข้อตกลงร่วมกันว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพทางด้านการท่องเที่ยวอาเซียน

4) ศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการด้านความรู้ในการปฏิบัติงาน ที่มีศักยภาพต่ำกว่าด้านอื่นที่ควรพัฒนา คือ ศักยภาพความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายนอกประเทศ รองลงมา คือ ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ ความรู้เรื่องการจัดโปรแกรม รายการนำเที่ยวและความรู้เกี่ยวกับชาว เหตุการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย

เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวบางบริษัท ไม่ได้ทำโปรแกรมทัวร์ภายนอกประเทศจึงทำให้มีความรู้

เกี่ยวกับประเทศอื่น ๆ ไม่มากนัก ในการทำงาน พนักงานควรจะมีควมรอบรู้ในทุก ๆ เรื่อง ไม่มากนัก ควรจัดให้มีการทดสอบความรู้ ความสามารถอยู่เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสมในแต่ละแผนกและมีการเพิ่มความรู้ให้กับพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เพิ่มเติม การออกไปเรียนรู้จากสถานที่ หรือการไปศึกษาดูงานที่ต่างประเทศ จะทำให้เกิดความรู้ใหม่ๆ และความคิดที่กว้างขวางมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง (2550) ได้กล่าวว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นจะช่วยให้บุคคลมีโอกาสได้รับความรู้ ความคิดใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา จะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการทำหน้าที่ของตนให้ดีที่สุดย่อมก่อให้เกิดผลดีแก่องค์กร สอดคล้องกับ อิงอร ต้นพันธ์ (2556 : 6) กล่าวว่า พนักงานต้องการทำงานในอาชีพนี้ให้ประสบความสำเร็จในชีวิตตามจุดมุ่งหมายและต้องการการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานให้มีโอกาสในการศึกษาต่อ อบรมสัมมนาต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการทำงาน

5) ศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ระดับปฏิบัติการด้านทักษะการปฏิบัติงาน ที่มีศักยภาพต่ำกว่าด้านอื่น ที่ควรพัฒนา คือ ทักษะความสามารถด้านภาษาอังกฤษที่จะสื่อสารกับลูกค้า รองลงมา คือ มีความสามารถในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา ระหว่างปฏิบัติงาน และการพูดนำเสนอรายงานที่เกี่ยวข้องแก่ลูกค้า

เนื่องจากทุกวันนี้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่นิยมใช้กันเป็นจำนวนมาก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับที่ดีพอสมควรทางบริษัทควรมีการประสานงานกับหน่วยงานรัฐในการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการทำงานโดยเน้นอบรมด้านทักษะการใช้ภาษาอังกฤษโดยเจ้าของภาษา หรือให้ทุนการศึกษาภาษาอังกฤษเพิ่มเติมและควรมีวิทยากรมืออาชีพจากภายนอกมาบรรยาย จะทำให้บุคลากรได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ดีกว่าและน่า

จะเป็นวิธีที่เกิดประสิทธิผลกว่า สอดคล้องกับ เอกพล วงศ์เสรี (2557 : 52) กล่าวว่า ภาครัฐควรมีการเตรียมความพร้อมโดยบูรณาการความร่วมมือกับภาคเอกชนในเรื่องภาษา โดยมีการฝึกอบรม และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อยู่เสมอด้วยวิธีการที่หลากหลายและเหมาะสมแต่ละบุคคลใช้วิทยากรที่มีความถนัดเฉพาะทาง การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีสมรรถนะที่สอดคล้องต่อความต้องการของตลาดแรงงาน

สรุปผล

การทดสอบสมมุติฐาน สรุปได้ว่า มีตัวแปรทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จำนวน 2 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ คือ ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และด้านมนุษยสัมพันธ์ สามารถใช้ร่วมทำนายความมื่ออิทธิพลต่อศักยภาพ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมุติฐาน

ทักษะการอยู่ร่วมกัน ในสังคมและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	ศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ	
	ความรู้	ทักษะการปฏิบัติ
ด้านมนุษยสัมพันธ์	มีอิทธิพล	มีอิทธิพล
ด้านการสื่อสาร	ไม่มีอิทธิพล	ไม่มีอิทธิพล
ด้านแรงจูงใจ	มีอิทธิพล	มีอิทธิพล

จากผลการวิจัยได้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนำเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ดังนี้

1) การจัดกิจกรรม outing คือ กิจกรรมสังสรรค์ ควรจัดปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้พนักงานทุกคนได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันสร้างความรักสามัคคีจัดให้

มีการอบรมธรรมะ เพื่อขัดเกลาจิตใจให้มีความอดทน
อดกลั้น สามารถทำงานได้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

2) มีการกำหนดเป้าหมายของงานอย่าง
ชัดเจน กำหนดปริมาณงานให้เหมาะสมกับความสามารถ
ของบุคคล จัดทำแบบประเมิน กำหนดข้อตกลงการ
อยู่ร่วมกัน เพื่อสร้างระเบียบวินัย

3) การฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษ เพื่อ
เพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ควรมีวิทยากรมืออาชีพ
จากภายนอกมาบรรยาย จะทำให้บุคลากรได้รับความ

รู้และประสบการณ์ที่ดีกว่า และน่าจะเป็นวิธีที่เกิด
ประสิทธิผลกว่า

4) อบรมเสริมความรู้ มีการทดสอบความรู้
เช่น การสอบบัตรมัคคุเทศก์ เป็นต้น แม้ว่าพนักงาน
นั้น จะไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์ ควรจัดให้มีการ
ทดสอบความรู้ ความสามารถอยู่เป็นระยะ ๆ ตาม
ความเหมาะสมในแต่ละแผนก เพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับการ
เปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจนำเที่ยว
ข่าวสาร กฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับงาน

Reference

- Aerbsuksiri, A. (2016). *Techer Psychology*. Bangkok : Chulapress. [in Thai]
- Ahipruchayaskul, K. (2014). *Customer Service*. Bangkok : Focus Media and Publishing. [in Thai]
- Charoenphon, V. (2017). *Thailand signed the MRA on the Professional Tour to Liberalize the Labor Movement in AEC*. Retrieved May 13, 2018, from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/715>. [in Thai]
- Chongvisal, R. (2007). *Human Relation*. Bangkok : Kasetsart University. [in Thai]
- Department of Tourism. (2017). *Tourism Professionals : ASEAN MRA on TP : MRA-TP*. Retrieved May 13, 2018, from <http://www.tourism.go.th>. [in Thai]
- Franken, R.E. (1994). *Human Motivation*. California : Pacific Grove, Brooks/Cole Publishing Company.
- Kiewyin, K. (2007). *Human Resource Management*. Bangkok : Expernet.
- McClelland, D. (1973). Testing for Competency Rather than for Intelligence. *American Psychologist*. 28 (1), pp. 1 - 14.
- Ministry of Commerce, Department of Trade Negotiation. (2017). *the Public Sector Development Commission : Tourism Professional Development toward AEC Standard*. Retrieved May 13, 2018, from http://thailand.prd.go.th/1700/ewt/aseanthai/ewt_news.php?nid=5570&filename=index. [in Thai]
- Panaanuudomsuk, C. (2011). *Operation Staff's Welfare Desire: Siam Kempinski Hotel Bangkok*. Master of Business Administration, Kasem Bundit University. Retrieved August 13, 2018, from <http://grad.kbu.ac.th/>. [in Thai]
- Panjaroj, S. (2018). *Self-confidence*. Retrieved August 15, 2018, from <http://oknation.nationtv.tv/blog/markandtony/2011/10/06/entry-1>. [in Thai]
- Smithikrai, C. (2015). *Consumer Behavior*. Bangkok : Chulapress. [in Thai]
- Supanapat, R.(2011). A Study of Job Satisfaction and Organizational Commitment Among Em-

- ployees in Sofitel Centara Grand Hotel Bangkok. Master of Arts in Life and Death Studies, Mahachulalongkornrajavidyalaya University. [in Thai]
- Surakitboworn, S. (2014). Significant Competencies of Professional Administrators. *Sakon Nakhorn Rajabhat University Journal*. 6 (12), July-December. 165-184. [in Thai]
- Tassanaipitukkul, N.(2015). ASEAN Business Forum : Accelerate the Development of Thailand
- Wannathanom, C. (2009). *Tourism Industry*. Bangkok : Sam-Lada. [in Thai]
- Tourism to AEC. *Banhkobbiznews*. 4 (175), January, 2015. 1. [in Thai]
- Tunpan, I. (2013). The Quality of Work Life of Hotel Staff in Bangkok. *Kasem Bundit Journal*. 14(2). July-December 2013. [in Thai]
- Wongsaree, E. (2014). Developing the Capacity of Human Resources in The Service Sector to Prepare for The ASEAN Community : A Case Study of the South Coast : Ranong, Phangnga, Phuket, Krabi and Trang. Puket Rajabhat University. [in Thai]
- Yawiraj, N. (2007). Modern Management. Bangkok : Triple Group. [in Thai]

พฤติกรรมและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ที่พักแรมของนักท่องเที่ยว
เชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด
SPORT TOURISTS BEHAVIOR AND MARKETING FACTORS MAKING DECISION
IN SELECTING ACCOMMODATION OF BURIRAM UNITED FANCLUBS.

วัชร เชียงกุล

¹คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
¹Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology
Isan Khonkaen campus

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ที่พักแรม ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้ธุรกิจที่พักแรม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา และเลือกใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดบุรีรัมย์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการที่พักแรม ไม่มีช่วงเวลาใดเป็นพิเศษในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพัก 1 คืนต่อครั้ง ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการที่พักแรม 1-2 ครั้งต่อปี สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่จูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักแรม โดยตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก โดยมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 2 คน อัตราค่าห้องพักที่เลือกใช้บริการ 500-999 บาทต่อวัน และเลือกชำระค่าห้องพักด้วยเงินสด ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักแรม พบว่า โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเลือกใช้ที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปัจจัยด้านการตลาด

Abstract

The objectives of this research were to study the behavior in choosing accommodation, to study Marketing Factors on Decision in Selecting Accommodation, to implement guideline for accommodation business development in Buriram province to Match Behaviors of Sport Tourists. Survey questionnaires were collected from 400 Buriram United fanclubs tourists using accommodation in Buriram province. The data were then analyzed with descriptive statistics.

The results indicated that behavior in choosing accommodation, it was found that most of them traveled no special period, spent 1 days for stayed at the accommodation. The travel frequency is twice per year. Online social media is the most motivates for travelling and stayed at the accommodation. Respondents themselves are the ones who make the decision. The average number of travelers was 2, including the respondent, and stayed at the accommodation which costs around 500-999 baht per night, pay by cash. Marketing Factors on Decision in Selecting Accommodation of the importance levels were totally high.

Keywords: Behaviors of Sport Tourist Decision in Selecting Accommodation, Marketing Factors

บทนำ

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการหรือพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป มีความต้องการรูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ส่งผลให้ภาคส่วนต่างๆ ต้องร่วมกันปรับตัวให้เข้ากับกระแสดังกล่าว ผ่านการสร้างแผนพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น (Choibamroong, T., 2011) “การท่องเที่ยวเชิงกีฬา” (Sport Tourism) จัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์ความสนใจเฉพาะทางสำหรับผู้ชื่นชอบกีฬา ประกอบกับมีความต้องการกิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจของตนมากที่สุด (Ministry of Tourism and Sports, 2011) ทั้งนี้ Thai Chamber of Commerce (2014) เสนอว่าประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาการกีฬาให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยตั้งเป้าหมายที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางกีฬาระดับอาเซียนหรือเอเชีย จากกระแสการตื่นตัวด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์จัดได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวของตน นอกเหนือจากการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ยังเล็งเห็นถึง

โอกาสในการมุ่งพัฒนาสู่เป้าหมายเป็นเมืองกีฬามาตรฐานโลก โดยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญของประเทศไทย (Buriramguru, 2014) ผ่านสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ทั้งนี้สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้จัดทำการศึกษาส่วนแบ่งหรือการครอบครองตลาดของสโมสรฟุตบอลต่างๆ ที่มีอยู่ในทุกระดับของประเทศไทย พบว่า สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จัดเป็นสโมสรฟุตบอลที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดในประเทศไทย Thai Rath (2014) ประกอบกับมีสนามการแข่งขันฟุตบอลที่ได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทย จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นถึงจุดเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยสำนักงานคลังจังหวัดบุรีรัมย์ ชี้ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์จังหวัดมีการเพิ่มสูงขึ้นจาก 51,641.43 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2547 เป็น 75,181.57 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 50 โดยมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาंकที่ โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรมมีอัตราการเพิ่มจำนวนห้องพักกว่า 3,000 แห่ง เพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งถือเป็นอีกดัชนีหนึ่งที่บ่งชี้ว่าจังหวัดบุรีรัมย์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าจังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่กำลังเติบโตด้านการท่องเที่ยว และเพื่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมให้ตอบสนองความต้องการ

ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา การศึกษาถึงพฤติกรรม การเลือกใช้ที่พักแรมและปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้ธุรกิจที่พักแรม จะเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้ธุรกิจที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้ธุรกิจที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้ที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการหรือบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น ที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว (Buyer's black box) โดย

เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ และความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ แล้วจะมีการตอบสนองหรือการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ทราบลักษณะความต้องการ ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีความจำเป็นต้องถามคำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภคอันประกอบด้วย 6Ws และ 1H คือ 6Ws หมายถึง Who, What, Why, Who participates, When และ Where รวมถึง 1H หมายถึง How ซึ่งทั้งนี้จะเป็นการสอบถามในด้านการเลือกใช้ที่พักแรมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นกิจกรรมแสดงออกถึงความสามารถ มีประโยชน์มุ่งให้ผู้เล่นมีสุขภาพที่แข็งแรงทั้งทางร่างกาย เสริมสร้างกำลังใจ (Delpy Neirotti, 2003) โดยมีการเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของตนแต่เป็นการไปเยือนเป็นการชั่วคราว นอกจากนั้นยังเป็นการเดินทางที่มีใช้เหตุผลเพื่อการพาณิชย์ (Hall, 1992; Standeven & De Knop, 1992) ทั้งยังเป็นการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมของคนผ่านรูปแบบต่างๆ ในช่วงวันหยุดพักผ่อนโดยผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมกลางแจ้งนอกพื้นที่ของชุมชนที่ตนพักอาศัย เพื่อเข้าร่วม เพื่อชมหรือเพื่อเยี่ยมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านกีฬา ซึ่งกิจกรรมจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจหลัก (Gibson, 1998) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

ตารางที่ 1 ตัวแปรพฤติกรรมการเลือกใช้ที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

พฤติกรรมการเลือกใช้ที่พักแรม ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา	1. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมการแข่งขัน	2. ระยะเวลาในการเข้าพัก	3. ความถี่ในการเข้าพัก	4. สื่อดูใจ	5. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	6. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว/จำนวน (คน)	7. อัตราค่าห้องพัก	8. วิธีการชำระเงิน
Frank Small and Associates Limited. (1994).	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
Jeeraorn, P. (2004)		✓		✓	✓	✓	✓	✓
Kaewmorakot, K. (2011)		✓			✓		✓	
Kankul, N. (2003)		✓	✓		✓	✓	✓	✓
Amwong, K. (2005)		✓	✓	✓		✓	✓	
Wangsawang, S. (2550)				✓				
Seehanate K., Netirangsiwatchara A., Wichian A.. (2007)							✓	

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด

การตลาดถือเป็นส่วนสำคัญในการชักนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังประเทศนั้นๆ Suksamana, K. (2002) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับการบริการ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยที่การบริการนั้นไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความ

เสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของบริการที่ได้รับ เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อในแง่ต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันในการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดที่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีการนำไปใช้ในด้านธุรกิจที่พักแรมประกอบด้วย

ตารางที่ 2 ตัวแปรปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านการตลาด	1. ด้านผลิตภัณฑ์	2. ด้านราคา	3. ด้านการจัดจำหน่าย	4. ด้านส่งเสริมการตลาด	5. ด้านบุคลากร	6. ด้านกระบวนการให้บริการ	7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ
Jeeraorn, P. (2004)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Kaewmorakot, K. (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Seehanate K., Netirangsiwatchara A., Wichian A.. (2007)	✓		✓		✓	✓	✓	
Kankul, N. (2003)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Kruaaree, S. (2006)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
Wangsawang, S. (2550)	✓	✓	✓	✓	✓			✓
Amwong, K. (2005)		✓	✓	✓		✓		
Suksamana, K. (2002).		✓	✓	✓	✓	✓		

วิธีการวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ ขอบเขตเชิงเนื้อหาที่ทำการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิผ่านการเก็บแบบสอบถาม และขอบเขตเชิงประชากรที่ทำการศึกษาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและเลือกใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยประชากรคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและเลือกใช้บริการที่พัก

แรมในจังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากข้อมูลประชากรดังกล่าว ไม่มีผู้วิจัยหรือหน่วยงานใดจัดทำหรือรวบรวมเก็บสถิติเอาไว้ ทางผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งผู้วิจัยต้องการจะสุ่มตัวอย่างเป็น 50% หรือ .50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% ($Z = 1.96$) และยอมรับค่าความคาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ .05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 385 คน เพื่อให้เกิดความเหมาะสม ในการวิจัยขึ้นนี้จึงทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนทั้งนี้เลือกใช้วิธีการแจกแบบสอบถามตามสะดวก คือเก็บตามสะดวกและเหมาะสมของผู้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นแบบสอบถามซึ่งได้มีการตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้สูตร IOC หาค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และหาค่าความเชื่อมั่นจากการนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทำการทดสอบกับกลุ่มที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างวิจัย แล้วจึงนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของทั้งแบบสอบถามเท่ากับ 0.989 โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้มีค่าเกิน 0.80 ซึ่งถือว่ายอมรับได้จึงดำเนินการเก็บข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางต่อไป

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดส่วนใหญ่ พบว่า ไม่มีช่วงเวลาใดเป็นพิเศษในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ระยะเวลเฉลี่ยในการเข้าพัก 1 คืนต่อครั้ง ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการที่พักแรม 1-2 ครั้งต่อปี สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่จูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักแรม โดยตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก โดยมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 2 คน อัตราค่าห้องพักที่เลือกใช้บริการ 500-999 บาทต่อวัน และเลือกชำระค่าห้องพักด้วยเงินสด

จากวัตถุประสงค์ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด พบว่า

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักแรม ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดโดยรวม

ปัจจัยด้านการตลาด		S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.1056	.59756	มาก
2. ด้านราคา	4.1137	.61150	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.2288	.61685	มากที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.8725	.65680	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.3519	.60654	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.2594	.74323	มากที่สุด
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.1925	.59510	มาก
8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ	4.2400	.55598	มากที่สุด
รวม	4.1106	.48286	มาก

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักแรม ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่

ในระดับมาก 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมากได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมากได้ดังนี้ ด้านช่อง

ทางการจัดจำหน่าย ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ
ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง
ได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการพัฒนา
ปัจจัยด้านการตลาดในธุรกิจที่พักแรมของนักท่องเที่ยว
เชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด มีผู้ตอบจำนวน
7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน
400 ราย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ทางโรงแรมควรมี
การติดตั้งเครื่องเติมเงินโทรศัพท์อัตโนมัติเพื่อให้
บริการแก่แขกที่เข้าพัก และมีการเปิดบริการคลับ บาร์
บาร์ เพิ่มมากขึ้น

2. ด้านราคา พบว่า โรงแรมควรให้บริการ
สถานบันเทิงในราคาที่ย่อมเยา สมเหตุสมผล

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ควร
การรวมกลุ่มสโมสรฟุตบอลต่างๆ ในการช่วยกันจัดทำ
เสมือนไกด์บุ๊กผ่านทางช่องทางออนไลน์ สำหรับแฟน
กีฬาฟุตบอล เวลาไปเยือนเพื่อชมการแข่งขันกีฬาอย่าง
จังหวัดอื่นๆ จะได้สะดวกในการจองห้องพัก หากร้าน
อาหารและสถานที่ท่องเที่ยว

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ควรมี
การจัดโปรโมชั่นโดยการให้ส่วนลดแก่กลุ่มแฟนบอลที่
เข้ามาชมการแข่งขันแล้วทำการค้างแรม และทำการ
ประชาสัมพันธ์โปรแกรมการแข่งขัน ผ่านช่องทางต่างๆ
ของโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ฯลฯ เพื่อ
เป็นประโยชน์แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะได้วางแผนการ
เดินทางเข้ามาชมการแข่งขัน

5. ด้านบุคลากร พบว่า อยากให้พนักงาน
ของสถานที่พักแรมมีความกระตือรือร้นในการทำงาน
มากขึ้น โดยเฉพาะเวลาที่มีแขกเข้าพักจำนวนมาก
แสดงถึงความเป็นกันเอง และให้เกียรติแก่ลูกค้า

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ควรมี
การจัดระบบการจอดรถให้เพียงพอในช่วงที่มีการ
แข่งขัน และอาจจัดรถรับส่งระหว่างโรงแรมไปยังสนาม
แข่งขัน และควรมีการดูแลรักษาความสะอาดในส่วน

ของห้องน้ำ ทั้งในส่วนสาธารณะและห้องพัก

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ควรวาง
รูปแบบการจัดตกแต่งสถานที่ให้มีความเป็นเอกลักษณ์
และไปในทิศทางเดียวกัน

8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ พบว่า
ควรมีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจหลังการใช้
บริการของแขก เพื่อทำการสอบถามแขก หรือช่องทาง
อื่นๆ ในการที่แขกจะทำการเสนอแนะ ดีชม หรือร้อง
เรียนเรื่องต่างๆ ได้สะดวก

อภิปรายผล

พฤติกรรมการใช้บริการที่พักแรม ของนักท่อง
เที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด พบว่าไม่มี
ช่วงเวลาใดเป็นพิเศษในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการ
กีฬา ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพัก 1 คืนต่อครั้ง
ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการที่พักแรม 1-2 ครั้งต่อปี
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก การบอกปากต่อปาก เป็นสื่อที่
จูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและใช้บริการที่พัก
แรม โดยตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้มีส่วนในการ
ตัดสินใจเลือกที่พัก โดยมีผู้ที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว
จำนวน 2 คน อัตราค่าห้องพักที่เลือกใช้บริการ 500-
999 บาทต่อวัน และเลือกชำระค่าห้องพักด้วยเงินสด
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Frank Small and As-
sociates Limited. (1994) ศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อ
การกีฬาในประเทศไทย (Sport Tourism) เพื่อเสนอ
ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า จากการสุ่ม
ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวเพื่อการ
กีฬา ช่วงระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการ
กีฬาเกิดขึ้นในทุกเดือนของปี สื่อหรือข้อมูลเกี่ยวกับ
การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ส่วนใหญ่มักจะทราบจาก
เพื่อนหรือคนที่รู้จักบอก สอดคล้องกับ Jeeraorn, P.
(2004) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้
บริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
พบว่า ผู้ใช้บริการจะเดินทางมาพักประมาณ 1-2 ครั้ง/
เดือน และพักนาน 1-2 วัน การตัดสินใจเลือกพักใน

โรงแรมเป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง ชำระค่าห้องพักด้วยเงินสด สอดคล้องกับ Kaewmorakot, K. (2011) ศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จ่ายอัตราค่าห้องพักในการใช้บริการอยู่ที่ 500-999 บาท สอดคล้องกับ Kankul, N. (2003) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้าพักโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้เข้าพักคนไทยในโรงแรมส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำในการใช้บริการโรงแรมคือ จากเพื่อนญาติ-คนรู้จัก มีการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมด้วยตัวเอง ระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรม 1-2 วันต่อครั้ง อัตราค่าห้องพักต่อวัน 501-1,000 บาท และเลือกวิธีการชำระด้วยเงินสด สอดคล้องกับ Amwong, K. (2005) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นหมู่คณะ ละ 2-4 คน ใช้บริการห้องพักราคาต่ำกว่า 900 บาท ระยะเวลาการเข้าพักต่อครั้งระหว่าง 1-2 คืน และความถี่ในการใช้บริการโรงแรมระหว่าง 1-2 ครั้ง ต่อปี สอดคล้องกับ Wangsawang, S. (2550) ศึกษาถึง “การสื่อสารและปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโรงแรมธุรกิจส่วนใหญ่สำหรับสื่อบุคคลที่เปิดรับมากที่สุด คือ เพื่อน

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด พบว่า โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมากได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมากได้ดังนี้ ด้านช่อง

ทางการจัดจำหน่าย ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeeraorn, P. (2004) ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าพักโรงแรมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้าพักโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ที่อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านกายภาพ และด้านราคาอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Seehanate K., Netirangsiwatchara A., Wichian A.. (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักในเขตอีสานใต้ อันประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ สุรินทร์ และชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอีสานใต้ 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ตั้ง สอดคล้องกับ Kaewmorakot, K. (2011) ได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน เรียงตามลำดับ คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kankul, N. (2003) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้เข้าพักโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการให้บริการโรงแรมมากที่สุดคือ ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) รองลงมาด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการจัดการ สอดคล้องกับ Kruaaree, S. (2006) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกการให้บริการ

โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยราคา และปัจจัยลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับ Wangsawang, S. (2550) ศึกษาถึงการสื่อสารและปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย โดยปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดอันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ช่องทางการจัดจำหน่าย) โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัย (ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ) ของโรงแรมมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบทบาทของพนักงานขาย/เจ้าหน้าที่ (บุคลากร) ของโรงแรมมากที่สุด

สรุปผล

การศึกษาในครั้งนี้ เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ที่พักแรมต้องมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสบายและกิจกรรมต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืน และจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดและบริการที่ครบวงจร
2. ด้านราคา ที่พักแรมต้องมีการคิดค่าบริการให้มีความเหมาะสมกับความเป็นจริง ทำให้แขกผู้เข้าพักรู้สึกถึงความคุ้มค่าหลังจากใช้บริการ และอยู่ในระดับมาตรฐานราคาที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งถ้ามีการปรับปรุงคุณภาพหรือปรับปรุงสถานที่พักก็อาจทำให้ราคามีความหลากหลายมากขึ้น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในอนาคตผู้

ประกอบการที่พักควรพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของสถานพักผ่อนด้วย ในขณะเดียวกันหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องก็ควรมีการกำกับดูแลการจัดตั้งสถานที่พักผ่อนต่างๆ ให้ใกล้เคียงชุมชน ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว จัดทำป้ายสัญลักษณ์บอกสถานที่เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทาง ตลอดจนปรับปรุงสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น เส้นทางคมนาคม เพื่อสร้างความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่พักแรมต่างๆ ควรมีการให้ส่วนลดกับลูกค้าโดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มแฟนบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด และควรเลือกใช้การเลือกใช้สื่อต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างสิ่งจูงใจต่างๆ เพื่อกระตุ้นการใช้บริการต่อเนื่องตลอดทั้งปี

5. ด้านบุคลากร ธุรกิจที่พักแรมควรให้การดูแลและควบคุมด้านการทำงานของพนักงานให้เป็นระเบียบได้มาตรฐาน ควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้พนักงานสามารถให้บริการด้วยความสุภาพ เอาใจใส่กับการให้บริการ สามารถแนะนำการให้บริการ ตอบข้อสงสัย บริการรวดเร็วทันใจ และควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้มีความเพียงพอต่อการบริการควรส่งเสริมให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมและจิตใจที่จะให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ การศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงานหรือการสร้างระบบการพัฒนาเพื่อให้เกิดความมั่นคงในการทำงานซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกภาคภูมิใจในงานของพนักงานให้มากขึ้น และทำให้พนักงานเต็มใจที่จะบริการมากขึ้น สร้างโอกาสในการพัฒนาตำแหน่งความรับผิดชอบ เงินเดือนให้กับพนักงานอย่างเป็นระบบ เป็นธรรม ช่วยลดอัตราการเปลี่ยนงานของพนักงานในอุตสาหกรรมได้

6. ด้านกระบวนการ ที่พักแรมควรมีการฝึกอบรมพนักงานและจัดให้มีการทดสอบพนักงานเพื่อความถูกต้องและความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน และควรจัดหัวหน้าฝ่ายที่ทำหน้าที่ตรวจสอบดูแลและเตรียมพร้อมมีการตรวจดูแลความสะอาดและความเป็น

ระเบียบของบริเวณทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมและที่พักประเภทควรมีการพัฒนาและปรับปรุงในด้านกระบวนการให้บริการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การดูแลและพยายามปรับปรุงภายในห้องพักและภายนอกห้องพักให้สะอาดและสวยงามอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวควรได้รับการพักผ่อนในสถานที่ที่สะอาดปราศจากฝุ่น หรือ แมลง เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและทำให้เกิดการยอมรับและเลือกที่จะใช้บริการซ้ำอีก บริเวณภายนอกที่พักสะอาด ไม่รกรุงรัง สร้างความรู้ปลอดภัยให้กับลูกค้าได้ ส่วนในด้านกระบวนการให้บริการอื่นๆ ต้องสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างทันทีใด มีระบบ และเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด พนักงานควรต้องเข้าใจวิธีการปฏิบัติงานตามตำแหน่งหน้าที่ของตนให้ชัดเจนเพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างเป็นระบบ และ รวดเร็ว ควรมีการตรวจสอบการปฏิบัติงาน และอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่เสมอเพื่อลดข้อผิดพลาด

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่พักแรมควรมีการจัดบรรยากาศโดยรวมของทางที่พักแรมให้ไปในทิศทางเดียวกัน มีความกลมกลืน มีเอกลักษณ์ และมีคอนเซ็ปการประดับตกแต่งที่สวยงาม ดูสะอาดตา และมุ่งเน้นให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจและเกิดการบอกต่อหรือการกลับมาใช้ซ้ำ เนื่องจากปัจจัยด้านกายภาพก็เป็นสิ่งที่จำเป็นในการให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ลูกค้าสัมผัสได้โดยตรง นอกจากนี้ ปัจจุบันสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังได้มีการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานที่พักประเภทต่างๆ เพื่อนำเกณฑ์มาตรวจประเมินให้กับที่พัก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุง เพื่อให้โรงแรมและที่พักมีมาตรฐานในระดับสากล

8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ที่พักแรมควรให้ความสำคัญกับทางด้านการประเมินความพึงพอใจหลังการใช้บริการจากแขกที่เข้าพัก เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้ได้มาตรฐาน และดียิ่งขึ้น และควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญทางด้านความปลอดภัยเป็นหลักสำคัญ

References

- Amwong, K. (2005). *Service use behaviors and satisfaction of customers using services of hotels in Phanakhorn Si Ayutthaya province*. Master's thesis, Pranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [in Thai]
- Buriramguru. (2014). *Discourse “Buriram City Sport World” by Newin Chidchop*. Retrieved January 14, 2017 from <http://www.buriramguru.com>
- Choibamroong, T. (2011). *The Role of Local Governments on Sustainable Tourism Development Based on the Concept of Sufficiency Economy Skills*. Bangkok: Cabinet and gazette Press. [in Thai]
- Delpy Neirotti, L. (2003). *Sport and Adventure Tourism*. New York: The Howorth Hospitality Press.
- Frank Small and Associates Limited. (1994). *Final report “sport tourism in Thailand”*. Bangkok: Frank Small and Associates Limited. [in Thai]
- Gibson, H. (1998). Active sport tourism: who participates?. *Leisure Studies*, 17(1). 155-170.
- Hall CM. (1992). *Adventure, sport and health tourism*. In *Special Interest Tourism*. London.

- Jeeraorn, P. (2004). *Factor which importance the hotel accommodation decision in Mueng, Buriram province*. Master's thesis, Mahasarakham University. [in Thai]
- Kaewmorakot, K. (2011). *Marketing Mix factors influencing the choosing of hotel services by thai tourists in Krabi province*. Master's thesis, Suratthani Rajabhat University. [in Thai]
- Kankul, N. (2003). *Factor which influencing in the hotel accommodation decision in Mueng, Ubonratchathani province*. Master's thesis, Mahasarakham University. [in Thai]
- Kruaaree, S. (2006). *Factors affecting domestic tourists decision in services selection of hotel on Cha-am Beach, Phetchaburi Province*. Master's thesis, Chiang Mai University. [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2011). *National Tourism Development Plan: 2012-2016*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [in Thai]
- Realist blog. (2017). *Economic Growth of Buriram Province*. Retrieved October 30, 2018, from <http://www.realist.co.th/blog/%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B9%8C/>
- Seehanate K., Netirangsiwatchara A., Wichian A.. (2007). *Tourist's Behavior of Choosing Accommodation in The Lower Northeastern Part of Thailand*. The Thai Reserch Fund. [in Thai]
- Standeven, J & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Human Kinetics, Champaign, IL.
- Suksamana, K. (2002). *Factors Influencing the Selection of Hotel Services in Mueang District, Chiang Rai Province*. Independent Study, Chiang Mai University. [in Thai]
- Thai Chamber of Commerce. (2014). *Summary of Keynote; Minister of Tourism and Sports*. Retrieved January 14, 2017 from <http://www.thaichamber.org/scripts/detail.asp?nNEWSID=13672>
- Thai Rath. (2014, July 14). Buriram Model, Creating a New City. *Thai Rath*, 8. [in Thai]
- Wangsawang, S. (2550). *Communication and marketing factors that affect the decision to use commercial hotel service in Bangkok*. Master's thesis, Thammasart University. [in Thai]

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น
THAI TOURIST BEHAVIOR USING A RENTAL CAR BUSINESS
BETWEEN THAI AND FOREIGN COMPANIES AT KHON KAEN AIRPORT.

กิตติธนัท สุพรรณ¹ พชรภัทร บุญประกอบ² วชระ เชียงกุล³
Kittanathat Suphan¹ Pacharaphat Boonprakob² Watchara Chiengkul³

สาขาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตขอนแก่น

Tourism and hospitality department Faculty of business administration and information technology
Rajamangala university of technology Isan Khon Kaen campus

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างบริษัทไทย และต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2561 จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาเปรียบเทียบและนำเสนอพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยว ชาวไทยระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น โดยการสุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ใช้บริการรถเช่าในเขตสนามบินจังหวัดขอนแก่น ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามบริษัทรถเช่าที่เป็นแบรนด์ไทย และต่างประเทศ ดังนี้ บริษัทต่างประเทศ 1) บริษัทรถเช่า Avis Rent A Car 2) บริษัท Sixt Rent a Car บริษัทไทย 1) บริษัท THAI RENT A CAR 2) บริษัท Kan car rent ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมเลือกใช้บริการบริษัทรถเช่าแบรนด์ไทยในเขตท่าอากาศยานขอนแก่นคือ บริการดี อันดับถัดมาคือ สะดวก และ ภูมิสภาพดี และมีนักท่องเที่ยวบางส่วนให้ความสำคัญกับเรื่องราคา ในขณะที่ พฤติกรรมเลือกใช้บริการบริษัทรถเช่าแบรนด์ต่างประเทศในเขตท่าอากาศยานขอนแก่นคือ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกประเภทรถ ให้เหมาะสมกับประเภทการใช้งาน ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ธุรกิจรถเช่า รถเช่าในเขตท่าอากาศยานขอนแก่น

Abstract

This article is the part of the research on Thai tourist behavior using a rental car business between Thai and foreign companies at Khon Kaen airport which is supported by Rajamangala University of Technology Isan. This research aims to compare and present Thai

Corresponding Author

E-mail: kittanathat.su@gmail.com

tourist behavior using rental car business between Thai and foreign companies In Khon Kaen airport. The population is the tourists who use the rental car foreign companies which are 1) Avis Rent A Car 2) Sixt Rent a Car and Thai companies are 1) THAI RENT A CAR 2) Kan car rent at Khon Kaen airport. The results found that Thai tourist behavior uses Thai rental car business at Khon Kaen Airport because of good service, the next one is convenient and the car is in good condition and some tourists pay attention to the price, While Thai tourist behavior using foreign rental car business brand is because they have the various type of car, suitable for use. The tourists focus on the issues which are various types of vehicles according to the usage, the car is good and convenient, respectively.

Keywords: Tourist behavior, Car rental business, Car rental business at Khon Kaen airport

บทนำ

จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการศึกษาในภาคอีสานของประเทศไทย และเป็นจุดหมายยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและขนบวิถีแบบดั้งเดิม โดยขอนแก่นเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่ชื่อดัง พร้อมทั้งเป็นเมืองศูนย์กลางการปฏิบัติงานตาม “แผนงานพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจ” และเชื่อมต่อประเทศไทยพม่า เวียดนามเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าและการขนส่ง และเป็นประตูสู่ภูมิภาคอินโดจีนและประเทศจีนตอนใต้ ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ขอนแก่นได้พัฒนาเป็นเมืองแห่งการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย นอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่นยังมีศักยภาพในการรองรับผู้ที่เดินทางมาร่วมอีเวนต์ทางธุรกิจจำนวนมาก ตั้งแต่สนามบินนานาชาติขอนแก่น ไปจนถึงศูนย์การประชุม โรงแรม หรือสถานที่จัดนิทรรศการต่างๆในจังหวัดขอนแก่น ที่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ

ด้วยความเป็นเมืองศูนย์กลางธุรกิจด้านต่างๆของจังหวัดขอนแก่น ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดขอนแก่นผ่านสายการบินเป็นจำนวนมาก ธุรกิจ

ให้เช่ารถยนต์บริเวณท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่นจึงเป็นธุรกิจที่เติบโตและพัฒนาไปพร้อมกับการเติบโตของจังหวัดและเศรษฐกิจในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็มีความต้องการใช้รถยนต์เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ หรือด้านการลงทุน ธุรกิจก็มีความต้องการรถยนต์เพื่อใช้ดำเนินงานเกี่ยวกับการเดินทางติดต่อธุรกิจ รับรองลูกค้า ขนส่งสินค้า รับส่งพนักงาน เป็นต้น การเช่ารถยนต์เพื่อดำเนินงานมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว การเช่าระยะสั้นอาจจะเช่าตั้งแต่ 1 วัน แต่ไม่ถึง 1 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น แหนรถที่เกิดอุบัติเหตุ หรือแหนรถที่เสียและอยู่ระหว่างการซ่อม, หรือเป็นโครงการที่ต้องการใช้รถยนต์ในช่วงเวลาสั้น เป็นต้น

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างบริษัทไทย

และต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจรถเช่าในหัวข้อ “พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น

เพื่อเสนอแนวทางการบริการให้แก่ธุรกิจรถเช่าในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่นที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย

ทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สมฤทัย เสงส์ธนกุล (2547) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์จะแตกต่างกันไปตามสภาพทางสังคม สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกิดจากแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ หรือค้นคว้า หาความรู้ประสบการณ์ใหม่ ซึ่งเมื่อมนุษย์มีความต้องการเดินทางพฤติกรรมของมนุษย์สามารถสรุปได้ดังนี้

เดินทางเพื่อหาความสดชื่นของร่างกาย และจิตใจ

เดินทางเพื่อแรงจูงใจในทางสุขภาพ แสวงหาอากาศที่บริสุทธิ์ ความอบอุ่นตามคำแนะนำของแพทย์

เดินทางเพื่อค้นหาความตื่นเต้น ความสนุกสนาน

เดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการในการศึกษาด้านประวัติศาสตร์ประเพณี วัฒนธรรม

เดินทางเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

เดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา เช่น การแสวงบุญ

เดินทางเพื่อติดด้านธุรกิจหรือการศึกษา

ประสิทธิ์ ทองอุ่น (2542) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีความหลากหลายโดยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่น

จะรู้พฤติกรรมภายในของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ก็โดยสันนิษฐาน หรือคาดเดาเท่านั้นเอง

พฤติกรรมภายนอก (Overt Behaviour) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่น นอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมที่สามารถจะรู้ได้ และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยังไม่รู้ถึงพฤติกรรมนั้นของตนเอง

Moutinho (2000) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึง กระบวนการกระทำ หรือแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าด้านการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการดำเนินการเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมอื่นๆ

ธุรกิจรถเช่า

สมาคมรถเช่าไทย (2557) กล่าวว่า รถยนต์จัดเป็นสินทรัพย์ที่ทำรายได้ประเภทหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่นกัน เริ่มตั้งแต่การจัดซื้อรถยนต์ ติดตามด้วยค่าประกันภัยค่าซ่อมบำรุงรักษา และภาษีประจำปี ซึ่งนับวันค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจหลายแห่งจึงใช้บริการรถเช่าแทนที่จะทำการจัดซื้อรถยนต์ไว้ใช้เอง ซึ่งทำให้ได้รับความสะดวกสบาย ลดความยุ่งยาก และลดต้นทุนในการบริหารรถยนต์ โดยยกภาระดังกล่าวให้บริษัทรถเช่าที่มีประสบการณ์สูงไปดำเนินการ

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจรถเช่า

ลักษณะทั่วไปของการประกอบกิจการธุรกิจรถเช่า จำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. การให้เช่ารถยนต์เพื่อการดำเนินงาน (Operating Lease) เป็นการให้เช่ารถยนต์ที่มีอยู่แล้วของบริษัท หรือที่บริษัทจัดหามาให้ตามความประสงค์ของผู้เช่า โดยผู้เช่ามีวัตถุประสงค์ที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินเพื่อประกอบธุรกิจหรือการค้า เป็นการให้เช่าที่ทำเป็นสัญญาเช่าให้สิทธิลูกค้า ใช้รถยนต์เป็นระยะนับปี โดยค่าเช่าและระยะเวลาการเช่าจะระบุอยู่ในสัญญาเช่า ลูกค้าจะจ่ายค่าเช่าตามสัญญาและรับผิดชอบในส่วนของการค่าน้ำมันที่ตัวเอง ส่วนผู้ให้เช่ารับผิดชอบ

ขอบในค่าบำรุงรักษา ค่าประกันภัย ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าแล้ว ผู้เช่ามีสิทธิเลือกที่จะซื้อรถยนต์ที่เช่า หรือคืนให้บริษัทก็ได้ ผู้ให้เช่าก็สามารถนำทรัพย์สินดังกล่าวออกให้ผู้อื่นเช่าได้อีก กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่จะให้เช่าเพื่อการดำเนินงาน

2. การให้เช่ารถยนต์ชั่วคราวระยะสั้น (Rental) เป็นการให้เช่าที่ให้สิทธิลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการเป็นรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน โดยมีรถยนต์ให้เลือกใช้งานหลายประเภท หลายรุ่นหลายขนาด พร้อมทั้งให้บริการคนขับหรือเลือกขับเองก็ได้ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรถเช่าประมาณ 180 ราย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ให้บริการเช่ารถยนต์ชั่วคราวเป็นรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน (สมาคมรถเช่าไทย, 2557)

ประโยชน์ของธุรกิจรถเช่า

จากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอตัวลงจากปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ มากขึ้น อาทิ อัตราดอกเบี้ยราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และอัตราเงินเฟ้อที่ปรับสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการภาคเอกชน หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจหันมาใช้บริการเช่ารถยนต์เพื่อการดำเนินงาน (Operating Lease) มากขึ้น ทดแทนการซื้อรถยนต์มาใช้งาน ซึ่งผู้เช่าจะได้รับประโยชน์จากบริการ ดังนี้

1. ลดภาระทางการเงิน ซึ่งไม่ต้องลงทุนจ่ายเงินก้อนใหญ่เพื่อซื้อรถยนต์
2. ค่าเช่ารถยนต์ถือเป็นค่าใช้จ่ายขององค์กรสามารถนำไปลงรายการในบัญชีค่าใช้จ่ายได้
3. มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทางตลอดอายุสัญญาการใช้งาน ซึ่งจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษารถยนต์
4. ได้รับบริการที่สะดวกและคล่องตัวในกรณีรถเสียหรือเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งผู้ประกอบการรถเช่าจะมีพนักงานให้คำแนะนำพร้อมช่างฉุกเฉิน และรถซ่อม

บำรุงเคลื่อนที่ ขณะเดียวกันยังมีรถยนต์ให้บริการระหว่างการซ่อมบำรุงที่ใช้เวลามากกว่า 1 วันด้วย

ตลาดรถเช่า

ธุรกิจรถเช่าในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม ดังนั้นนักลงทุนและ Chain จากต่างประเทศจึงสามารถเข้ามาลงทุนประกอบกิจการมากขึ้น สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการรถเช่านำมาใช้เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด มีดังนี้ (สมาคมรถเช่าไทย, 2557)

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยบริการที่มีคุณภาพ ความสะดวก ความรวดเร็ว ตลอดจน การให้ความสำคัญและความต่อเนื่องของการบริการ
2. ให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย โดยจัดซื้อรถยนต์ตามประเภท ยี่ห้อ รุ่น และติดตั้งอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ตามการเรียกร้อง
3. มีบริการหลังการให้เช่าครบวงจร เช่น การดูแลรักษารถยนต์ การจัดการซ่อมบำรุง บริการ รถฉุกเฉิน บริการรถยนต์ทดแทน บริการพนักงานขับรถ และการประกันภัยรถยนต์
4. ให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนในการจัดการรถยนต์ให้เช่า โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ซึ่งจะช่วยให้ได้รับส่วนลดในการจัดซื้อรถยนต์ ค่าอะไหล่รถยนต์ และค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์
5. สร้างภาพลักษณ์ของกิจการผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต รวมถึงรายการส่งเสริมการขายและร่วมออกงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
6. สร้างเครือข่ายศูนย์บริการให้เช่า และบริการหลังการเช่าครอบคลุมในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่ว

ประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากร คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ใช้บริการรถเช่าในเขตสนามบินจังหวัดขอนแก่น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามบริษัทรถเช่าที่เป็นบริษัทไทยและต่างประเทศ ดังนี้

บริษัทต่างประเทศ

- 1) บริษัทรถเช่า Avis Rent A Car
- 2) บริษัท Sixt Rent a Car

บริษัทไทย

- 1) บริษัท THAI RENT A CAR
- 2) บริษัท Kan car rent

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศ ในเขตท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
ชาย	216	46.00
หญิง	184	54.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และ เพศหญิงจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามบริษัทรถเช่าที่ใช้บริการ

บริษัทรถเช่า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
Avis Rent A Car	151	37.75
Sixt Rent a Car	110	27.5
THAI RENT A CAR	103	25.75
Kan car rent	36	9.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการรถเช่าจากบริษัท Avis Rent A Car มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 ลำดับถัดมาคือ Sixt Rent a Car จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ลำดับถัดมาคือ THAI RENT A CAR จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเหตุผลการใช้บริการรถเช่า

เหตุผลการใช้บริษัทรถเช่า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
Avis Rent A Car	151	37.75
สะดวก	22	5.5
รถมีสภาพดี	63	15.75
มีรถหลากหลายประเภทตามการใช้งาน	66	16.5
Sixt Rent a Car	110	27.5

เหตุผลการใช้บริการเช่า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
สะดวก	30	7.5
รถมีสภาพดี	26	6.5
มีรถหลากหลายประเภท ตามการใช้งาน	54	13.5
THAI RENT A CAR	103	25.75
สะดวก	21	5.25
รถมีสภาพดี	19	4.75
มีรถหลากหลายประเภท ตามการใช้งาน	15	3.75
บริการดี	48	12.00
Kan car rent	36	9.00
ราคา	21	5.25
มีรถว่าง	15	3.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการรถเช่าจากบริษัท Avis Rent A Car ด้วยเหตุผลมีรถหลากหลายประเภทตามการใช้งาน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ลำดับถัดมาคือรถมีสภาพดี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และสะดวก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ในขณะที่ผู้ใช้บริการรถเช่าจาก Sixt Rent a Car มีเหตุผลการใช้บริการคือ มีรถหลากหลายประเภทตามการใช้งาน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ลำดับถัดมาคือสะดวก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และรถมีสภาพดี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการรถเช่าจาก THAI RENT A CAR มีเหตุผลการใช้บริการคือ บริการดี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ลำดับถัดมาคือ สะดวก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 รถมีสภาพดี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 และมีรถหลากหลายประเภทตาม

การใช้งาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

และผู้ใช้บริการรถเช่าจาก Kan car rent มีเหตุผลการใช้บริการคือ ราคาจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ลำดับถัดมาคือมีรถว่าง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการหาข้อมูลการเช่ารถล่วงหน้า

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
Website	306	76.5
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร)	0	0
โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ ป้าย โฆษณา	0	0
ถามเพื่อน	14	3.5
ไม่ได้หาข้อมูลล่วงหน้า และ ทำการเช่ารถที่เคาเตอร์ในท่าอากาศยานขอนแก่น	80	20
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลล่วงหน้าจาก Website มีจำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 ลำดับถัดมาคือ ไม่ได้หาข้อมูลล่วงหน้า และทำการเช่ารถที่เคาเตอร์ในท่าอากาศยานขอนแก่นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ลำดับถัดมาคือ ถามเพื่อน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยด้านความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของบริษัทรถเช่าในท่าอากาศยานขอนแก่น

ประเด็นในแบบสอบถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ระดับความคิดเห็น
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ	3.88	มาก
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลได้ครบถ้วน	3.31	ปานกลาง
3. ระยะในเวลาการให้บริการขอรับรถเหมาะสม	3.80	มาก
4. ระยะในเวลาการให้บริการขอส่งคืนรถเหมาะสม	3.82	มาก
5. ได้รถตรงกับที่ทำการจอง หรือตกลงเช่า	3.90	มาก
6. รถเช่าอยู่ในสภาพดี	3.82	มาก
รวม	3.75	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของบริษัทรถเช่าในท่าอากาศยาน ขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า ทุกประเด็นส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีได้รถตรงกับที่ทำการจอง หรือตกลงเช่า

($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 3.88$) อันดับถัดมาคือ ระยะในเวลาการให้บริการขอส่งคืนรถเหมาะสม และรถเช่าอยู่ในสภาพดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันที่ ($\bar{X} = 3.82$) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 3.31$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ตารางที่ 6 ผลการวิจัยตามบริษัทเช่ารถที่ใช้บริการรายบริษัท

หัวข้อ	สรุปประเด็น
Avis Rent A Car	ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการรถเช่าจากบริษัท Avis Ren A Car ด้วยเหตุผลมีรถหลากหลายประเภทตามการใช้งาน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ลำดับถัดมาคือรถมีสภาพดี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และสะดวก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5
Sixt Rent a Car	ผู้ให้บริการรถเช่าจาก Sixt Rent a Car มีเหตุผลการใช้บริการคือ มีรถหลากหลายประเภทตามการใช้งาน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ลำดับถัดมาคือสะดวก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และรถมีสภาพดี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5
THAI RENT A CAR	ผู้ให้บริการรถเช่าจาก THAI RENT A CAR มีเหตุผลการใช้บริการคือ บริการดี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ลำดับถัดมาคือ สะดวก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 รถมีสภาพดี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 และมีรถหลากหลายประเภทตามการใช้งาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 6 ผลการวิจัยตามบริษัทเช่ารถที่ใช้บริการรายบริษัท (ต่อ)

หัวข้อ	สรุปประเด็น
Kan car rent	ผู้ใช้บริการรถเช่าจาก Kan car rent มีเหตุผลการใช้บริการคือ ราคาจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ลำดับถัดมาคือมีรถว่าง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.

สรุปผล

ตารางที่ 7 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการรถเช่าระหว่างบริษัทไทยและต่างประเทศ

บริษัทไทย	บริษัทต่างประเทศ
พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการบริษัทรถเช่าแบรนด์ไทยในเขตท่าอากาศยานขอนแก่นคือคือ บริการดี อันดับถัดมาคือ สะดวก และ รถมีสภาพดี และมีนักท่องเที่ยวบางส่วนให้ความสำคัญกับเรื่องราคา	พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการบริษัทรถเช่า แบรนด์ต่างประเทศในเขตท่าอากาศยานขอนแก่นคือ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการเลือกประเภทรถ ให้เหมาะสมกับประเภทการใช้งาน จะเห็นได้จากผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องเหตุผลในการเลือกใช้บริการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประเด็นที่ว่า มีรถหลากหลายประเภทตามการใช้งาน มาเป็นอันดับแรก ลำดับถัดมาคือ รถมีสภาพดี และสะดวก ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. เมื่อทราบพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกิจรถเช่าของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ในเขตท่าอากาศยานขอนแก่น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการตลาดและปรับปรุงธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้

2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถเช่าบริษัทต่างชาติในเขตท่าอากาศยานขอนแก่นจะไม่มี ความคาดหวังด้านการบริการ แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการบริษัทรถเช่าแบรนด์ไทยยังมีพฤติกรรมที่คาดหวังการได้รับการบริการที่ดี ดังนั้นบริษัทรถเช่าควรมีการพัฒนากระบวนการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

References

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525. (2538). พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน.
- พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. (2547). “บทนำเบื้องต้นของการจัดการนวัตกรรม”. *การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร*. กรุงเทพฯ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ประสิทธิ์ ทองอ่อน. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: เจริญเทพ เอ็ด ดูเคชั่น ”.
- สมฤทัย เสงสนกุล (2547). ศึกษาเรื่อง ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมาคมรถเช่าไทย. (2557). EDITORIAL บรรณาธิการ. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2560. จาก <http://www.tcra.or.th/editor.php>.
- Moutinho, L. (2000). Consumer Behavior. In L. Moutinho (Ed.), *Strategic Development in Tourism* (pp. 41-79). New York: CABI Publishing.

คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง SERVICE QUALITY OF EMPLOYEES OF BOUTIQUE HOTELS IN MUANG DISTRICT, LAMPANG PROVINCE

กมลวรรณ ทาวัน และคณะ
Kamonwan Tawan and authors

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานบริการของโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางปรับปรุงคุณภาพการบริการของพนักงานบริการของโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวนทั้งสิ้น 36 แห่ง การวิเคราะห์จะใช้การแจกแจงความถี่ การคำนวณค่าร้อยละตามลักษณะของตัวแปรในการแสดงผล ส่วนของการวิเคราะห์ค่าการรับรู้ในการบริการทั้ง 25 ปัจจัยย่อย และ 5 ปัจจัยหลักของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยการหา ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะถูกคำนวณค่าเฉลี่ยของค่าการรับรู้ในการบริการ

ผลของการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ส่งต่อคุณลักษณะคุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านภูมิสำเนา ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านอัตราการเข้าพัก และปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของการเข้าพัก นอกจากนี้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในคุณลักษณะคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการสูงที่สุด แต่เมื่อมีการคำนวณของทั้ง 5 คุณลักษณะตามหลักคุณภาพการบริการแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) (= 3.79) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) (= 3.72) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) (= 3.69) ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tagibles) (= 3.63) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) (= 3.27) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในทุกด้านที่ควรได้รับการปรับปรุง แก้ไขเป็นอันดับแรก คือ คุณลักษณะด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อทราบความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

การทำความเข้าใจในการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ปัจจัยคุณภาพการบริการ และการประเมินคุณภาพการบริการ จะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริหาร ผู้จัดการโรงแรม และพนักงานสามารถมองเห็นจุดอ่อน จุดแข็ง เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, โรงแรมบูติค

Abstract

The purposes of this research were to 1) study Tourist's demographic that relate to the perception towards Service Quality attributes of Boutique Hotel's in Muang District, Lampang Province. And 2) suggest Guidelines for Service Quality of Boutique Hotel's in Muang District, Lampang Province to support Tourists.

The study was made using questionnaires given to 400 Tourists who have stayed at the 36 Boutique Hotels in Muang District, Lampang Province. The quantitative data was analyzed by frequency and percentage. For analyze the perception of 25 factors and the 5 keys attributes of Service Quality by calculated by finding the average and standard deviation. For the average of the perceptions in the service.

The results of the research showed that Tourist's demographic that relate to the perception. There are education level, country of residence, income, occupation, occupancy and purpose of their stay. Moreover the highest perception of the Tourists towards Service Quality attributes of Boutique Hotels in Muang District, Lampang Province is the reliability. However, when calculated all 5 characteristics according to service quality principles. It was found that tourists were satisfied at a high level. Reliability, trust in service (Reliability) (= 3.79), in terms of empathy (Empathy) (= 3.72), in term of ensuring customers assurance (Assurance) (= 3.69), in term of tangible service (Tagibles) (= 3.63) and tourists satisfied at a moderate level in response to customer needs (Responsiveness) (= 3.27) respectively. Tourists are aware of all aspects that should be revised is the first one is the characteristics of customer needs. In order to know the satisfaction to tourists.

Understanding of the perceptions of the customer, Service Quality Attributes and evaluation of service quality, it is very important to allow owner, manager and employee can know the strengths and weaknesses of their business in order to develop and improve strategies to meet the customer's needs effectively. Which lead to increase the competitiveness and growth of the business.

Keywords: Service Quality, Boutique Hotels

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่และเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยอุตสาหกรรมนี้มีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับประชากรของประเทศอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็น

อุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น จึงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล (จิรัชญา มณีเนตร, 2553: 1-10)

ในธุรกิจโรงแรม คุณภาพการให้บริการจัดเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นคุณภาพของการบริการถือว่าเป็นอาวุธสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้วิจัยจึงใช้หลักการบริการที่มีคุณภาพ 5 มิติ ของพาราสุรามาน เซทแฮล์มและแบร์รี (Parasuraman Zeithaml & Berry, 1988) ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) ด้านความเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) ด้านความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) และ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที (Responsiveness) ซึ่งพาราสุรามาน (Parasuraman) เน้นว่าคุณภาพการบริการไม่ใช่แค่การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่การบริการแต่รวมถึงกระบวนการของการบริการอีกด้วย นอกจากนี้พนักงานโรงแรมเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการให้บริการและเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจโรงแรม ดังนั้นภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจโรงแรม การยกระดับคุณภาพการบริการจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึง (ยุพาวรรณ วรณวณิช, 2548: 176) โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมที่มีขนาดเล็กอย่าง โรงแรมประเภทบูติค ที่ต้องอาศัยการให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในอยู่รอดได้ในที่สุด (Business Survival) ซึ่งการบริการที่เป็นเลิศนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ให้บริการ

ทั้งนี้การที่ภาครัฐส่งเสริมให้ปี 2558 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย ที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดที่เป็นหัวเมืองรองมากขึ้น ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ ตราด จันทบุรี ชุมพร ตรัง สมุทรสงคราม และราชบุรี ถือได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าวที่จะให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ (ศุภชัยกสิกรไทย, 2558) ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการ

ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องทราบถึงคุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่มีผลต่อลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ โดยมุ่งเน้นศึกษาคุณภาพการบริการ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการ และเป็นกลยุทธ์สำหรับรองรับและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เป็นการสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมสามารถบรรลุเป้าหมายและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานบริการของโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

เพื่อเสนอแนะแนวทางปรับปรุงคุณภาพการบริการของพนักงานบริการของโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ ธุรกิจโรงแรม แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวทางการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรม

ที่พักแรมถือได้ว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกคน ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ โดยเฉพาะเมื่อมนุษย์มีการเดินทางออกจากที่พักอาศัยปกติ ไปยังที่อื่นๆที่มีระยะทางไกลก็ย่อม ต้องการที่พักแรมเพื่อการพักผ่อนและเพื่อความปลอดภัยของตนเอง จนทำให้เกิดธุรกิจที่โรงแรม ประเภทต่างๆขึ้นมากมาย ซึ่งโดยปกตินอกจากธุรกิจโรงแรมจะให้บริการด้านห้องพักแล้วยังมี บริการอาหารและเครื่องดื่มไว้คอยให้บริการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจตามความต้องการของ

ลูกค้า อีกด้วย (นิศา ชัชกุล, 2550: 133-137)

2.2.1 ประเภทของโรงแรม การแบ่งประเภทของโรงแรมโดยใช้เกณฑ์จากลักษณะและความต้องการของผู้เข้าพักเป็น ตัวกำหนด โดยสามารถแบ่งออกเป็น 16 ประเภทดังนี้ (ธารทิพย์ ทากิ, 2549: 29-36)

2.2.1.1 โรงแรมธุรกิจ (Commercial Hotels) โรงแรมประเภทนี้มักจะมีทำเลที่ตั้งอยู่ ใจกลางเมือง หรือเขตชุมชนต่างๆ เพื่อสามารถติดต่อทำธุรกิจได้อย่างสะดวกสบาย และมักจะ มุ่งเน้นขายห้องพัก ห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง และห้องสัมมนา นอกจากนั้นภายในห้องพักจะมีการ จัดเตรียมบริการที่เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ เช่น ระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ระบบเคเบิลทีวี มุมโต๊ะทำงาน เป็นต้น แต่ข้อเสียของที่โรงแรมประเภทนี้ คือ ช่วงเวลาที่แขกเข้าพักมักจะเป็น ระยะเวลาสั้นๆหลังจากติดต่อธุรกิจเสร็จเรียบร้อยแล้วก็จะเดินทางกลับยังภูมิลำเนา

2.2.1.2 โรงแรมบริเวณสนามบิน (Airport Hotels) โรงแรมบริเวณสนามบิน คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้กับสนามบิน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เข้าพักส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ ผู้โดยสารของ สายการบินต่างๆที่ต้องการพักผ่อนระหว่างการรอเปลี่ยนเครื่อง หรือเกิดเหตุขัดข้องเกี่ยวกับรถเดินทางทางอากาศไม่สามารถเดินทางได้ นอกจากนั้นยังมีพนักงานของสายการบินและลูกเรือ บางครั้งอาจมีการจัดงานประชุมสัมมนาของนักธุรกิจที่โรงแรมประเภทนี้เพื่อเป็นการประหยัดเวลา ในการเดินทางไปประชุมยังที่อื่น เนื่องจากอาจจะประสบกับปัญหาด้านการจราจรติดขัด เป็นต้น

2.2.1.3 โรงแรมประเภทห้องชุด (All-Suite or Extended Stay Hotels) ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากนักธุรกิจที่ต้องการที่พักระยะยาว โดยโรงแรมจะแบ่งห้องพักออกเป็นห้องชุดทั้งหมด ซึ่งจะมีขนาดห้องใหญ่กว่ามาตรฐานห้องพัก

ของโรงแรมทั่วไป ส่วนใหญ่มักประกอบด้วย ห้องนอน ห้องอาหาร ห้องทำงาน และห้องประชุมขนาดเล็ก ภายในห้องเดียว ให้ความรู้สึกเหมือน อยู่บ้านของตัวเอง เนื่องจากโรงแรมห้องชุดมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่แขกมากมาย ส่งผลให้ราคาค่าบริการค่อนข้างสูง โดยโรงแรมประเภทนี้ที่เป็นที่รู้จักในกรุงเทพฯ ได้แก่ ดิเอ็มโพเรียมสวิต และวินเซอร์สวิต เป็นต้น

2.2.1.4 โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotels) หรือที่นิยมเรียกว่า “รีสอร์ท (Resort)” โดยมากมักจะตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ มีวิวทิวทัศน์สวยงาม เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการ สัมผัสกับธรรมชาติ การบริการต่างๆ ของโรงแรมจะเน้นกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น กีฬา กลางแจ้ง บริการสปา นวดไทย สระว่ายน้ำ โดยเน้นให้มีบรรยากาศแบบสบายๆ เข้ากับธรรมชาติ นั่นๆให้แขกเกิดความสนุกสนานกับกิจกรรม นอกจากนี้โรงแรมประเภทนี้ยังหมายรวมถึงโรงแรม ในเขตเมืองที่มีการตกแต่งบริเวณโดยรอบให้เต็มไปด้วยความร่มรื่นของสวนสีเขียว มีตัวอาคารที่สูง ไม่ เกิน 3 ชั้น และมีพื้นที่ใช้สอยค่อนข้างมาก เพื่อให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติมากที่สุด เช่น โรงแรมเมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา กรุงเทพฯ เป็นต้น

2.2.1.5 โรงแรมประเภทที่พักพร้อมอาหารเช้า (Bed and Breakfast Hotels) หรือมีชื่อ ย่อว่า “บีแอนด์บี” โรงแรมประเภทนี้จะเป็นการดัดแปลงหรือแบ่งสัดส่วนของบ้านหรือที่พักอาศัย ของเจ้าของ มาให้นักท่องเที่ยวเช่าพักค้างคืน กลุ่มลูกค้าที่เข้าพักมักจะเป็นกลุ่มที่เน้นราคาประหยัด และต้องการเพียงแค่อาหารเช้า และอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2.2.1.6 โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotels) โรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ในเขตเมืองและชานเมืองที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวก สบาย สร้างขึ้นเพื่อรองรับการจัดประชุม โดยเฉพาะโดยจะมีห้องพักจำนวนมาก เพื่อรองรับการจัดประชุม

ขนาดใหญ่ มีห้องประชุมทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดประชุมที่ครบพร้อมและบริการรับ-ส่ง เพื่อคอยอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมงานประชุม สัมมนา นอกจากนี้ราคาค่าห้องพักมักจะ รวมเข้าค่าบริการของการจัดประชุมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

2.2.1.7 โรงแรมเพื่อการพนัน (Casino Hotels) โรงแรมประเภทนี้ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการด้านห้องพักและบ่อนการพนันสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความสุขจากการเล่นเกม พนัน มักจะจัดให้มีการบริการระดับหรูหรา ภายในนอกจากจะมีบ่อนการพนันแล้วยังมีโรงหนัง โรงละครขนาดใหญ่ที่มีการแสดงตลอดทั้งปี อีกด้วย สำหรับในประเทศไทยยังไม่มีโรงแรมประเภทนี้เกิดขึ้น เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านกฎหมาย

2.2.1.8 โรงแรมริมทางหลวง (Highway Hotels) เป็นธุรกิจที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะ มักจะมีขนาดเล็กสูง 2-3 ชั้น ตั้งอยู่ริมถนนตามขานเมือง หรือจุดเชื่อมต่อระหว่างเมืองใหญ่ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ขับรถไปเองสามารถเข้าจอดถึงหน้าห้องพักได้ โดยจะมี การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มด้วย

2.2.1.9 โรงแรมบ้านเล็ก (Lodge) คือ โรงแรมที่มีขนาดเล็ก มีลักษณะเหมือนบ้านพัก อาศัย ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือตามขานเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการทำกิจกรรมที่เน้นบรรยากาศและความเป็นธรรมชาติ เช่น โรงแรมภูโคลน จังหวัด แม่ฮ่องสอน ให้บริการบ้านพักหลังเล็กๆ และมีแหล่งน้ำแร่และโคลนธรรมชาติที่จัดไว้ให้บริการ เฉพาะลูกค้าที่เข้าพัก ที่เป็นผู้รักสุขภาพ เป็นต้น

2.2.1.10 บ้านรับรอง (Guest Houses) หรือที่เรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “เกสต์เฮ้าส์” เป็นบ้านพักที่เกิดจากเจ้าของบ้านจัดสัดส่วนพื้นที่ภายในบ้านที่ตนพักอาศัยอยู่ให้เป็น ห้องพักแ

นักท่องเที่ยว ซึ่งมีราคาค่อนข้างประหยัด มักอยู่ในย่านชุมชนในเมืองใหญ่ๆ อยู่ใกล้ แหล่งท่องเที่ยวและมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาหารเช้า ระบบเคเบิลทีวี ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และมักจะเป็นที่รู้จักกันดีของนักท่องเที่ยวประเภทสะพายเป้ (Backpackers)

2.2.1.11 บ้านพัก (Youth Hostels) เป็นบ้านพักที่จัดไว้ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยววัยรุ่นที่เดินทางท่องเที่ยว หาประสบการณ์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม ซึ่งลักษณะห้องพักส่วนใหญ่จะมีลักษณะคล้ายหอพัก มีเตียงวางเรียงรายอยู่ในห้องเดียว ห้องน้ำเป็นห้องน้ำที่ใช้ ร่วมกัน ราคาค่อนข้างถูกมากเหมาะสำหรับวัยรุ่น

2.2.1.12 ไทม์แชร์ (Time-Shares) มีลักษณะเป็นการซื้อความเป็นเจ้าของห้องพักเป็น ช่วงระยะเวลาหนึ่ง คนที่เป็นเจ้าของจะมีสิทธิครอบครองห้องพักนั้นตามเวลาที่ตกลงไว้ โดยส่วนมากจะระบุระยะเวลาไม่เกิน 1 สัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นห้องพักในคอนโดมิเนียม โดย เจ้าของห้องอาจจะนำห้องพักของตนไปให้คนอื่นเช่าเป็นการชั่วคราว

2.2.1.13 คอนโดเทล (Condo-tels) หมายถึงอาคารชุดหรือที่เรียกว่า “คอนโดมิเนียม” ซึ่งมีการออกแบบห้องพักให้ได้มาตรฐานเหมือนกับโรงแรม แต่ตัวอาคารมีลักษณะเป็นอาคารชุด การดำเนินการจะเป็นลักษณะเจ้าของห้องชุดให้เช่าเป็นการชั่วคราว โดยมอบหมายให้ผู้เป็นเจ้าของอาคารชุดเป็นผู้ดูแลการให้เช่า ซึ่งเจ้าของห้องชุดจะได้รับผลตอบแทนเป็นค่าเช่า ส่วนเจ้าของอาคาร ชุดจะได้รับผลตอบแทนเป็นค่าดำเนินงาน

2.2.1.14 โรงแรมสปาและสุขภาพ (Spa and Health Hotels) ปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น และต้องการที่พักที่มีกิจกรรมและบริการด้านสุขภาพ ผ่อนคลายจิตใจ และร่างกายจากความเหนื่อยล้า จึงก่อให้เกิดโรงแรมประเภทนี้ขึ้น โดยส่วนใหญ่ มักจะเน้น

กิจกรรมประเภท นวดแผนไทย สปา ห้องอบไอน้ำ และนอกจากนั้นยังมีการบริการ อาหารเพื่อสุขภาพ อีกด้วย

2.2.1.15 โรงแรมบนเรือสำราญ (Cruise Hotels) ที่พักที่ถูกจัดไว้บริการบนเรือสำราญ กลุ่มคนที่เข้าพักจะเป็นกลุ่มคนที่ต้องเดินทางตาม กำหนดการทางเรือนี้เท่านั้น บนเรือมักจะจัดให้มี กิจกรรมเพื่อความบันเทิงมากมาย อาทิ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส นวดแผนไทย โดยระหว่างการ ล่องเรือ ไปนั้นจะมีการแวะพักตามจุดจอดเรือขนาดใหญ่ ที่มี แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ลง แวะพัก แต่จะต้องกลับขึ้นเรือเพื่อเดินทางต่อไปยังจุด หมายอื่นตามกำหนดเวลา นั่นหมายถึง

2.2.1.16 โรงแรมบูติก (Boutique Hotels) คือ โรงแรมที่มีเอกลักษณ์สะท้อนความเป็นตัวตนที่โดดเด่น มีรูปแบบของการให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่มที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตปกติ มักจะเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็ก แต่มีบริการด้าน อื่นๆอย่างครบครัน

โรงแรมบูติก (Boutique Hotels)

ความเป็นมาของโรงแรมบูติก

คำว่า “บูติก (Boutique)” เป็นคำนาม มีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึงร้านขนาดเล็ก ที่ขายสินค้าหรือ บริการที่จำเพาะเจาะจง ต่อมาวงการโรงแรมในสหรัฐอเมริกาได้เปลี่ยนคำว่า Boutique เป็นคำที่ใช้อธิบายลักษณะของธุรกิจด้านที่พักที่มีขนาดเล็ก กะทัดรัด มีจำนวน ห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง มีความหรูหรา และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว บางครั้งโรงแรมบูติก อาจรู้จักหรือถูกเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า โรงแรมดีไซน์ (Design Hotel) หรือ โรงแรมไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Hotels) เนื่องจากแนวคิด(Theme)ของการสร้างโรงแรมมีความน่าสนใจขณะที่บางแห่ง

อาจเกิดจากการดัดแปลงมาจากอาคารเก่าที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีการให้บริการที่เน้นเฉพาะกลุ่ม (Customized Service) ก็ถือเป็นอีกหนึ่งจุดขายของโรงแรมลักษณะนี้เพราะโรงแรมที่เล็กกว่าพนักงานจึงสามารถใส่ใจกับรายละเอียดของลูกค้าแต่ละบุคคล และมีความใกล้ชิดกับลูกค้าทุกคน ได้มากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ (ธารทิพย์ ทากิ, 2549:36)

เมื่อพิจารณาในด้านรูปแบบของการบริหารกิจการ สามารถจำแนกประเภทของโรงแรมบูติก ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2555)

1. โรงแรมบูติกที่เจ้าของกิจการบริหารงานเอง ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมของผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้เงินลงทุนไม่มากนัก และเจ้าของเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการ บริหารโรงแรมมาบ้าง โรงแรมประเภทนี้มักมีขนาดไม่ใหญ่นัก มีจำนวนห้องไม่มาก อาจมีจำนวน ห้องพักเพียง 2-3 ห้องไปจนถึง ประมาณ 100 ห้อง

2. โรงแรมบูติกที่บริหารกิจการโดยผู้บริหารโรงแรมมืออาชีพ รวมทั้งการบริหารโดยใช้ระบบเครือข่าย (Chain) โรงแรมบูติกประเภทนี้มักมีห้องจำนวนมากแต่ไม่เกิน 200 ห้อง อย่างไรก็ตามโรงแรม บูติกที่บริหารโดยเชนบริหารโรงแรมมืออาชีพ มักเน้นในด้านการออกแบบให้เป็น โรงแรมบูติก ระดับ 5 ดาว ส่วนในด้านบริการไม่แตกต่างจากโรงแรมขนาดใหญ่ทั่วไป เป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มีคุณภาพระดับ 5 ดาว) และเน้นการสร้างเอกลักษณ์และสไตล์เฉพาะตัว ทั้งในด้านรูปแบบการตกแต่ง และบริการ รวมทั้งดัดแปลงรูปแบบการบริหาร และด้านการตลาดระบบโรงแรมแบบเครือข่ายมาเสริมความแข็งแกร่งให้กับโรงแรมบูติก

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” ไว้ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีความหมายที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน แต่มีความ

หมายที่มีการอ้างอิงถึงมากที่สุด ดังนี้

Juran (อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ, 2550: 4) ได้ให้ความหมายของคุณภาพไว้ว่า “ความเหมาะสมในการใช้งาน (Fitness for use) หรือการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อ ลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์จะต้องประกอบด้วยลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ (Product Feature) และปราศจาก ความไร้ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์(Freedom from Product Deficiencies) จึงจะทำให้ลูกค้าเกิด ความพึงพอใจสูงสุด”

Ishikawa (อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ, 2550: 4) ได้ให้ความหมายของคุณภาพไว้ 2 ด้าน ดังนี้ “ความง่ายในการใช้งาน (Easy to Use) ซึ่งถือเป็นคุณภาพที่มองไปข้างหน้า (Forward Looking Quality) และความปราศจากข้อบกพร่องซึ่งถือเป็นคุณภาพที่มองไปข้างหลัง (Backward Looking Quality)”

ISO 8402 (อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ, 2550: 5) ได้ให้ความหมายของคุณภาพไว้ว่า “คุณลักษณะเบ็ดเสร็จของสิ่งที่ทำให้ความสนใจที่จะแสดงให้เห็นว่ามีความสามารถต่อการตอบสนองต่อความต้องการทั้งที่ระบุและที่ต้องแปลความหมาย”

จึงอาจสรุปได้ว่าคุณภาพ หมายถึง ความเหมาะสมในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด และได้มีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า “คุณภาพการบริการ (Service Quality) ไว้ดังนี้ คุณภาพการบริการ หมายถึง “การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดี” (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 106)

คุณภาพการบริการ หมายถึง “ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับ ความสามารถในการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า หรือระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าหลังจากได้

รับการบริการไปแล้ว” (วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2539: 14)

คุณภาพการบริการ หมายถึง “ระดับของการบริการซึ่งไม่มีตัวตนที่นำเสนอให้กับลูกค้าที่ คาดหวัง ซึ่งจะเป็นตัวตัดสินคุณภาพของการให้บริการ” (Etzel, Walkerans Stanton อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546: 437)

คุณภาพการบริการตามแนวคิดของ Parasuraman เชื่อว่า “คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับจริง ถ้าการบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับ ความคาดหวังถือว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ” (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985: 41-42)

ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงหมายถึง สิ่งที่มีวัดระดับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่ ผู้รับบริการคาดหวังก่อนที่จะเข้าใช้บริการ และการรับรู้ที่ผู้รับบริการได้รับการส่งมอบจากผู้ ให้บริการ ว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด หากการบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ ได้ตรงหรือมากกว่าความคาดหวังแสดงว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ หากสามารถตอบสนองความต้องการได้น้อยกว่าความคาดหวังแสดงว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพ

คุณภาพการบริการมีความสำคัญมากต่อธุรกิจบริการที่ต้องการมุ่งสู่ความสำเร็จในด้านการบริการ ตามที่ (Martin, 1995 อ้างถึงใน กนิษฐาริน จิโนวัฒน์, 2550: 10) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญด้วยเหตุผล 4 ประการ คือ

1. การเจริญเติบโตของธุรกิจบริการ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการบริการ หากมีการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการบริการจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว อาทิ ธุรกิจโรงแรม ถือว่าการบริการเป็นผลิตภัณฑ์หลัก

2. การแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น การบริการถือเป็นกลยุทธ์ตัวหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เพื่อสร้างข้อได้

เปรียบเทียบการแข่งขัน หากธุรกิจใดมีการบริการที่ดีตรงกับความต้องการ และก่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า ก็จะทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการความภักดีต่อสินค้าของธุรกิจนั้น จนกระทั่งก่อให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก

3. ความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้น ในปัจจุบันลูกค้ามีการรับรู้ข่าวสารได้จาก แหล่งต่างๆ มากมาย จึงก่อให้เกิดความคาดหวังที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าในแต่ละ ครั้งนอกจากจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าว่าเหมาะสมกับราคาหรือไม่แล้วยังคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโรงแรมมีห้องพักหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน แต่พนักงานผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพ ไม่มีใจให้บริการ ลูกค้าก็ไม่เกิดความประทับใจและก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกโรงแรมอื่นๆ เป็นต้น

4. คุณภาพการบริการสะท้อนถึงสถานะของธุรกิจ เนื่องจากคุณภาพของการ บริการที่ดีส่งผลต่อการซื้อซ้ำและกลับมาให้บริการอีก นอกจากนี้จะสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้แล้ว ยังก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นอีกด้วย ส่งผลให้สถานะของธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นเรื่อยๆ

คุณภาพของการบริการถือว่าเป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้ยาก เนื่องจากมีความไม่แน่นอนของการบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยของผู้ให้บริการเป็นหลัก แต่คุณภาพของการบริการ สามารถสร้างขึ้นได้จากการศึกษาความจำเป็น (Needs) และความคาดหวังที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับการบริการ เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการให้ตรงกับความต้องการ (Requirements) ของลูกค้ามากที่สุด

ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการก็เพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นของตนเอง ซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินผลลัพธ์หลังจากการซื้อมาเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ถ้าผลลัพธ์ได้ตรง กับความคาดหวังลูกค้าก็จะได้รับความพึงพอใจ แต่ถ้าไม่ตรงต่อความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ เมื่อผู้บริโภคเกิด

ความจำเป็นก็มักจะต้องหาหนทางเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นนั้นๆ โดย สิ่งที่จำเป็นจะหมายถึง “สิ่งใดก็ตาม (อาจจะรูปร่างหรือไม่รูปร่างก็ได้) ที่ลูกค้าคลาดแคลน (Lack) แล้วมีความเดือดร้อน (Lost) อย่างใดอย่างหนึ่งต่อการดำเนินชีวิตโดยปกติ (กิตติศักดิ์ พลอย พานิชเจริญ, 2550: 24) ซึ่งอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ได้จากลำดับความจำเป็นตามลำดับขั้น (Hierarchy of Needs) ของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และอรรถย เลิศวรรณวิทย์, 2550:239-240)

1. ความจำเป็นทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความจำเป็นพื้นฐาน เพื่อความอยู่รอดในการดำรงชีวิต อาทิ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่มที่อยู่อาศัย เป็นต้น

2. ความจำเป็นด้านความปลอดภัยและมั่นคง (Safety Needs) เป็นความจำเป็นที่ สูงกว่าความจำเป็นทางด้านร่างกาย คือ นอกจากจะมีความจำเป็นด้านปัจจัย 4 แล้วยังจำเป็นด้านความมั่นคงของหน้าที่การงาน ความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น

3. ความจำเป็นด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งและเป็นที่ยอมรับของสังคม

4. ความจำเป็นด้านการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่อง ส่วนตัว และเป็นที่น่าเชื่อถือ มีสถานะทางสังคม เช่น ความรู้ความสามารถ ศักดิ์ศรี ความมีชื่อเสียง และมีสถานะที่ดีในสังคมที่ตนอาศัยอยู่

5. ความจำเป็นด้านความสำเร็จแห่งชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความจำเป็นขั้นสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความจำเป็นในขั้นนี้ได้จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ

จากความต้องการ 5 ระดับที่กล่าวไว้ข้างต้น ส่งผลให้ลูกค้าแต่ละบุคคลมีความ จำเป็นที่แตกต่างกัน ออกไป ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดความคาดหวังที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อ มีความแตกต่างกันไปด้วย

การประเมินคุณภาพการบริการ

จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของ Parasuraman และคณะ พบว่า ปัจจัยพื้นฐาน ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจคุณภาพการบริการมี 10 ด้านโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ด้าน คือ ด้านการ ความคาดหวัง (Expectation) และการรับรู้ (Perception) โดยมีรายละเอียดดังนี้(วีระรัตน์ กิจ เลิศไพโรจน์, 2547: 271-273)

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง รูปลักษณ์ทางกายภาพ ที่สามารถ มองเห็นด้วยสายตาของลูกค้า

2) ความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การรักษาความสัตย์สุจริตที่ให้กับลูกค้า ทั้งในเรื่องของ ความถูกต้องของการบริการ คุณภาพ ปริมาณ เวลา

3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจ ความพร้อม และความ กระตือรือร้น ที่จะจัดการกับการร้องขอของลูกค้าได้ ในทันทีรวดเร็ว

4) สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ในการ ให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ

5) ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง การมอบการบริการให้กับลูกค้า ด้วยความเป็น มิตรไมตรี ความสุภาพ และให้เกียรติ

6) ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น ที่เกิดจากการบริการที่ซื่อสัตย์ และจริงใจ

7) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยในชีวิต

ทรัพย์สิน ชื่อเสียง

8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การ ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้อย่างง่ายดาย สะดวก และรวดเร็ว และขั้นตอนในการรับบริการไม่ซับซ้อน จนเกินไป

9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ในการให้ข้อมูลและติดต่อกับลูกค้าควรจะใช้ ภาษาที่เข้าใจง่าย และรับฟังเรื่องราวต่างๆจากลูกค้า

10) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the customer) หมายถึง การทำความเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ถึงความคาดหวังและความ ต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละบุคคลมีความต้องการที่ แตกต่างกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมบูติคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลำปาง ผู้วิจัยจึงเลือกหน่วยวิเคราะห์โดยวิธีการเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ดังนี้

กำหนดให้โรงแรมบูติคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นพื้นที่ที่จะทำการศึกษา

กำหนดคุณสมบัติของโรงแรมที่จะใช้เป็น สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล คือ เป็นโรงแรมบูติคที่มี จำนวนห้องพัก 4-200 ห้อง มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและตกแต่งให้โดดเด่น แตกต่างไปจาก โรงแรมประเภทอื่นๆ ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของ โรงแรมประเภทนี้ พร้อมทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเข้าพักแต่ละครั้งอย่างสะดวกสบาย โรงแรมบูติค นี้จะรวมเอาโรงแรมประเภท Chic Hotel, Hip Hotel, Design Hotel และ Lifestyle Hotel เข้าไปด้วยกัน พบว่าโรงแรมบูติคมีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น จำนวนทั้งสิ้น 36 แห่ง

ลำดับ	ชื่อ	จำนวนห้อง พัก
	ซีทุ เรสซิเดนซ์ ลำปาง	10 ห้อง
	ลำปาง ลิเวอร์ ลอดจ์ ลำปาง	60 ห้อง
	เอื้องคำ รีสอร์ท ลำปาง	14 ห้อง
	เวียงลคอร	100 ห้อง
	ร่มไม้กรีนปาร์ค ลำปาง	30 ห้อง
	ลำปาง ทีก โฮเทล ลำปาง	9 ห้อง
	โรงแรมรีเจนท์ ลอดจ์ ลำปาง	76 ห้อง
	โรงแรมเยลโล่ ทีก โฮเทล	20 ห้อง
	โรงแรมปัทม ลำปาง	61 ห้อง
	ฮ็อป อินน์ ลำปาง	79 ห้อง
	โรงแรม มา ชิค แอนด์ โคซี่	64 ห้อง
	โรงแรม ลดาเฮาส์	6 ห้อง
	โรงแรม สิริ	30 ห้อง
	โรงแรมแกรนด์ อเมซอน	40 ห้อง
	โรงแรมบ้านคำหวาน	9 ห้อง
	โรงแรมเอื้องคำ รีสอร์ท	14 ห้อง
	โกลด์ ทาวน์ บุติก โฮสเทล	9 ห้อง
	ชมณา โฮม ลำปาง	4 ห้อง
	บ้านสุชาดา ลำปาง รีสอร์ท	7 ห้อง
	โรงแรมบุษย์น้ำทอง	109 ห้อง
	โรงแรมเดอะโคโคไนท์	50 ห้อง
	โรงแรมเอพิช	79 ห้อง
	โรงแรมอินโดจีน ลำปาง	61 ห้อง
	โรงแรมลำปางริเวอร์ลอร์ด	60 ห้อง
	โรงแรมเอ็ม อาร์ พาเลซ	41 ห้อง
	โรงแรมเอเชียลำปางโอเทล	71 ห้อง
	โรงแรมรีสอร์ทที่ลำปาง	41 ห้อง
	บ้านคำออน	5 ห้อง
	ปางสะพานเพลส รีโซเทล	10 ห้อง
	เลอเนฟ นครลำปาง	9 ห้อง
	เดอะเอสอาร์ เรสซิเดนซ์	14 ห้อง
	โรงแรมเจมทรี ลำปาง	44 ห้อง

	เดอะโคลเวอร์ ลำปาง	15 ห้อง
	ลำปาง รีสอร์ท	9 ห้อง
	ณ บ้าน แม่รีสอร์ท	10 ห้อง
	โรงแรมจิตราวดี	42 ห้อง

กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยนักท่องเที่ยงที่เดินทางมาเที่ยวและเข้าพักโรงแรมในจังหวัดลำปาง จำนวนทั้งสิ้น 915,573 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2560) โดยใช้สูตรคำนวณหาไร่ ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งมีอัตราการคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ตามสูตร และในการแจกแบบสอบถามจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการกระจายไปตามรายชื่อที่โรงแรมบูติคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางที่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น

การสร้างเครื่องมือใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

1. สร้างแบบสอบถาม โดยนำความรู้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคุณภาพการบริการ (Service Quality) ข้อเท็จจริงในการปฏิบัติงาน และประสบการณ์ของผู้วิจัยเองมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตเนื้อหาสาระเพื่อสร้างแบบสอบถาม หลังจากทำการสร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วได้นำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และแก้ไขแบบสอบถามเพื่อให้มีความเที่ยงตรง ชัดเจน และถูกต้องตามวัตถุประสงค์และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้จัดการแผนกบุคคลโรงแรมเดอะโคโคไนท์ ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ความเหมาะสม และความสอดคล้องของเนื้อหาในแผนกต่างๆ เพื่อให้

ข้อเสนอแนะปรับปรุงอีกครั้ง

4. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายไปทดลองสอบถามกลุ่มตัวอย่าง (Try-out) จากผู้ใช้บริการโรงแรมบูติกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางที่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น จำนวน 30 คน (ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือน พฤษภาคม) และนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.9466 ไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยตามกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดไว้ต่อไป

การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ศึกษาและค้นคว้าจากเอกสาร

(Documentary Research) ด้านคุณภาพ การบริการของพนักงานโรงแรมหรือที่พัก จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร วารสาร รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ เป็นต้น โดยการวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้เทคนิคในการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมบูติก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยจะใช้วิธีกระจายไปตามรายชื่อโรงแรมตามข้อมูลที่กล่าวไว้ข้างต้น

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ศึกษาเอกสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ หนังสือ ตำรา วารสาร บทความ สิ่งพิมพ์ต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรายงานสถิติจากหน่วยงานราชการ

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามหลังจากที่

ได้ตรวจสอบความครบสมบูรณ์ของคำตอบเรียบร้อยแล้ว จะทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์การใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) โดยใช้การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) การคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ตามลักษณะของตัวแปรในการแสดงผล ส่วนของการวิเคราะห์ค่าการรับรู้ในการบริการทั้ง 25 ปี จักรยย่อย และ 5 ปี จักรยหลักของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจะใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งค่าเฉลี่ยในแต่ละปี จักรยจะถูกคำนวณจากการรวมค่าทั้งหมดและหารด้วยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณลักษณะคุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมบูติกทั้ง 36 รายชื่อ ทั้งหมด 400 ชุด พบว่าเป็นเพศหญิง 69% และเป็นเพศชาย 31% มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี (45.5%) และ 20-30 ปี (31.5%) มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด เช่น จังหวัดกรุงเทพฯ 34.7% จังหวัดนครปฐม 23.3% และจังหวัดกำแพงเพชร (12.0%) มีระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี 48.5% และระดับปริญญาโท 24.5% ทั้งนี้ประชากรส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 45.2% และธุรกิจส่วนตัว 18.5% ซึ่งรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-45,000 บาท (42.7%) และ 15,001-30,000 บาท (20.5%) ส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมบูติกที่ทำการเก็บข้อมูลเป็นครั้งแรกสูงถึง 91.2% และเคยมาพักแล้ว 8.8% แหล่งข้อมูลที่มาพักจากเว็บไซต์ 65.5% และเพื่อนแนะนำ 33% โดยมีวัตถุประสงค์มาเที่ยวเพื่อพัก

ผ่าน 38.5% และมาเพื่อติดต่อธุรกิจต่างๆ 27%

2. ระดับการรับรู้ต่อนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะคุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($= 3.63$) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านพนักงานของโรงแรมมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ($= 3.82$) รองลงมา คือ ด้านโรงแรมมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ($= 3.72$) และน้อยที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการบริการเห็นได้สะดวก ($= 3.46$) ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($= 3.79$) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านโรงแรมมีการให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก ($= 4.18$) รองลงมา คือ ด้านโรงแรมไม่เคยมีประวัติว่ามีข้อผิดพลาดในการให้บริการ ($= 3.82$) และน้อยที่สุด คือ ด้านเมื่อลูกค้ามีปัญหา โรงแรมแสดงความจริงใจในการแก้ปัญหานั้น ($= 3.46$) ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($= 3.27$) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านพนักงานโรงแรมเต็มใจที่ให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน ($= 3.92$) รองลงมา คือ ด้านพนักงานโรงแรมพร้อมที่จะให้บริการได้ทันเวลาที่ เมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ ($= 3.40$) และน้อยที่สุด คือ ด้านพนักงานโรงแรมให้บริการมีเพียงพอที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า ($= 2.45$) ตามลำดับ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($= 3.69$) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านพฤติกรรมต่อการให้บริการ

ของพนักงานโรงแรมสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ ($= 3.82$) รองลงมา คือ ด้านลูกค้าของโรงแรมจะรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ และด้านพนักงานของโรงแรมมีมารยาทได้อย่างสม่ำเสมอต่อลูกค้า ($= 3.72$) และน้อยที่สุด คือ ด้านพนักงานของโรงแรมมีความรู้ที่จะตอบคำถามลูกค้าได้ตามแผนที่ตนรับผิดชอบ ($= 3.53$) ตามลำดับ

ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($= 3.72$) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านโรงแรมมีการบริการอย่างเป็นกันเองและพร้อมให้การดูแลผู้เข้ามาใช้บริการทุกช่วงเวลา ($= 3.92$) รองลงมา คือ ด้านโรงแรมให้บริการโดยยึดหลักความสนใจและใส่ใจในการบริการลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญ ($= 3.82$) และน้อยที่สุด คือ ด้านพนักงานของโรงแรมใส่ใจและเข้าใจความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า ($= 3.46$) ตามลำดับ

จากข้อมูลการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน ของโรงแรมบูติค เขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) ($= 3.79$) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ($= 3.72$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ($= 3.69$) ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tagibles) ($= 3.63$) และนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ($= 3.27$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาวิจัยมาพิจารณาประกอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากแบบสอบถาม เกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานบริการของโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมบูติค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ปี พ.ศ. (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุระหว่าง 35-44 ปี เดินทางเข้ามาในจังหวัดลำปางมากเป็นลำดับที่ 2 รองมาจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งถือว่าบุคคลช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นวัยผู้ใหญ่ที่มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ประสบผลสำเร็จ และมีความรับผิดชอบ ทำให้มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา ปี พ.ศ. 2560 (กรมการท่องเที่ยว, 2560) พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครปฐมเดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดลำปางมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากจังหวัดกำแพงเพชร และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการที่เข้ามาพักเพื่อการพักผ่อน จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ปีพ.ศ.2560 (กรมการท่องเที่ยว,2560) พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการเดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดลำปางด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน มากเป็นลำดับที่ 1 โดยจะเป็นการเข้าพักโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางเป็นครั้งแรก

ระดับการรับรู้ต่อนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะคุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อคุณลักษณะการบริการของพนักงานโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์มากโดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.62 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถส่งมอบการบริการให้กับลูกค้าในระดับที่พึงพอใจได้ โดยคุณลักษณะที่ลูกค้ารับรู้ได้มากที่สุดสองอันดับแรก คือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการ (3.79) ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (3.72) และส่วนคุณลักษณะที่มีการรับรู้ต่ำสุดเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (3.27) เช่น ความพร้อมที่จะให้บริการได้ทันเวลาที่ ความสามารถในการตอบข้อซักถามของพนักงานผู้ให้บริการ

การที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงคุณลักษณะของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการ ผู้รับบริการได้สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของโรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางที่ว่าการบริการที่ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ เมื่อลูกค้ามีปัญหา โรงแรมแสดงความจริงใจในการแก้ปัญหาต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยวประเทศจีน ที่มีผลต่อความไว้วางใจในบริษัทนำเที่ยว และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ของฉงจิ่ง หลี และตริทิพ บุญแยม (2558, 54) ว่าคุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยวประเทศจีนส่งผลต่อความไว้วางใจบริษัทนำเที่ยวและความตั้งใจเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย และความไว้วางใจในบริษัทนำเที่ยวประเทศจีนส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

หากพิจารณาคุณลักษณะที่โรงแรมบูติค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ส่งมอบการบริการที่น้อยที่สุด คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้าและให้ข้อมูลหรือการตอบข้อซักถามของพนักงานผู้ให้บริการยังมีความไม่ชัดเจน และไม่ถูกต้อง จึงส่งผลต่อการรับรู้ที่ไม่ดีของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะมีมาจากโรงแรมบูติก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ยังขาดระบบการจัดฝึกอบรม และให้ความรู้แก่พนักงานที่มีประสิทธิภาพ และนอกจากนี้ยังรวมถึงความปลอดภัยของสถานที่ในการให้บริการของพนักงานโรงแรมบูติกอาจจะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเท่าที่ควร

ข้อเสนอแนะแนวทางปรับปรุงคุณภาพการบริการของพนักงานบริการของโรงแรมบูติก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

การวิจัยนี้เป็นการสำรวจคุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรมบูติก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในทุกๆส่วนงานที่มีความเกี่ยวข้องให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป โดยสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการประเมินถึงจุดแข็งและจุดอ่อนในการบริการของโรงแรม และเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารสามารถแก้ไขหรือลดข้อบกพร่องในด้านการบริการได้ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้กับธุรกิจด้วย

สรุปผล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา ปี พ.ศ. 2560 (กรมการท่องเที่ยว, 2560) พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครปฐมเดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดลำปางมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากจังหวัดกำแพงเพชร และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท

จากข้อมูลการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน ของโรงแรม บูติก เขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) (= 3.79) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) (= 3.72) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) (= 3.69) ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tagibles) (= 3.63) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) (= 3.27) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในทุกด้านที่ควรได้รับการปรับปรุง แก้ไขเป็นอันดับแรก คือ คุณลักษณะด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อทราบความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

References

- กนิษฐาริน จิโนวัฒน์. 2550. **คุณภาพบริการของโรงแรมใบไม้เขียวในเขตภาคใต้**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท บัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- กิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ. 2547. **ระบบการควบคุมคุณภาพที่หน้างาน: คิวซีเซอร์เคิล**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เทคนิคอล แอปโพรช เคาน์เซลลิ่ง แอนด์ เทรนนิ่ง.
- กิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ. 2550. **หลักการการควบคุมคุณภาพ**. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น. กรมการท่องเที่ยว. 2554. **สถิตินักท่องเที่ยว**. ค้นวันที่ 2 ตุลาคม 2560 จาก <http://www.tourism.go.th>.

- ชัยสมพล ขาวประเสริฐ. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ขาวประเสริฐ. 2549. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ขาวประเสริฐ. 2553. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิรัชญา มณีเนตร. 2553. ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ฉงจิ่ง หลี และตรีทิพ บุญแย้ม. 2558. คุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยวประเทศจีนที่มีผลต่อความไว้วางใจในบริษัทนำเที่ยวและความตั้งใจในการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. 2548. การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: แสงดาว.
- วีรพงษ์ เฉลิเมจิระรัตน์. 2539. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2547. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และอรัญ เลิศวรรณวิทย์. 2550. กลยุทธ์การตลาด และการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพมหานคร: ธนัชการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ . 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2555. ที่พักรูปแบบใหม่ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน. ค้นวันที่ 1 ตุลาคม 2560 จาก <http://www.ksmcare.com/Article/82/27821/Boutique-Hotel>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 4 กุมภาพันธ์ 2558. โรงพยาบาลเอกชนปี 58... มูลค่าตลาดทะลุแสนล้านบาท จับตา Medical Tourism & EXPAT มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น. กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2587
- ธารทิพย์ ทากิ. 2549. การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นิตา ชัยกุล. 2550. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- Parasuraman A.; Zeithaml, Valarie A. and Berry, Leonard L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**. 49, 4(Fall): 41-50.

การศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อพัฒนาห้องน้ำสาธารณะสู่มาตรฐานระดับสากล

กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่

A STUDY OF SATISFACTION ON USING PUBLIC TOILETS IN TOURIST ATTRACTIONS TO
MEET INTERNATIONAL STANDARD

A CASE STUDY: DOI INTANON NATIONAL PARK IN CHIANG MAI PROVINCE

จิรัฐติกา มานะจรรยาพงศ์ และ ชลธิชา เศรษฐศิลป์ (นักศึกษา)

Jirattitikarn Manajanyapong And Chonticha Settasin (Study)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
Rajamangala University of Technology Lanna, Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน และ (2) หาแนวทางเบื้องต้นในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว สู่มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 328 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 153 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 175 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาเน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะ ในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ พบว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะอาด ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะ ในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ พบว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านความสะอาด ด้านความปลอดภัย ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง แต่พบว่า ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจ มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล

Corresponding Author

E-mail: givefy34@hotmail.com

Abstract

The objectives of this research were to: (1) Study the satisfaction on using the public toilet services in tourist attraction by gender, age, domicile, education level, occupation and personal income per month and (2) Find basic guidelines for a solution and developing public toilets in tourist attraction to meet international standard. A sample of the study was 328 tourists, which were 153 Thai tourists and 175 foreign tourists. They were selected by using an accidental sampling method of Yamane. Questionnaires were used to collect the data. The data were analyzed by using mean ($\bar{x}$), standard deviation (SD) and percentage. The finding showed that:

1. Thai tourists were moderately satisfied with the service of the public toilets in Doi Inthanon National Park. The result was divided into five areas: Their satisfaction was low in terms of Cleanliness, Design and Environmental Management System and Service's Quality Management. In addition, their satisfaction was moderated in terms of Safety and Convenience.

2. Foreigner tourists were moderately satisfied with the service of the public toilets in Doi Inthanon National Park. The result was divided into five areas: Their satisfaction was low in terms of Convenience and Service's Quality Management. Besides, it was moderated in terms of Cleanliness and Safety. On the other hand, their satisfaction on Design and Environmental Management System were in the high level.

Keywords: Public toilets in tourist attractions, Satisfaction level, International public toilet standards

บทนำ

ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว เป็นบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างหรือทำลายประสบการณ์การท่องเที่ยว คือ เมื่อนักท่องเที่ยวต้องใช้ห้องน้ำ ห้องน้ำเหล่านี้ต้องสะอาด ถูกสุขลักษณะ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก มีความปลอดภัย และห้องน้ำนั้นต้องได้รับการดูแลอย่างดี มีระบบการจัดการขยะที่เหมาะสม มีบรรทัดฐานและการออกแบบที่มีคุณภาพและทันสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของคนที่มียุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

กัน เพศ, อายุ, ศาสนาที่แตกต่างกัน หรือแม้แต่คนพิการ เป็นต้น

ห้องน้ำสาธารณะจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ใช้บริการ หากห้องน้ำสาธารณะสะอาด ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสากล จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

แต่ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวและห้องน้ำสาธารณะที่ตั้งอยู่บนเส้นทางผ่านไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทย ถูกละเลยมานาน มีปริมาณไม่เพียงพอ คุณภาพที่ยังไม่ได้มาตรฐานถูกสุขลักษณะ และการรักษาความปลอดภัยยังไม่ดีพอ

จนทำให้ห้องน้ำสาธารณะบางแห่งเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรค และหลายแห่งขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (รัตนวลัย ชันติจันญาไชย และคณะ, 2554)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล นอกจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ และยังเป็นภาพลักษณ์สำคัญต่อการท่องเที่ยวอีกด้วย ในปัจจุบันหลายประเทศหันมาให้ความสำคัญกับห้องน้ำสาธารณะมากขึ้น เนื่องจากห้องน้ำสาธารณะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงระดับสาธารณสุขไปรษณีย์ขั้นพื้นฐาน ความเจริญและความพัฒนาของประเทศ

จากการสำรวจห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย พบว่า ยังมีห้องน้ำหลายแห่งที่มีปัญหาด้านต่างๆ ในงานวิจัยของ จรินทร์ ศุภดิษฐ์ (2554) พบว่า ห้องน้ำสาธารณะในการปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดกำแพงเพชร พบปัญหาหลายด้าน เช่น ด้านความสะอาด จากปัญหาเจ้าหน้าที่รับผิดชอบไม่เพียงพอ ผู้ใช้บริการขาดจิตสำนึก หรือปัญหาด้านการดำเนินงานจัดบริการห้องน้ำสาธารณะ มีปัญหาจากการไม่มีงบประมาณในการสร้างตามมาตรฐาน หรือการปรับปรุงให้เป็นไปตามมาตรฐาน

โดยจากการศึกษาของ ภาสกร อินทรารุณ (2553) พบว่า ปัจจัยที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ด้าน Aesthetic รองลงมา คือ ด้าน Thermal Comfort, ด้าน Visual Comfort, ด้าน Lighting Comfort, ด้านบรรยากาศ และด้านการบริการ ตามลำดับ

ในส่วนของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก มีนักท่องเที่ยวจากหลากหลายพื้นที่ หลากหลายเชื้อชาติเดินทางมายังสถานที่แห่งนี้ แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่า ห้องน้ำสาธารณะบริเวณอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีปัญหาในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด และจำนวนของห้องน้ำที่เปิดให้บริการ

ไม่เพียงพอ เป็นต้น และการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะในประเทศไทยมีน้อยมากในหลายปีที่ผ่านมา ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงได้มีความสนใจ ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลหนึ่งในการพัฒนาห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวสู่มาตรฐานระดับสากล และสร้างความพึงพอใจ และความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว และประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1 เพื่อสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่

2 เพื่อหาแนวทางเบื้องต้นในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวสู่มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่

บททวนวรรณกรรม

ความหมายของห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2550) ได้ให้นิยาม ห้องน้ำสาธารณะ หมายถึง สถานที่ที่ให้ประชาชนสามารถเข้าไปใช้บริการเพื่อชำระล้างหรือขับถ่ายของเสีย เป็นบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญในการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก การมีห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะจึงเป็นการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านสุขอนามัยแก่ประชาชน ซึ่งจากอดีตที่ผ่านมาห้องน้ำสาธารณะเป็นปัญหาพื้นฐานที่สำคัญทางด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยตามที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้ให้คำนิยามของห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว (Public re-

strooms for tourism) ว่าเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยว และนักทัศนาจรสามารถเข้าไปใช้บริการถ่ายอุจจาระ ปัสสาวะและชำระล้างร่างกายได้ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการโดยเสียค่าบริการหรือไม่เสียค่าบริการก็ได้

ห้องน้ำสาธารณะกับการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลากหลายรูปแบบ และ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นตัวสร้าง อาชีพและกระจายรายได้ให้กับคนในประเทศเป็น จำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว เป็นจำนวนมากที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว ต่างๆ ในประเทศไทย จากการเติบโตอย่างรวดเร็วในกระแสการท่องเที่ยวของไทยนี้ได้ทำให้การ ท่องเที่ยวประสบปัญหาหลายด้าน หนึ่งในด้านที่สำคัญ คือ ปัญหาเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ ดังนั้นหาก ประเทศไทยต้องการมีนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่มีคุณภาพ ดังต่อไปนี้ นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกลำบากและยากแก่การเดินทางไปท่องเที่ยว อาจส่งผลให้รายได้ของการท่องเที่ยว ลดลง

มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล

ในปี พ.ศ. 2548 ทางกระทรวงสาธารณสุข และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาห้องน้ำสาธารณะไทย ด้วยการวางกรอบการพัฒนาไว้ 3 ประเด็นคือ สะอาด เพียงพอ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน ต่อมาในปี 2549 ไทยได้เป็นเจ้าภาพ งานประชุมสัปดาห์โลก โดยมีผู้แทน จาก 19 ประเทศมาร่วมประชุม และจากการนำของ องค์การสัปดาห์โลก หรือ WTO นี้ จึงนำไปสู่การมี มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล

มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว ระดับสากลมีกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพที่ใช้เป็นแนวทาง

ในการประเมินประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 28 เกณฑ์และ 90 ตัวชี้วัดรวมทั้งมีแนวปฏิบัติและรายละเอียดต่างๆดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านความสะอาด

องค์ประกอบที่ 2 ด้านความปลอดภัย

องค์ประกอบที่ 3 ด้านความสะดวก

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการออกแบบและการ จัดการสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบที่ 5 การบริหารการจัดการและ คุณภาพการบริการ

มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว ระดับสากล เป็นมาตรฐานที่ผู้ใช้บริการปรารถนาที่จะ ให้มีการให้บริการในห้องน้ำและห้องสุขาสาธารณะ เพื่อการท่องเที่ยวทั้งในด้านความสะอาดความ ปลอดภัย ความสะดวกการออกแบบและการบริหาร จัดการโดยกรมการท่องเที่ยวจะเป็นผู้กำหนดและเป็น หน่วยงานที่ดูแลส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการยก ระดับคุณภาพของห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว และตามเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานใน ระดับนี้

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นภาคบริการที่สร้าง รายได้หลักให้กับประเทศไทย จึงต้องคำนึงถึงแรง ปรารถนาภายในของแต่ละบุคคลของนักท่องเที่ยวใน ปัจจัยด้านต่างๆ แรงปรารถนาดังกล่าวนั้นจะ แสดงออกมาให้ลักษณะของความพึงพอใจของแต่ละ บุคคลที่แตกต่างกันไป

ความพึงพอใจ คือ ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่ สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้เป็นสภาวะของความพึง พพอใจหรือสภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินผลจากประสบการณ์ของบุคคลๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงาน ที่ได้รับรู้จากสินค้าหรือการบริการกับความคาดหวัง ของบุคคลนั้น

Kotler and Armstrong (2002) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน โดย ชาริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก

โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลต่อการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ตามเกณฑ์มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2550) จากรายงานการวิจัยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสามารถในการรองรับทางกายภาพ กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ได้สรุปภาพรวมไว้ว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น่าบริเวณที่ทำการอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ (ก.ม.31) นั้น ห้องน้ำมีความสามารถในการรองรับทางกายภาพอยู่ในระดับต่ำที่สุด ร้านอาหารและขยะมีความสามารถในการรองรับทางกายภาพอยู่ในระดับต่ำมาก ส่วนที่พักค้างคืน พื้นที่นั่งพักผ่อนและที่จอดรถนั้นมีความสามารถในการรองรับทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับบริเวณยอดดอยรวมถึงเส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติอ่างกานัน นักท่องเที่ยวที่ความคิดเห็นว่าห้องน้ำมีความสามารถในการรองรับทางกายภาพอยู่ในระดับต่ำที่สุด ขยะมีความสามารถในการรองรับทางกายภาพอยู่ในระดับต่ำมาก ส่วนพื้นที่นั่งพักผ่อน ที่จอดรถ ร้านอาหารและเส้นทางเดินเท้าอ่างกานัน มีความสามารถในการรองรับทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง

ภาสกร อินทรารุณ (2553) จากรายงานการวิจัยเรื่องแนวคิดในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการห้องน้ำสาธารณะ สรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในห้องน้ำสาธารณะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างได้มากที่สุดคือ ตัวแปร Aesthetic เช่น ความงามของรูปลักษณ์อาคาร ความงามของสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ความเปรียบเทียบต่างสีในเรื่องของสี สัตส่วนขององค์ประกอบ การจัดวางวัสดุและอุปกรณ์พื้นผิวของอาคารที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว ตัวแปรที่สำคัญรองลงมา คือ Thermal comfort การปรับสภาพแวดล้อมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสบายขณะทำกิจกรรม ส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยการเก็บข้อมูลด้วยการศึกษาเชิงปริมาณจากแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตการศึกษา

ห้องน้ำสาธารณะในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นตัวแทนเพื่อเก็บข้อมูล เนื่องจากมีความสามารถในการรองรับทางกายภาพอยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยผู้จัดทำเลือกพื้นที่จำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่

- ห้องน้ำสาธารณะบริเวณพระมหาธาตุนภเมธนีดลและพระมหาธาตุนภพลภูมิศิริ ห้องน้ำที่นี้เพิ่งได้รับการปรับปรุงเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยห้องน้ำจะมีความทันสมัย ห้องน้ำใช้ระบบส้วมชักโครก ระบบส้วมซึม และมีโถปัสสาวะ มีอ่างล้างมือและกระจกภายนอกมีป้ายบอกทางห้องสุขาชาย มีป้ายบอกทางห้องสุขาหญิง ป้ายสัญลักษณ์ห้องน้ำสำหรับคนพิการ ที่สำคัญคือ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ ภายในใช้ระบบส้วมชักโครก มีมีอ่างล้างมือและกระจก และมีราวพุงตัว ถือได้ว่าเป็นห้องน้ำที่ดีที่สุดใน 3 พื้นที่ตัวแทน

- ห้องน้ำสาธารณะบริเวณเส้นทางศึกษาธรรมชาติกัวแม่ปาน ห้องน้ำใช้ระบบส้วมชักโครก ระบบส้วมซึม และมีโถปัสสาวะ มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการรักษาความสะอาด ด้านนอกป้ายสัญลักษณ์ห้องน้ำหญิง/ชาย มีอ่างล้างมือและกระจก มีบริเวณที่มีหญ้าและต้นไม้ขึ้นรก

- ห้องน้ำสาธารณะบริเวณจุดสุดเขตแดนสยามยอดดอยอินทนนท์ ในการเก็บข้อมูล โดยภายนอกห้องน้ำมีทางลาด มีป้ายบอกทางห้องสุขาชาย มีป้ายบอกทางห้องสุขาหญิง มีตู้รับฟังความคิดเห็น โครงสร้างใช้วัสดุที่ช่วยประหยัดพลังงาน ด้านในมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ในเรื่องของความสะอาด มีกระจก และอ่างล้างมือ และห้องน้ำใช้ระบบส้วมซึม โดยห้องน้ำที่นี้จะเป็นห้องน้ำที่มีความเก่าที่สุดใน 3 พื้นที่ตัวแทน

ความแตกต่างของห้องน้ำตัวแทนทั้ง 3 แห่งนี้จะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากห้องน้ำบางแห่งได้รับการปรับปรุง แก้ไขในระดับหนึ่งแล้ว แต่บางแห่งยังเป็นห้องน้ำเก่าที่ยังใช้เฉพาะระบบส้วมซึมเพียงอย่างเดียว

2. การกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานานวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 – มิถุนายน 2561

จำนวน 328 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 153 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 175 คน

พื้นที่จำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่

1. ห้องน้ำสาธารณะบริเวณพระมหาธาตุนภเมธนีดลและพระมหาธาตุนภพลภูมิสิริ โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 55 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 55 คน

2. ห้องน้ำสาธารณะบริเวณเส้นทางศึกษาธรรมชาติกัวแม่ปาน โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 55 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จำนวน 55 คน

3. ห้องน้ำสาธารณะบริเวณจุดสุดเขตแดนสยามยอดดอยอินทนนท์ในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 54 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 54 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้จัดทำใช้แบบสอบถามมีโครงสร้างทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ที่มีคำถามแบบเดียวกันเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว สุ่มมาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากห้องน้ำสาธารณะบริเวณพระมหาธาตุนภเมธนีดลและพระมหาธาตุนภพลภูมิสิริ ห้องน้ำสาธารณะบริเวณเส้นทางศึกษาธรรมชาติกัวแม่ปาน ห้องน้ำสาธารณะบริเวณจุดสุดเขตแดนสยามยอดดอยอินทนนท์ โดยศึกษาตามมาตรฐานห้องน้ำระดับสากล 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสะอาด ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวก ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อมและด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนาการจัดบริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์จากแบบสอบถามและลงสำรวจพื้นที่ด้วยแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆแล้วตรวจ

สอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วทำการลงรหัสข้อมูลเป็นตัวเองทั้งหมด ก่อนทำการประมวลผล โดยใช้ โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences for Windows) โดยแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

- ข้อมูลพื้นฐานของประชากร กำหนดค่าอยู่ในระดับขั้น (Nominal Scale) ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติในรูปแบบการแจกแจงความถี่ และหาอัตราส่วนร้อยละ

- ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์กับมาตรฐานห้องน้ำระดับสากล ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติในรูปแบบ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว สู่มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ 3 พื้นที่ ได้แก่ 1. ห้องน้ำสาธารณะบริเวณพระมหาธาตุนภเมธนีดลและพระมหาธาตุนภพลภูมิศิริ 2. ห้องน้ำสาธารณะบริเวณเส้นทางศึกษาธรรมชาติกิ่วแม่ปาน 3. ห้องน้ำสาธารณะบริเวณจุดสุดเขตแดนสยาม ยอดดอยอินทนนท์ จำนวน 328 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 153 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 175 คน ได้ผลการศึกษาดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่

จากการเก็บข้อมูลสรุปได้ว่าว่าผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยส่วนใหญ่เป็น

เพศชายมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 57.5 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21 - 30 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30.7 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.9 ส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.9 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.3 และส่วนใหญ่มียรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.4 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด ร้อยละ 49.1 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38.9 ส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 29.7 และส่วนใหญ่มียรายได้ส่วนตัวต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 38.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{A}^I = 2.76$) แบ่งเป็นองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะอาด ($\bar{A}^I = 2.60$) ด้านความปลอดภัย ($\bar{A}^I = 3.04$) ด้านความสะดวก ($\bar{A}^I = 2.79$) ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{A}^I = 3.00$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ ($\bar{A}^I = 2.43$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านความสะอาด

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 9 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความ

พึงพอใจสถานที่และพื้นที่ห้องน้ำอยู่ในสภาพที่ดีมั่นคง
แข็งแรง ($\bar{A}^I = 3.17$) ห้องน้ำเป็นแบบนั่งราบหรือนั่ง
ยอง พร้อมทั้งฉีดชำระ สภาพดีใช้งานได้และมีป้ายระบุ
ประเภทของห้องน้ำติดไว้หน้าห้องน้ำที่มองเห็นชัดเจน
($\bar{A}^I = 2.86$) อยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่มีความ
พึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ถึงขยะในห้องน้ำอยู่ใน
สภาพที่ดีใช้งานได้ไม่รั่วซึม ($\bar{A}^I = 2.36$) อ่างล้างมือ
ในห้องน้ำสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{A}^I = 2.60$) มีห้องอาบน้ำที่มีอุปกรณ์ประกอบครบถ้วนได้แก่
ฝักบัว ที่แขวนส้วมอยู่ในสภาพดี ใช้งานได้ (2.34)
ที่ปัสสาวะมีความคงทนแข็งแรง สะอาดไม่มีคราบ
สกปรก ไม่มีกลิ่นเหม็น อยู่ในสภาพใช้งานได้และตั้งใน
ระยะที่เหมาะสม ($\bar{A}^I = 2.33$) ผลลัพธ์ทำความ
สะอาดมือ บรรจุน้ำพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลาที่
เปิดให้บริการ ($\bar{A}^I = 2.16$) และมีการจัดการการ
ระบายอากาศที่ดีเช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดับกลิ่นและ
มีเครื่องระบายอากาศในห้องน้ำ ($\bar{A}^I = 1.88$) ตาม
ลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจ อยู่
ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.46 เมื่อพิจารณา
เป็นรายด้าน 9 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ
มีระดับความพึงพอใจสถานที่และพื้นที่ห้องน้ำอยู่ใน
สภาพที่ดีมั่นคง แข็งแรง อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ
แรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาได้แก่ ห้องน้ำเป็น
แบบนั่งราบหรือนั่งยอง พร้อมทั้งฉีดชำระ สภาพดีใช้
งานได้และมีป้ายระบุประเภทของห้องน้ำติดไว้หน้า
ห้องน้ำที่มองเห็นชัดเจน ($\bar{A}^I = 3.29$) อ่างล้างมือใน
ห้องน้ำสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{A}^I = 2.90$) มีน้ำใช้ที่สะอาดและเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{A}^I = 2.72$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และ
ด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ถึงขยะ
ในห้องน้ำอยู่ในสภาพที่ดีใช้งานได้ ไม่รั่วซึม ($\bar{A}^I = 2.57$) ที่ปัสสาวะมีความคงทนแข็งแรง สะอาดไม่มี
คราบสกปรก ไม่มีกลิ่นเหม็น อยู่ในสภาพใช้งานได้และ

ตั้งในระยะที่เหมาะสม ($\bar{A}^I = 2.57$) ผลลัพธ์
ทำความสะอาดมือ บรรจุน้ำพร้อมใช้งานอยู่ตลอด
เวลาที่เปิดให้บริการ ($\bar{A}^I = 2.49$) มีห้องอาบน้ำที่มี
อุปกรณ์ประกอบครบถ้วนได้แก่ ฝักบัว ที่แขวน
ส้วมอยู่ในสภาพดี ใช้งานได้ ($\bar{A}^I = 2.49$) และ
มีการจัดการการระบายอากาศที่ดีเช่น การใช้ผลิตภัณฑ์
ที่ดับกลิ่นและมีเครื่องระบายอากาศในห้องน้ำ ($\bar{A}^I = 2.16$) ตามลำดับ

2. ด้านความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.75 เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน 3 ด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความ
พึงพอใจมีแสงสว่างเพียงพอทั้งภายในและภายนอกของ
ตัวอาคาร ($\bar{A}^I = 3.00$) และห้องน้ำตั้งอยู่บริเวณที่มี
ผู้คนสัญจรไป-มา ($\bar{A}^I = 2.90$) อยู่ในระดับปานกลาง
ตามลำดับ และมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดและมี
สัญญาณไฟในการช่วยเหลือ อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่า
เฉลี่ย 2.37

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจ
อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.32 เมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้าน 3 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาว
ต่างชาติมีความพึงพอใจมีแสงสว่างเพียงพอทั้งภายใน
และภายนอกของตัวอาคาร ($\bar{A}^I = 3.68$) และห้องน้ำ
ตั้งอยู่บริเวณที่มีผู้คนสัญจรไป-มา ($\bar{A}^I = 3.48$) อยู่
ในระดับมาก ตามลำดับ และมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด
และมีสัญญาณไฟในการช่วยเหลือ อยู่ในระดับปาน
กลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.81

3. ด้านความสะดวก

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.00 เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความ
พึงพอใจมีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุแบบนั่งราบ มีราว
เกาะพุงตัวและมีสัญลักษณ์ขนาดมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{A}^I = 3.24$) มีบริการขายสินค้าที่จำเป็นเช่น สบู่

ยาสีฟัน แปรงฟัน ผ้าอนามัย เป็นต้น และมีบริการโทรศัพท์สาธารณะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{A}^I = 3.16$) มีห้องน้ำสำหรับคนพิการและป้ายห้องน้ำสำหรับคนพิการมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{A}^I = 2.99$) มีการแยกห้องน้ำชาย-หญิงและมีป้ายระบุที่มองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{A}^I = 2.95$) และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับผู้ใช้บริการ (ภายนอกห้องสุขา) เช่น เครื่องเป่ามือ กระดาษชำระ เป็นต้น ($\bar{A}^I = 2.69$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมีบริการขายสินค้าที่จำเป็นเช่น สบู่ ยาสีฟัน แปรงฟัน ผ้าอนามัย เป็นต้น ($\bar{A}^I = 2.17$) และมีบริการโทรศัพท์สาธารณะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{A}^I = 2.81$) มีห้องน้ำสำหรับคนพิการและป้ายห้องน้ำสำหรับคนพิการมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{A}^I = 2.80$) มีการแยกห้องน้ำชาย-หญิงและมีป้ายระบุที่มองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{A}^I = 2.74$) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ และมีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุแบบนั่งราบ มีราวเกาะพยุงตัวและมีสัญลักษณ์ขนาดมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{A}^I = 2.40$) และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับผู้ใช้บริการ (ภายนอกห้องสุขา) เช่น เครื่องเป่ามือ กระดาษชำระ เป็นต้น ($\bar{A}^I = 2.17$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

4. ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 6 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมีการออกแบบอาคารโดยเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน ($\bar{A}^I = 2.73$) มีการติดป้ายแสดงเส้นทางและสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด (ทั้งภาษา

ไทยและภาษาอังกฤษ) ($\bar{A}^I = 2.68$) มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการรักษาความสะอาดการประหยัดพลังงานและมีป้ายสัญลักษณ์ห้ามสูบบุหรี่บริเวณด้านหน้าอาคาร ด้านในห้องน้ำและห้องสุขา ($\bar{A}^I = 2.64$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลที่ได้มาตรฐาน ($\bar{A}^I = 2.60$) มีการตกแต่งทั้งภายนอกและภายในของตัวอาคารอย่างสวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติหรือเอกลักษณ์ในท้องถิ่น ($\bar{A}^I = 2.49$) และมีการออกแบบพื้นที่ระนาบเดียวกัน ในกรณีที่เป็นพื้นที่ต่างระดับจะมีสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายบอกไว้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ($\bar{A}^I = 2.37$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 6 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย มีการออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลที่ได้มาตรฐาน ($\bar{A}^I = 3.73$) มีการติดป้ายแสดงเส้นทางและสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ($\bar{A}^I = 3.49$) มีการออกแบบอาคารโดยเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน ($\bar{A}^I = 3.47$) มีการตกแต่งทั้งภายนอกและภายในของตัวอาคารอย่างสวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติหรือเอกลักษณ์ในท้องถิ่น ($\bar{A}^I = 3.41$) ตามลำดับ และมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการรักษาความสะอาดการประหยัดพลังงานและมีป้ายสัญลักษณ์ห้ามสูบบุหรี่บริเวณด้านหน้าอาคาร ด้านในห้องน้ำและห้องสุขา ($\bar{A}^I = 3.24$) และมีการออกแบบพื้นที่ระนาบเดียวกัน ในกรณีที่เป็นพื้นที่ต่างระดับจะมีสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายบอกไว้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ($\bar{A}^I = 3.23$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

5. ด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 4 ด้าน พบว่า ทั้ง 4 ด้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ประกอบด้วย มีการดูแลรักษาอาคารสถานที่และอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ ($\bar{A}^I = 2.35$) พนักงานทำความสะอาดอย่างถูกวิธีและมีอุปกรณ์ในการทำทำความสะอาดอย่างครบถ้วน พนักงานมีการใช้เครื่องป้องกันอันตรายส่วนบุคคลเช่น รองเท้าบูท ถุงมือในขณะปฏิบัติงานและมีการทำความสะอาดทุกชั่วโมงตามเกณฑ์มาตรฐานการทำความสะอาดห้องสุขา ($\bar{A}^I = 2.33$) ให้บริการโดยเน้นความสะอาดและสุขลักษณะของห้องน้ำสาธารณะ ($\bar{A}^I = 2.32$) และ มีผู้รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีการปรับปรุงการให้บริการห้องน้ำสาธารณะและพนักงานอยู่เสมอ ($\bar{A}^I = 2.09$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 4 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจให้บริการโดยเน้นความสะอาดและสุขลักษณะของห้องน้ำสาธารณะ ($\bar{A}^I = 2.85$) มีผู้รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีการปรับปรุงการให้บริการห้องน้ำสาธารณะและพนักงานอยู่เสมอ ($\bar{A}^I = 2.62$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และมีการดูแลรักษาอาคารสถานที่และอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ ($\bar{A}^I = 2.60$) และพนักงานทำความสะอาดอย่างถูกวิธีและมีอุปกรณ์ในการทำทำความสะอาดอย่างครบถ้วน พนักงานมีการใช้เครื่องป้องกันอันตรายส่วนบุคคลเช่น รองเท้าบูท ถุงมือในขณะปฏิบัติงานและมีการทำความสะอาดทุกชั่วโมงตามเกณฑ์มาตรฐานการทำความสะอาดห้องสุขา ($\bar{A}^I = 2.26$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

จากผลการศึกษาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความพึงพอใจ 2 ระดับคือ ระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะอาด และระดับน้อย ได้แก่ ด้านความสะอาด ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีระดับความพึงพอใจ 3 ระดับคือ ระดับมาก ได้แก่ ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความสะอาด และด้านความปลอดภัย ส่วนระดับน้อย ได้แก่ ด้านความสะอาด และ ด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ

จะเห็นได้ว่า จากระดับความพึงพอใจของทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จะต้องถูกปรับปรุงในทุกด้านเนื่องจากหากเทียบแล้วมีเพียง 1 ด้านเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นตรงกันว่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นั่นคือ ด้านความปลอดภัย ส่วนอีก 4 ด้านที่เหลือนั้นมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน แต่ในความแตกต่างนั้นจะมีผลของการใช้บริการอยู่ในระดับน้อยเสมอ คือ ด้านความสะอาด ด้านความสะอาด ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม และ ด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ โดยแนวทางแนวทางเบื้องต้นในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวสู่มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล สามารถเริ่มจากการพัฒนาและแก้ไขด้านต่างๆ ตามตารางที่ 1 โดยเร่งพัฒนาด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยเป็นต้นไปเพื่อพัฒนาแก้ไขจุดที่มีปัญหามากที่สุดก่อนเป็นอันดับแรก และพัฒนาในด้านอื่นๆ ต่อไป

อภิปรายผล

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ

ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านความสะอาด ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวก และด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการอยู่ในระดับน้อย ผลจากการวิจัยปรากฏเช่นนี้เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เหตุผลว่า ห้องน้ำยังไม่มีจัดการการระบายอากาศที่ดี ไม่มีผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดมือและไม่มีห้องอาบน้ำที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน ยังไม่มีการติดตั้งกล่องวงจรปิดและสัญญาณไฟในการช่วยเหลือในห้องน้ำผู้พิการและผู้สูงอายุ ยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับผู้ใช้บริการ เช่น เครื่องเป่ามือ กระดาษชำระ และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือ แต่ข้อดีอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความพึงพอใจมากนั่นก็คือ ห้องน้ำมีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของตัวอาคาร โดยใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่ในเรื่องของการออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลยังไม่ได้มาตรฐาน พนักงานทำความสะอาดดูแลในเรื่องของความสะอาดแต่พนักงานยังไม่รู้วิธีการใช้อุปกรณ์ที่ถูกต้องในการทำสะอาดห้องน้ำ

นอกจากนี้ผลการวิจัยที่ปรากฏนั้นอยู่ภายใต้เงื่อนไขของความแตกต่างกันของห้องน้ำ 3 แห่ง เนื่องจาก ห้องน้ำสาธารณะบริเวณพระมหาธาตุนภเมธนีดลและพระมหาธาตุนภพลภูมิสิริ ได้มีการดำเนินการซ่อมแซมไม่กี่ปีที่ผ่านมา และยังเป็นสถานที่ที่พุทธศาสนิกชนเดินทางมาสักการะมากมายทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องห้องมีการปรับปรุงและพัฒนา ห้องน้ำจึงมีความทันสมัย มีความสะอาด และเป็นไปตามมาตรฐาน ห้องน้ำสาธารณะมากกว่าอีก 2 แห่ง รองลงมาคือ ห้องน้ำสาธารณะบริเวณเส้นทางศึกษาธรรมชาติกิ่วแม่ปาน เป็นห้องน้ำที่ได้รับการดูแลและปรับปรุงในระดับหนึ่ง เนื่องจากบริเวณนี้เป็นจุดชมวิว และมีการพักรับประทานอาหาร แต่ในบางส่วนของห้องน้ำบริเวณนี้

ใกล้กับแหล่งธรรมชาติจึงทำให้มีต้นไม้ขึ้นปกคลุม และห้องน้ำสาธารณะบริเวณจุดสุดเขตแดนสยามยอดดอยอินทนนท์ เป็นห้องน้ำที่มีการปรับปรุงน้อยที่สุด เนื่องจากห้องน้ำตั้งอยู่บนยอดเขาทำให้การพัฒนาปรับปรุงดูแลได้ยาก เนื่องจากเป็นบริเวณที่เดินทางเข้ายาก เป็นบริเวณทางผ่านของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงใช้บริการไม่มากนัก

ซึ่งผลความพึงพอใจในแต่ละพื้นที่ 3 พื้นที่ มีความสอดคล้องกับเงื่อนไขดังกล่าว เนื่องจาก ห้องน้ำสาธารณะบริเวณพระมหาธาตุนภเมธนีดลและพระมหาธาตุนภพลภูมิสิริ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี โดยระดับปานกลาง คือ ห้องน้ำสาธารณะบริเวณเส้นทางศึกษาธรรมชาติกิ่วแม่ปาน และ ห้องน้ำสาธารณะบริเวณจุดสุดเขตแดนสยามยอดดอยอินทนนท์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

สรุปผล

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง

หากพิจารณาเป็นแยกนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติออกจากกันจะพบว่า ระดับความพึงพอใจมีความแตกต่างกัน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้านคือ ด้านความสะอาด ด้านความสะดวก ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม และ ด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ จะมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ในความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือชาวต่างชาติ แต่ในระดับความพึงพอใจปานกลางนั้นมีความคิดเห็นตรงกัน นั่นคือ ด้านความปลอดภัย แต่หากคำนวณในภาพรวมแล้ว ด้านความสะอาด ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวก และด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับน้อย

เมื่อรับทราบผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่แล้ว ดังตารางที่ 1 ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาในส่วนของจุดที่มีระดับความพึงพอใจที่น้อยที่สุดก่อน เนื่องจากน่าจะเป็นจุดที่มีปัญหามากที่สุด และผลักดันการปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาในด้านต่างๆ ให้ดีขึ้นสู่มาตรฐานระดับสากลต่อไป เช่น มีการจัดการการระบายอากาศที่ดี เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดับกลิ่นและมีเครื่องระบายอากาศในห้องน้ำ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือ บรรจุภาชนะ

พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ มีห้องอาบน้ำที่มีอุปกรณ์ประกอบครบถ้วนได้แก่ ฝักบัว ที่แขวนส้วมอยู่ในสภาพดี ใช้งานได้ มีการดูแลรักษาอาคารสถานที่และอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ และพนักงานทำความสะอาดอย่างถูกวิธีและมีอุปกรณ์ในการทำความสะอาดอย่างครบถ้วน พนักงานมีการใช้เครื่องป้องกันอันตรายส่วนบุคคลเช่น รองเท้าบูท ถุงมือในขณะปฏิบัติงานและมีการทำความสะอาดทุกชั่วโมงตามเกณฑ์มาตรฐานการทำความสะอาดห้องสุขา เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการบริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ 5 ด้าน

มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล 5 ด้าน	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านความสะอาด	2.46	น้อย	2.73	ปานกลาง
- มีการจัดการการระบายอากาศที่ดีเช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดับกลิ่นและมีเครื่องระบายอากาศในห้องน้ำ	1.88	น้อย	2.16	น้อย
- ถังขยะในห้องน้ำอยู่ในสภาพที่ดีใช้งานได้ ไม่รั่วซึม	2.36	น้อย	2.57	ปานกลาง
- มีน้ำใช้ที่สะอาดและเพียงพอต่อการให้บริการ	2.49	น้อย	2.72	ปานกลาง
- อ่างล้างมือในห้องน้ำสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน	2.60	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือ บรรจุภาชนะพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ	2.16	น้อย	2.49	น้อย
- สถานที่และพื้นห้องน้ำอยู่ในสภาพที่ดีมั่นคง แข็งแรง	3.17	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง
- ห้องน้ำเป็นแบบนั่งราบหรือนั่งยอง พร้อมที่ฉีดชำระสภาพดีใช้งานได้และมีป้ายระบุประเภทของห้องน้ำติดไว้หน้าห้องน้ำที่มองเห็นชัดเจน	2.86	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง
- ที่ปัสสาวะมีความทนแข็งแรง สะอาดไม่มีคราบสกปรก ไม่มีกลิ่นเหม็น อยู่ในสภาพใช้งานได้และตั้งในระยะเวลาที่เหมาะสม	2.33	น้อย	2.57	ปานกลาง
- มีห้องอาบน้ำที่มีอุปกรณ์ประกอบครบถ้วนได้แก่ ฝักบัว ที่แขวนส้วมอยู่ในสภาพดี ใช้งานได้	2.34	น้อย	2.49	น้อย
2.ด้านความปลอดภัย	2.75	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง
- ห้องน้ำตั้งอยู่บริเวณที่มีผู้คนสัญจรไป-มา	2.90	ปานกลาง	3.48	มาก
- มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดและมีสัญญาณไฟในการช่วยเหลือ	2.37	น้อย	2.81	ปานกลาง
- มีแสงสว่างเพียงพอทั้งภายในและภายนอกของตัวอาคาร	3.00	ปานกลาง	3.68	มาก
3.ด้านความสะดวก	3.00	ปานกลาง	2.58	น้อย
- มีการแยกห้องน้ำชาย-หญิงและมีป้ายระบุที่มองเห็นได้ชัดเจน	2.95	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง
- มีห้องน้ำสำหรับคนพิการและป้ายห้องน้ำสำหรับคนพิการมองเห็นได้ชัดเจน	2.99	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการบริการห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ 5 ด้าน

มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะระดับสากล 5 ด้าน	นักท่องเที่ยว ชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติ	
	$\bar{x}$	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{x}$	ระดับความ พึงพอใจ
- มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุแบบนั่งราบ มีราวเกาะพยุงตัวและมีสัญลักษณ์ขนาดมองเห็นได้ชัดเจน	3.24	ปานกลาง	2.40	น้อย
- สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับผู้ให้บริการ(ภายนอกห้องสุขา)เช่น เครื่องเป่ามือ กระดาษชำระ เป็นต้น	2.69	ปานกลาง	2.17	น้อย
- มีบริการขายสินค้าที่จำเป็นเช่น สบู่ ยาสีฟัน แปรงฟัน ผ้าอนามัย เป็นต้น และมีบริการโทรศัพท์สาธารณะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.16	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง
4.ด้านการออกแบบและการจัดการสิ่งแวดล้อม	2.58	น้อย	3.42	มาก
- มีการออกแบบพื้นที่ร่นาบเดียวกัน ในกรณีที่พื้นที่ต่างระดับจะมีสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายบอกไว้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน	2.37	น้อย	3.23	ปานกลาง
- มีการออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลที่ได้มาตรฐาน	2.60	น้อย	3.73	มาก
- มีการตกแต่งทั้งภายนอกและภายในของตัวอาคารอย่างสวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติหรือเอกลักษณ์ในท้องถิ่น	2.49	น้อย	3.41	มาก
- มีการออกแบบอาคารโดยเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน	2.73	ปานกลาง	3.47	มาก
มีการติดป้ายแสดงเส้นทางและสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)	2.68	ปานกลาง	3.49	มาก
- มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการรักษาความสะอาดการประหยัดพลังงานและมีป้ายสัญลักษณ์ห้ามสูบบุหรี่บริเวณด้านหน้าอาคาร ด้านในห้องน้ำ และห้องสุขา	2.64	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง
5.	2.27	น้อย	2.58	น้อย
- ให้บริการโดยเน้นความสะอาดและสุขลักษณะของห้องน้ำสาธารณะ	2.32	น้อย	2.85	ปานกลาง
- มีการดูแลรักษาอาคารสถานที่และอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ	2.35	น้อย	2.60	น้อย
- พนักงานทำความสะอาดอย่างถูกวิธีและมีอุปกรณ์ในการทำสะอาดอย่างครบถ้วน พนักงานมีการใช้เครื่องป้องกันอันตรายส่วนบุคคลเช่น รองเท้าบูท ถุงมือในขณะปฏิบัติงานและมีการทำความสะอาดทุกชั่วโมงตามเกณฑ์มาตรฐานการทำความสะอาดห้องสุขา	2.33	น้อย	2.26	น้อย
- มีผู้รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีการปรับปรุงการให้บริการห้องน้ำสาธารณะและพนักงานอยู่เสมอ	2.09	น้อย	2.62	ปานกลาง
รวม	2.61	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง

References

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2550). *สรุปสาระสำคัญมาตรฐานการบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น.
- จรินทร์ ศุภดิษฐ์. (2554). *แนวทางพัฒนาการดำเนินงานการจัดบริการห้องน้ำสาธารณะในสำนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดกำแพงเพชร*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ชาธิณี เดชจินดา. (2535). *ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจและทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภาสกร อินทรารณ. (2553). *แนวคิดในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ห้องน้ำสาธารณะ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ.2561. สืบค้นจาก: http://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/32367/1/passakorn_in.pdf
- รัตนาลัย ขันติจันตาไชย, จรินทร์ วิศวสุขมงคล และวารุณีเกตุสะอาด. (2557). *มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม เล่ม 1 ระดับ 5 ดาว รหัสมาตรฐาน มทท 202 เล่ม 1: 2557*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- วิมลลักษณ์ วีระพันธุ์. (2545). *รายงานการวิจัยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสามารถในการรองรับทางกายภาพ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ.2561. สืบค้นจาก: <http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/369/1/Vimol%20Kanchananivassana.pdf>
- Kotler, Phillip and Armstrong. (2002). *Principle of Marketing*. USA: Prentice-Hall.

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวจีนที่ส่งผลต่อการบริการภายในห้องอาหารของโรงแรม ระดับ 4 ดาว

CHINESE TOURIST'S CONSUMING BEHAVIORS AFFECT THE RESTAURANT SERVICE IN 4 STARS HOTEL

กนกภรณ์ ครุฑภาพันธุ์, ทตพิชา หฤทัยวรกุล, บุศรา ตั้งศิริพัฒน์ภรณ์
Kanokporn Krutpapan, Tatpicha Harytaivorakul, Bussara Tungsiriphatporn

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่มาใช้บริการห้องอาหาร 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการบริการในห้องอาหารของโรงแรมระดับ 4 ดาว 3) เพื่อศึกษา แนวทางการเตรียมความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวจีน กลุ่มตัวอย่าง มี 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน และพนักงานที่ให้บริการภายในห้องอาหารของโรงแรม จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมดังนี้ การส่งเสียงดัง, ไม่ค่อยรักษาความสะอาด, ไม่รักษากฎระเบียบ, มีปัญหาในการสื่อสาร ส่วนพนักงานบริการในห้องอาหารมีปัญหาในการสื่อสารภาษาจีน ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่ได้รับข้อมูลตรงกับความต้องการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการห้องอาหารเนื่องจากมีอุปกรณ์ในห้องอาหารเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน ประสิทธิภาพในการทำงานมีส่วนสำคัญในการให้บริการภายในห้องอาหารในด้านของการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า ในด้านการบริหารจัดการ สถานประกอบการ มีความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นภายในห้องอาหารในทุกช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ และทุกวันพนักงานควรที่จะรายงานผลการปฏิบัติงานให้กับผู้บริหารรับทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงควรที่จะต้องเก็บข้อมูล สถิติ ของเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวจีน/ การให้บริการนักท่องเที่ยว / พฤติกรรม / ห้องอาหารของโรงแรม

Abstract

The aims of the research are focused on 1) Studying to Chinese tourist behavior who became to customer of restaurant. 2) Searching for determinant of Chinese tourist behavior that effect to restaurant in four stars hotel. 3) Learning the guideline for servicing to Chinese tourist. Moreover, the population aggregate sample has two groups: the first one was Chinese tourist 200 persons who traveled in Bangkok Thailand. The second sample was 50 hotel staffs who take care of hotel restaurant. Furthermore, the research instrument was the questionnaire, average, and percentage.

Finally, the result of research referred to Chinese tourist behavior by noisy, dirty and not respect the hotel's rules. However, most of hotel staffs hadn't good communication in Chinese language, so Chinese tourists didn't receive the right data that they needed. On the other hand, most of tourists satisfied with services in restaurant because equipment had suitable for customers. The experiences is very important for staffs when they confront with urgent situation. In term of management hotel business prefers to know every moments of situation in restaurant. In the same way, hotel staffs should report about problem, data, average and solving for customer's satisfaction.

Keywords: Chinese Tourist, Tourist service / Behavior / Restaurant

บทนำ

ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาไทยมากที่สุด 10 อันดับแรกในเดือน มกราคม - เดือน ธันวาคม ได้แก่ จีน มาเลเซีย เกาหลี ญี่ปุ่น ลาว อินเดีย รัสเซีย สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ จากสถิติที่ผ่านมาพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ดังนี้ ปี พ.ศ.2558 มีจำนวน 7,934,791 คน ปีพ.ศ.2559 จำนวน 8,757,466 คน และ ปีพ.ศ.2560 จำนวน 9,805,753 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2561) ส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเติบโต

อย่างไรก็ตามเมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มมากขึ้น จะพบปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวจีนตามมาเช่นกัน ปัญหาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น นักท่องเที่ยวจีนแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ทำให้สูญเสียบรรยากาศในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาของนักท่องเที่ยวจีนที่เกิดขึ้นในห้องอาหารของโรงแรม ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศโดยรวมและการบริหารจัดการภายในห้องอาหาร แต่ถึงอย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวจีนก็เป็นที่ต้องการในหลากหลายประเทศ เพราะนักท่องเที่ยว

จีนมีความสามารถในการจ่ายค่อนข้างสูง

เพื่อหาวิธีในการรับมือและแนวทางในการแก้ปัญหา ในการบริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในห้องอาหารของโรงแรม เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆที่เลือกจะมาพักผ่อน สามารถเป็นการช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถนำแนวทางแก้ไขที่ได้จากผลสำรวจมาปรับปรุงแก้ไขงานบริการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่มาใช้บริการห้องอาหาร
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการบริการภายในห้องอาหารของโรงแรมระดับ 4 ดาว
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเตรียมความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวจีน

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออก

ถึงความรู้สึกนึก คิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะ ไปท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของที่พักรแรม เป็นต้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคควรเริ่มต้นโดย ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ แรงจูงใจ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการ กำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคล และอิทธิพลทางสังคมก็เป็นปัจจัย ที่สำคัญ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 7 ประการ (เลิศพร ภาระสกุล, 2556:157-213)

พฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนเปลี่ยนไปตามกระแส Digital China ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมของจีนที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งที่นักธุรกิจและผู้ประกอบการไทยต้องติดตามอย่างใกล้ชิด และศึกษากฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาและขยายโอกาสทางธุรกิจเตรียมกลยุทธ์ให้ทันพัฒนาการในโลกยุคดิจิทัล เช่น (1) ปรับรูปแบบธุรกิจให้พร้อมทั้งออนไลน์และออฟไลน์ (2) พัฒนาแพลตฟอร์มครบวงจรเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ต่าง ๆ (3) เปิดรับวิธีการชำระเงินแบบ e-payment (4) เปิดตลาดให้ความรู้แบบออนไลน์ เป็นต้นแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคชาวจีน (กังสดาล เผ่าทวี, 2561)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบหลักๆอยู่ 2 ด้าน คือ

1.ด้านด้านราคา ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีผลต่อการตัดสินใจ เพราะค่าเงินหยวนและค่าเงินบาทไม่ได้มีความแตกต่างกันมาก ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว

หรือใช้บริการต่างๆ **2.ปัจจัยด้านบุคลากร** พนักงานให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการต่างๆ เพราะการต้อนรับเป็นสิ่งที่สำคัญ ถ้านักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจพนักงานที่ให้บริการก็จะมีผลต่อกลับมาใช้บริการ(www.thaibizchina.com)

2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ

การศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการและการจัดการระบบบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพและความพึงพอใจสูงสุด โดยการศึกษาวิเคราะห์ คุณลักษณะและความต้องการของผู้รับบริการโดยเลือกใช้กลยุทธ์ในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ(จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545:5-13)

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ รวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล กับพฤติกรรมของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ประกอบธุรกิจบริการ เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรม ทำนายพฤติกรรม และควบคุมพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ(ปรีชา วิหคโต, 2545:325)

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า พฤติกรรมคือ การกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึก คิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว ดังนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคควรเริ่มต้นโดย ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนจะเปลี่ยนไปตามกระแส ทางสังคมของจีนที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นสิ่งที่นักธุรกิจและผู้ประกอบการของไทยควรศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนมี 2 ปัจจัย คือ ด้านราคาและด้านบุคลากร

ระเบียบวิธีวิจัย มีวิธีการดังนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และ เชิงคุณภาพ (Quali-

tative Method) ในการวิจัยเชิงปริมาณโดยการ สร้าง เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นการสำรวจข้อมูลความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ชาวจีนด้านรูปแบบการให้บริการอาหาร ในเชิง คุณภาพโดยการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ (Interviews)แบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีระเบียบวิธีการดังนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดกลุ่ม ประชากร ตัวอย่างไว้ดังนี้

1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2559 – 31 มีนาคม 2560 จำนวน 200 คน

2 พนักงานที่ให้บริการภายในห้องอาหาร ของโรงแรมระดับ 4 ดาว ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2560 – 31 มีนาคม พ.ศ. 2560

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัย กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณประชากรกลุ่ม ตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่า ความคลาดเคลื่อนในการประเมินไม่เกิน 5% กลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

การเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าชาวจีน แบบบังเอิญ จำนวน 200 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิง ปริมาณ เกี่ยวกับความพึงพอใจของรูปแบบการใช้ บริการห้องอาหารผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างเป็นการ สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนกับพนักงานที่ให้บริการ ในห้องอาหารของโรงแรม

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกประชากรที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย 50 เขต โดย เลือกจับฉลากมา 4 เขต

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะโรงแรมที่สามารถ

เข้าไปสัมภาษณ์ได้

ขั้นที่3 การสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) ตามจำนวนเขตที่จับฉลาก โดย1เขต กำหนดสัดส่วนตัวอย่าง 10 คน จะได้สัดส่วน ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา “พฤติกรรมการ บริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลต่อการให้ บริการ ภายในห้องอาหารของโรงแรมระดับ 4 ดาว เป็นแบบสอบถามซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ การวิจัยในครั้งนี้เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามจำนวน 2 ชุด สำหรับนักท่องเที่ยว ชาวจีน 200 ชุด และ พนักงานที่ให้บริการในห้อง อาหาร จำนวน 50 ชุด ผู้วิจัยได้ สร้างเครื่องมือโดยมี ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการ เก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางใน การกำหนดกรอบแนวคิดแบบสอบถาม

2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัย ที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาถึงรายละเอียด เพื่อให้ ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนด

3. สร้างแบบสอบถามให้ ครอบคลุม วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่ม

ตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์แบบสอบถามที่ใช้การเก็บ ข้อมูลในการวิจัยประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย รวม 3 คน ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา นำมา ปรับปรุง และทดลองใช้กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 30 คน แล้วนำมาปรับปรุง แก้ไขให้มีความชัดเจน และสมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการ เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกับผู้บริโภค

ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้การเก็บรวบรวมข้อมูลในเขตพื้นที่กรุงเทพโดยในการสอบถามนั้นได้มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามและวิธีการกรอกแบบสอบถาม จนก่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถตอบแบบสอบถามได้พร้อมทั้งรองรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง ในการแจกแบบสอบถามผู้ที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตพื้นที่ราชประสงค์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้ทำการรวบรวมไว้แล้ว ในลักษณะเอกสารที่ตีพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากการเผยแพร่ของหน่วยงานต่างๆหรือจากงานวิจัยที่มีผู้ได้ศึกษาค้นคว้าไว้แล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จัดเป็นหมวดหมู่ และเพื่อทราบคุณลักษณะพื้นฐานทั่วไปของประชากร ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 59.51 มีอายุ 40-59 ปี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 48.54 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 มีสถานภาพสมรส จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 66.10 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 34.39 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 หยวน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.12 ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก 227 คน คิดเป็นร้อยละ 55.37 เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ

43.9 ประเภทอาหารที่ท่านเลือกรับประทาน เลือกรับประทานอาหารแบบ Set Menu 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.29 เลือกรับประทานอาหารแบบ Buffet 216 คน คิดเป็นร้อยละ 53.68 เลือกรับประทานอาหารแบบ A la carte 222 คน คิดเป็นร้อยละ 54.15

2. ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการบริการภายในห้องอาหาร

จากการศึกษา พบว่า ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจในด้านการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$) เมื่อพิจารณาตามหัวข้อย่อย นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่ออุปกรณ์ในห้องอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการอยู่ในลำดับแรก ($\bar{x} = 4.26$) รองลงมาเป็นอาหารภายในห้องอาหารมีความสด และมีความปลอดภัย ($\bar{x} = 4.25$) อาหารมีสีสันท่านรับประทาน ($\bar{x} = 4.17$) อาหารที่ท่านได้รับจากห้องอาหารเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางอาหารครบถ้วน ($\bar{x} = 4.10$) และอาหารที่ได้รับมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ($\bar{x} = 4.09$) ตามลำดับ

ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจในด้านการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) เมื่อพิจารณาตามหัวข้อย่อย นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 4.26$) ต่อมาเป็นมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องอาหารอย่างครบครัน ($\bar{x} = 4.25$) มีอาหารที่หลากหลาย และเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{x} = 4.11$) มีความคุ้มค่าของราคาอาหาร ($\bar{x} = 4.07$) มีเมนูภาษาจีนรองรับในการบริการ ($\bar{x} = 4.04$) มีการสื่อสารที่ดี จากผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 3.94$) และมีพื้นที่เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 3.91$) ตามลำดับ

2. ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลต่อการให้บริการภายในห้องอาหาร

การศึกษาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาตินที่ส่งผลต่อการให้บริการในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น

พนักงานให้บริการในห้องอาหารในโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตดอนเมือง , หลักสี่ , ราชประสงค์ , สาทร , บางรัก ’ จำนวน 50 คน จากนั้น นำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายโดยแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

2.1 สถานภาพทั่วไปแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรของพนักงานในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานให้บริการในห้องอาหาร จำนวน 50 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 เป็นพนักงานให้บริการในห้องอาหาร จำนวน 50 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีประสบการณ์ 1 ปีขึ้นไป มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ส่วนใหญ่ทำงานในโรงแรมระดับ 5 ดาว มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

2.2 ข้อมูลด้านการบริหารจัดการและการให้บริการของพนักงานในห้องอาหารในโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร

2.2.1 ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรมมีการพัฒนาการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี ด้านทักษะภาษา ด้านการบริการจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาได้แก่การ มีค่าจ้าง และสวัสดิการสังคมที่สมควรจะมี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 มีการตรวจสอบสภาพพนักงานประจำปี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ

2.2.2 ด้านการบริหารจัดการการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ห้องอาหารมีพื้นที่รองรับ และพร้อมให้บริการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา สะดวก

ต่อการให้บริการและความปลอดภัยต่อลูกค้า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 มีการจัดการจัดระเบียบภายในห้องอาหาร จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 22 มีการเช็คสภาพอุปกรณ์ การซ่อมบำรุงเสมอ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

2.2.3 เทคโนโลยีที่ใช้ใน

ห้องอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ส่วนใหญ่ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 92 รองลงมาได้แก่ ไม่มี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

2.2.4 ความเข้าใจเกี่ยวกับงาน

บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรมส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับงานบริการเป็นอย่างดี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา เข้าใจในระดับปานกลาง 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ไม่แน่ใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

2.3 แนวโน้มการใช้บริการ

จากการศึกษาข้อมูลแนวโน้มของการใช้บริการ พบว่าแนวโน้มยอดขายภายในห้องอาหาร จะเป็นเช่นไรเมื่อนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ส่วนใหญ่ เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 6-10 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาได้แก่ เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 5 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 11 จำนวน 12 คิดเป็นร้อยละ 24 ลดลง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

แนวโน้มจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในห้องอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ส่วนใหญ่ เพิ่มขึ้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมา คงที่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ลดลง จำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

2.4 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ส่วนใหญ่ยอมรับและเข้าใจได้จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา ค่อนข้างอธิบายยาก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46 เฉยๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ได้มีการบอกหรืออธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนต่อพนักงานที่รับผิดชอบหรือไม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ส่วนใหญ่ อธิบายบ้างเมื่อมีโอกาส จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาได้แก่ อธิบายแน่นอน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 เฉยๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ไม่เห็นมีความจำเป็นต้องอธิบาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

หลังจากท่านอธิบายไปแล้ว มีผลตอบรับจากพนักงานด้วยกันเองเป็นเช่นไร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ส่วนใหญ่ ค่อนข้างเข้าใจและปรับตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมา เพิกเฉย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ได้ให้ข้อมูลที่มีผลต่อการบริการหรือไม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ส่วนใหญ่ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมา ไม่มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ตามลำดับ

2.5 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน

ภายในห้องอาหาร การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนภายในห้องอาหาร โดยเรียงลำดับปัญหา จากแบบสอบถามที่พบมากที่สุด 1.เสียงดัง 2.ไม่ค่อยรักษาความสะอาด 3.ไม่รักษากฎระเบียบ 4.มีปัญหาในการสื่อสาร (ด้านภาษา) โดยเรียงลำดับวิธีการแก้ไขปัญหาและการรับมือจากแบบสอบถามที่พบ

มากที่สุด วิธีการรับมือ 1.ปรับความเข้าใจ 2.ดูแลความเรียบร้อย วิธีการแก้ไขปัญหา 1.แนะนำ 2.สื่อสาร (ด้านภาษา) 3.จัดสถานที่ 4.เพิกเฉย

อภิปรายผลการวิจัย

จากข้อค้นพบของการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านบริหารจัดการและการให้บริการ ของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ในเรื่องของการบริหารทรัพยากรบุคคล ด้านการบริหารจัดการการบริการ และ ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในห้องอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ เกี่ยวกับเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานบริการผู้บริการการบริการจำเป็นที่จะต้องสร้างและรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการที่มีต่อการบริการอย่างเท่าเทียมกัน ความพึงพอใจในการบริการจึงจะบังเกิดขึ้นอย่างแท้จริง เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการให้เข้าใจบทบาทความรับผิดชอบและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมในกระบวนการบริการ และเพื่อตระหนักถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริการในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ Johye Hwang (2008) พบว่า การจัดการตารางร้านอาหารเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งสามารถนำมาลดเวลาในการปรับปรุงการให้บริการและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้ และสอดคล้องกับ Carola Raab, Seyhmus Baloglu & Yang –Su Chen (2018) พบว่า พฤติกรรมของผู้จัดการส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลแรงกดดันด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะพนักงานระดับล่างและลูกค้า จึงต้องกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติตามแนวทางการจัดการร้านอาหารอย่างยั่งยืน

2. ด้านแนวโน้มการใช้บริการ ของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ในเรื่องของ แนวโน้มยอดขายของห้องอาหาร จะเป็นเช่นไรเมื่อนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาในห้องอาหาร และ แนวโน้มจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในห้องอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน ด้วยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เติบโตสูง ทำให้มีการลงทุนจากจีนในธุรกิจบริการในไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อผู้ประกอบการไทยที่จะเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเป็นกรุปทัวร์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของไพรัตน์ สุระศิรินันท์(2556) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เลือกร้านอาหารโดยคำนึงถึงเวลาในการเดินทางและคำแนะนำจากเว็บไซต์ต่างๆ ดังนั้น ทั้งภาครัฐและธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการปรับตัว และหากลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ

3. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ในเรื่องของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้มีการอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนต่อพนักงานที่รับผิดชอบหรือไม่ หลังจากอธิบายไปแล้วมีผลตอบรับอย่างไร และบริษัทน่าจะทำได้ให้ข้อมูลที่มีผลต่อการบริการหรือไม่ สอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีน เกี่ยวกับเรื่อง ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้มีพฤติกรรมของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน และอีกหนึ่งทฤษฎีที่สอดคล้องกัน คือ สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เติบโตสูง ทำให้มีการลงทุนจากจีนในธุรกิจบริการในไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อผู้ประกอบการไทยที่จะเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเป็น

กรุปทัวร์ ดังนั้น ทั้งภาครัฐและธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการปรับตัว และหากลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวจีนให้มากขึ้น รวมถึง สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่สะดวกสบายเพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวเองได้มากขึ้น

4. ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในห้องอาหาร ของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริการห้องอาหารในโรงแรม ในเรื่องของพฤติกรรมส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่พบเห็นบ่อยมากที่สุดในห้องอาหาร และวิธีการรับมือหรือแก้ไขสถานการณ์ สอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีน เกี่ยวกับเรื่อง ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้มีพฤติกรรมของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน และอีกหนึ่งทฤษฎีหนึ่งคือ ทฤษฎีความต้องการของ อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือ ต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุด

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานให้บริการในห้องอาหารในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปผู้สนใจควรทำการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เข้ามาใช้บริการในห้องอาหารของโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการศึกษาและเข้าใจในเรื่องของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และใช้เวลาในการทำแบบสอบถามให้นานกว่านี้และเจาะลึกในเรื่องของคำถามให้มากกว่านี้ เพื่อพัฒนาปรับปรุงในเรื่องของงานบริการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2559 – 2561. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561. จาก www.mots.go.th
- เลิศพร ภาระสกุล.(2556).พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ เดชคุปต์ และ ปรีชา วิหคโต.(2545) เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาบริการ หน่วยที่1-7. นนทบุรี:สุโขทัยธรรมาธิราช
- กังสดาล เผ่าทวี.(2561).พฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนเปลี่ยนแปลงไปตามกระแส Digital China.สืบค้นวันที่ 22 พฤศจิกายน 2561.จาก www.thaibizchina.com
- ไพรัตน์ สุระศิรินันท์.(2556).การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ ต่อการเลือกร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร.คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Johye Hwang. Restaurant Table Management to Reduce Customer Waiting Times. Journal of Foodservice Business Research. (2008). Volume 11, 2008 - Issue 4
- Carola Raab,Seyhmus Baloglo & Yang –Su Chen. Restaurant Managers’ Adoption of Sustainable Practices: An Application of Institutional Theory and Theory of Planned Behavior. Journal of Foodservice Business Research. (2018). Volume 21, 2018 - Issue 2

แนวทางการจัดการเพื่อให้บริการสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ A GUIDELINE OF MANAGEMENT FOR SPA SERVICE IN SANKAMPHAENG HOT SPRINGS IN MAE ON DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

ไพพนธ์ ธนเลิศโสภิต¹ และธนศักดิ์ ตันตินาคม²
Paipan Thanalerdsopit¹ and Thanasak Tantinakom²

^{1,2} มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
^{1,2} Rajamangala University of Technology Lanna, Muang District, Chiang Mai Province

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเพื่อให้บริการสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการธุรกิจสปา และพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการอธิบายสถานการณ์จริงโดยการสำรวจพื้นที่จริง จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์ผู้จัดการน้ำพุร้อนสันกำแพง จำนวน 1 คน นักท่องเที่ยวจำนวน 6 คน ผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 3 คน การสัมภาษณ์ใช้แบบกึ่งโครงสร้าง แล้วนำผลการมาวิเคราะห์เนื้อหาแบบการให้ความสำคัญกับความคิดรวบยอด เพื่อหาแนวทางการเพิ่มความหลากหลายในการให้บริการในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

คำสำคัญ: แนวทาง, ธุรกิจสปา, น้ำพุร้อน

Abstract

This research aimed to study how to management for the spa service in San Kamphaeng hot spring, Mae On district, Chiang Mai province. Research objectives included 1) To study the current situation of tourism in San Kamphaeng Hot Spring, Mae On district, Chiang Mai province. 2) To develop business competitiveness. This research applied qualitative methods to explain the situation by exploring the current situation actively. Then proceeded to interview the semi-structured with one manager of Sankampaeng hot spring, six tourists and three spa managers. Results of the research were used content analysis to presents a guideline to increase revenue channels for service in Sankamphaeng Hot spring in Mae On District, Chiang Mai Province.

Keywords: Guideline, Spa Business, Hot Spring

บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินกิจกรรมทาง เศรษฐกิจ และการบริหารจัดการของภาครัฐบาล ทำให้โครงสร้างทางสังคมและวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป ประเทศมีพัฒนาการทางด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การศึกษาและการสาธารณสุข รวมถึงมีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างทางประชากร ของประเทศ ที่มุ่งเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในวัยกลางคนขึ้นไป สิ่งหนึ่งที่ท่ามกลางสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของประเทศเริ่ม กลายเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่ผลักดันให้ภาคธุรกิจต้อง ปรับกลยุทธ์ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจอย่าง กว้างขวาง พบว่าธุรกิจที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ จะ ได้รับความสนใจ จากผู้บริโภคในอนาคต โดยพื้นฐาน แนวคิดดังกล่าวมาจากสาเหตุที่ผู้บริโภคในสังคมเมือง เริ่มมีความสนใจ และใส่ใจในภาวะสุขภาพมากขึ้น (จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์, 2561) อันเนื่องมาจาก ภาวะการทำงานที่เมื่อยล้า การเผชิญกับมลภาวะที่ บั่นทอน สุขภาพต่าง ๆ อีกทั้งความก้าวหน้าทาง วิทยาการทางการแพทย์ ความรู้ของผู้บริโภค รวมถึง ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศทางด้าน สุขภาพต่าง ๆ ทำให้ประชาชนมีความรู้และรักษา สุขภาพมากขึ้น และที่สำคัญธุรกิจดังกล่าวได้รับความ สนใจอย่างแพร่หลายจากนักท่องเที่ยว (วิชชุดา มาชู และกนกอร แซ่ลิ้ม, 2560)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ที่สำคัญของประเทศ มีความพร้อมด้านการบริการ โรงแรมร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ ด้านสาธารณสุข ธุรกิจที่ได้มาตรฐานสากลเชื่อมโยง การพัฒนาธุรกิจสปา (สุนทรดาว จันทบุรี, 2559) แนวคิดทางการตลาดมีเป้าหมายคือ การสร้างความ พึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค การสร้างสรรคคุณค่า ทางการตลาด และคุณภาพการบริการที่ดีสามารถ ทำให้เกิดความพึงพอใจการบริการระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ(กันยาวิรุ์ เมฆีวราพันธุ์, 2558) ตั้งแต่

จุดเริ่มต้นคือกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด นำไปสู่ การรับรู้แนวทางการปฏิบัติด้านคุณภาพการบริการ และอัตลักษณ์ไทยล้านนาสปา (จุฑาธิปต์ จันทรเอยัด และคณะ, 2561) การสื่อสารมีบทบาทต่อการดำเนิน ธุรกิจ และการดำเนินการทางการตลาดในปัจจุบันการ รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีมี การพัฒนาสามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับธุรกิจที่มี อยู่จะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น ตลอดจน สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ที่แต่ละคนเคยใช้ บริการมาประกอบการตัดสินใจ (ประราสี อเนก, 2554) และเพ็ญศรี วรรณสุข, 2556).

น้ำพุร้อนสันกำแพง ตั้งอยู่ในเขต ต. บ้าน สหกรณ์ กิ่งอ. แม่ออน อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 36 กิโลเมตร น้ำพุร้อนสันกำแพงเกิดจากน้ำใต้ดินไหล ผ่านชั้นหินที่มีอุณหภูมิสูงมาก มีแร่ธาตุประกอบด้วย กำมะถันและฟลูออไรด์ อุณหภูมิราว 105 องศา เซลเซียส เดิมพื้นที่ของน้ำพุร้อนสันกำแพงมีลักษณะ เป็นทุ่งหญ้าและมีธารน้ำร้อน ชาวบ้านใช้ในการเลี้ยง สัตว์และอาบน้ำแร่ ต่อมาเมื่อโครงการพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการสำรวจพลังงาน ความร้อนใต้พิภพเพื่อนำมาใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้า คราวที่น้ำมันมีราคาแพง เพียงแต่ยังมีต้นทุนที่สูงจึง ระบุโครงการนี้ไว้ แต่ได้มีการพัฒนาให้น้ำพุร้อน สันกำแพงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเวลาต่อมา ดำเนินการดูแลโดยสหกรณ์การเกษตรสันกำแพงและ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จุดเด่นของน้ำพุร้อน สันกำแพงอยู่ที่บริเวณแช่เท้าที่มีขนาดค่อนข้างยาว รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ นักท่องเที่ยวมักมา แช่เท้าที่บริเวณท้ายๆบ่อเนื่องจากน้ำต้นบ่อมีอุณหภูมิ ที่สูงมาก ใกล้ๆกันคือ บ่อแช่น้ำร้อนสาธารณะ และสระ วายน้ำทั้งแบบเด็กและผู้ใหญ่ ที่น้ำพุร้อนสันกำแพงยังมีที่พัก สถานที่กางเต็นท์ ซุ้มร้านค้า บริการนวดฝ่าเท้า และ ร้านอาหารให้บริการ (Zthailand, 2016)

จากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่ายังไม่มีมีการให้ บริการสปาในบริเวณน้ำพุร้อนสันกำแพง ผู้วิจัยจึง

สนใจศึกษาแนวทางการทำธุรกิจสปาภายในน้ำพุร้อนแห่งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การเพิ่มบริการทางเลือกด้านการทำสปาให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการธุรกิจสปา และพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจ

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เยาวภา ลีละบุตร, (2547)

กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ได้สภาพการณ์หนึ่ง ดังนั้นภายใต้งานวิจัยนี้จะให้คำจำกัดความเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือการกระทำตามความคิดของนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับสิ่งเร้ามากระตุ้นเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการนั้น

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

- 1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรตินิยม โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม
- 2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความ

ผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำการกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในรูปแบบหนึ่ง เพราะว่าการท่องเที่ยวมีผลกระทบในวงกว้างต่อประเทศเป็นอย่างมาก นอกจากจะเป็นการ กระตุ้นรายได้ทางเศรษฐกิจของประเทศแล้ว ยังเป็นกระบวนการนำการเปลี่ยนแปลงในเชิงวัฒนธรรม และการเมืองเข้ามาสู่ประเทศไปพร้อมกัน ดังนั้นกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่รัฐบาล ของหลายประเทศได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก สำหรับการวางแผนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ควรพิจารณา การรับรู้ของผู้อยู่อาศัย และทัศนคติก่อนที่จะทำการลงทุน เพราะ การลงทุน

อาจจะไม่ ประสบความสำเร็จหากพวกเขาไม่ได้สนับสนุนการวางแผนความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องมีทิศทางและแนวทางที่เหมาะสมมีกระบวนการจัดการอย่างต่อเนื่องที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ และเป็นไปตามทิศทางที่ถูกต้อง การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและกิจกรรมเพื่อความบันเทิง (Advertising in tourism and leisure) สามารถสังเคราะห์เป็นหลักการดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่งเสริมการท่องเที่ยวในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวมีหลักการดำเนินการที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1) เร่งพัฒนา บุคลากร พนักงานมัคคุเทศก์และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวโดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง 2) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่ง ใหม่และให้ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์ การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง 4) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่น ๆ โดยรอบทั้งทางด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว 5) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการ บริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย (ไพศาล กอมนะณี, สุภาพร ใจ

การณ และเผ่าไทย วงษ์เหลา, 2559).

3. กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปา

กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปาในระดับมากที่สุด ได้แก่การโฆษณาผ่าน เว็บไซต์ การจัดทำสิ่งพิมพ์ โบชัวร์และการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ส่วนการนำไปใช้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการสปา กล่าวได้ว่า ประเทของสื่อทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้เรื่องสปามากที่สุด คือ วิทยุ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อการติดต่อสื่อสารใช้พนักงานทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน โดยเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารประสมประสานกัน IMC โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมสำหรับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ได้ (วัชรภรณ์ อักษรเหลม, 2547) และ ปาณทิพย์ เปลี่ยนโมฬี. (2552).

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ลงพื้นที่ศึกษาประวัติความเป็นมาและสำรวจสภาพปัจจุบันและการบริการในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

2. สัมภาษณ์แบบไร้โครงสร้าง (Semi-structured Interview) จากผู้จัดการน้ำพุร้อน สันกำแพง อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 1 คน ที่มีหน้าที่ดูแลจัดการการบริหารทั่วไปและการจัดการบริการในน้ำพุร้อนสัน กำแพง นอกจากนี้ยังสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติสัญชาติอังกฤษ 1 คน สัญชาติออสเตรเลีย 1 คน สัญชาติฝรั่งเศส 1 คน และนักท่องเที่ยวสัญชาติจีน 1 คน นักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น 1 คน นักท่องเที่ยวคนไทย จำนวน 1 คน นักท่องเที่ยวสัญชาติไทย 1 คน อีกทั้งยังสัมภาษณ์ผู้จัดการร้านสปาที่มีประสบการณ์ด้านการบริการสปาเป็นเวลา 3 ปี ขึ้นไป

จำนวน 3 คน

3. วิเคราะห์ข้อมูลแบบใช้เนื้อหา (Content Analysis) และจัดทำข้อเสนอแนะการให้บริการสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง

ผลการวิจัย

1) สภาพปัจจุบันและการให้บริการในน้ำพุร้อนสันกำแพง

น้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เดิมเป็นบริเวณที่มีลักษณะเป็นทุ่งหญ้า และมีธารน้ำร้อน บ่อน้ำร้อนธรรมชาติ ชาวบ้านจะมาใช้ประโยชน์ในการเลี้ยงสัตว์ ใช้น้ำแร่ ต้มหม้อไม้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2515 น้ำมีราคาถูก รัฐบาลจึงมองหาแหล่งพลังงานทดแทนที่จะนำมาผลิตกระแสไฟฟ้าแทนน้ำมัน ซึ่งพื้นที่ของน้ำพุร้อนสันกำแพง อยู่ในโครงการหมู่บ้านสหกรณ์ สันกำแพง ตามพระราชดำริจากการสำรวจของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2515-2526 พื้นที่นี้มีพลังงานความร้อนเพื่อพอสำหรับใช้ประโยชน์ในการผลิตพลังงานไฟฟ้า แต่ต้นทุนในการผลิตไฟฟ้าแพงกว่าต้นทุนการผลิตไฟฟ้าด้วยน้ำมัน โครงการนี้จึงถูกระงับไว้เป็นพลังงานทดแทนในอนาคต จากนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านสหกรณ์สันกำแพง จำกัด โดยมี ฯพณฯ ดร. ประกอบ หุตะสิงห์ เป็นประธานโครงการฯ ให้การสนับสนุนให้บริเวณน้ำพุร้อน เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งบริเวณนี้มีพื้นที่ทั้งหมด 75 ไร่ อยู่ในความดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 31 ไร่ และอยู่ในความดูแลของกระทรวงมหาดไทยจำนวน 44 ไร่ จึงได้มีการร่วมลงทุนกันระหว่าง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านสหกรณ์ สันกำแพง จำกัด ใช้ชื่อว่า “น้ำพุร้อนสันกำแพง” โดยร่วมลงทุนฝ่ายละ 1 ล้านบาท ทำการก่อสร้างอาคาร อาบน้ำแร่ ร้านอาหาร ซุ้มพักผ่อน สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ไม้ดอกไม้ประดับ โดยทำการเปิดเป็นแหล่ง โดยท่องเที่ยว

เที่ยว ตั้งแต่วันเสาร์ที่ 22 ธันวาคม 2527

บริเวณด้านหน้าน้ำพุร้อนสันกำแพงมีร้านอาหารหลายร้านขายอาหารอีสาน ส้มตำ ไก่ย่าง ลาบ น้ำตก และอาหารตามสั่ง สามารถซื้อไปติดจากด้านหน้าเข้าไปแช่ในน้ำพุร้อนให้สุก

สำหรับค่าธรรมเนียมบัตรผ่านประตู เด็ก 10 บาท, ผู้ใหญ่ 20 บาท ผู้สูงอายุเกิน 60 ปีเข้าชมฟรี

บริเวณสถานที่ในน้ำพุร้อนสันกำแพงจะเป็นบ่อน้ำร้อนใหญ่จะมีทางน้ำไหลยาวไป เราสามารถแช่เท้า โดยต้นน้ำจะมีอุณหภูมิที่สูงสำหรับผู้ที่ชอบแช่เท้าแบบร้อน ลดลงเรื่อย ๆ ตามความยาวของบ่อน้ำร้อน ในบริเวณนี้จะเป็นบ่อแช่เท้านี้แช่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งการแช่เท้าในน้ำแร่ร้อนทำเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อส่วนขา บรรเทาอาการปวดขาและข้อเท้า รักษาโรคเชื้อราในเท้า

การให้บริการอาบน้ำแร่และค่าบริการ มี 5 ประเภท ได้แก่ 1) การตัดอาบ ค่าบริการ 20 บาท 2) การแช่อาบ 40 บาท 3) ค่าบริการสระอาบน้ำแร่แบบโอโซนสำหรับผู้ใหญ่ 50 บาทและเด็ก 30 บาท 4) แบบเรือนพัก 200 บาท 5) แบบแชร์รวม 300 บาท

การให้บริการที่พักมี 3 ประเภท ได้แก่ 1) การเช่าสถานที่พักแรม 50 บาทต่อคน 2) บ้านพัก 1,000 – 1,200 บาทต่อคืน 3) เต็นท์ 150 บาทต่อคน

2) ผลการสัมภาษณ์ผู้จัดการน้ำพุร้อนสันกำแพง

การให้บริการในน้ำพุร้อนสันกำแพงมีการให้บริการเกือบครบวงจร ทั้งการให้บริการห้องพัก ร้านอาหาร การนวดแผนไทย การอาบน้ำแร่ การแช่เท้า แต่ยังคงขาดการให้บริการสปาเพราะยังไม่มีองค์ความรู้ทางด้านการให้บริการสปาและยังขาดบุคลากรที่จะรับผิดชอบงานประเภทนี้ หากมีโครงการที่สามารถช่วยให้ น้ำพุร้อนสันกำแพงมีบริการสปา ขอให้ช่วยเรื่องการจัดการ การตลาด และอยากให้ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้รู้จักน้ำพุร้อนสันกำแพงให้มากขึ้น

3) ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อจัดทำ แนวทางให้บริการสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง เพื่อ ให้บริการสปาในน้ำพุร้อนมีดังนี้

(1) ทำสำรวจ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับ
ทรัพยากรภายในน้ำพุร้อนสันกำแพง รวมทั้งการรวบรวม
ข้อมูลเส้นทางการเดินทางประวัติความสำคัญ เพื่อ
สร้างเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

(2) ดำเนินการวางแผนพัฒนา คัดเลือก
ผู้รับผิดชอบ คณะกรรมการดำเนินงาน

(3) จัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อทำโครงการ

(4) จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านสปาเพื่อให้
ความรู้การให้บริการสปา และช่วยเป็นพี่เลี้ยงในการ
ให้บริการ หรือร่วมลงทุนกับบริษัทเอกชนเพื่อสร้างเครือข่าย
การให้บริการสปา

(5) ปรับปรุงแหล่งสถานที่ในการทำสปา
ให้สวยงาม ดึงดูดใจผู้รับบริการ

(6) จัดอบรมพนักงานที่จะให้บริการใน
สปาให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการสปา

(7) จัดให้มีการดูแลรักษาความปลอดภัย
ในสปา การวางระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยใน
ชีวิตทรัพย์สินและสุขภาพอนามัย

(8) ดูแลบริการสาธารณะทุกด้านรวมทั้ง
ระบบการจัดเก็บหรือทำลายขยะ การบำบัดน้ำเสีย
การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ

(9) การทำประชาสัมพันธ์และการตลาด
การท่องเที่ยวเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้แก่
สาธารณชนผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นโทรทัศน์ วิทยุ
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จดหมาย แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต
เว็บไซต์ สื่อโซเชียล เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์
 เป็นต้น

สำหรับการวิเคราะห์การให้บริการสำหรับ
สปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง ควรมีการบริหารจัดการดังนี้
คือ

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการนำ
ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่มาใช้ในการให้
บริการสปา อันได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ
จากบริเวณอำเภอสันกำแพงและแม่ออน

(2) ด้านบริการ ได้แก่ การมีบริการสปา
ที่มีความหลากหลายของบริการ เช่น การนวดน้ำมัน
การนวดผ่อนคลาย การนวดด้วยเกลือผสมน้ำแร่
 เป็นต้น ซึ่งเป็นการอัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการทำ
ธุรกิจสปา การใช้ระบบ QR Code ในการอธิบายการ
ให้บริการของสปาโดยแปลเป็นหลายภาษา เช่น ภาษา
อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมัน เป็นต้น

(3) ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้
บริการตรงตามความต้องการของของลูกค้า ตลอดจน
พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร มีความสะอาด ได้รับความ
อบรมด้านมารยาทการให้บริการสปา และ
มาตรฐานการให้บริการสปา มีชุดที่สวมใส่แบบล้านนา

(4) ด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่า
บริการที่ชัดเจน มีป้ายบอกค่าบริการ ใช้ตัวเลขอารบิก
ในการแจ้งอัตราค่าบริการ มีทั้งภาษาไทย ภาษา
อังกฤษ ภาษาจีนและภาษาอื่น ๆ

(5) ด้านสถานที่ การมีสถานที่จอดรถ
สะดวกเพียงพอและปลอดภัย มีการตกแต่งสถานที่
อย่างสวยงาม เน้นความเป็นล้านนา พื้นที่ให้บริการ
ต้องสงบเงียบเป็นธรรมชาติและมีอุณหภูมิที่เย็นสบาย

(6) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มี
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อออนไลน์ ป้าย
ประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และการสร้างเครือข่ายกับ
โรงแรมที่พักในเมือง รถบริการสาธารณะต่าง ๆ ตลอดจน
งานการประชาสัมพันธ์ แผ่นพับที่สนามบิน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าน้ำพุร้อนสันกำแพง
อำเภอมะแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ยังไม่มีการให้บริการ
สปาภายในน้ำพุร้อน จึงเป็นการให้บริการที่ควรเสริม
เข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ เนื่องจากมีจุดแข็งคือ

เป็นสถานที่ที่มีน้ำแร่ให้บริการ การให้บริการสปาที่มีน้ำแร่ให้บริการด้วย เป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการในน้ำพุร้อนสันกำแพงให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุภารัตน์ แสงจันทร์ (2553) และใช้หลักการตลาดในการทำธุรกิจสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นปภัสร ชูสุวรรณ, (2559) อีกทั้งควรทำสปาให้มีมาตรฐานเช่นเดียวกับการวิจัยของ ชลดา แสงสุวรรณ, (2547) การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นแบบล้านนาเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ซึ่งตรงกับการวิจัยของนุชนาฏ เชียงชัย, (2558) นอกจากนี้ยังต้องใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์การให้บริการสปา (นิมิต ชื่นสันและกัมพล ชื่นสัน, 2559) อย่างไรก็ตาม ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าว ควรศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนการทำการสปาเพื่อช่วยในการวางแผน ควบคุมและตัดสินใจในการลงทุนการทำการในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ (Akarapong Untong and Mingsarn Kaosa-ard, 2014) งานวิจัยนี้สอดคล้องกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ต้องการสร้างสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว

เที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต ซึ่งมีความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศขึ้น (คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

สรุปผล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและการนำเสนอ การให้บริการ สปาในเขตพื้นที่ให้บริการของน้ำพุร้อนสันกำแพง เพื่อนำจุดเด่นด้านการมีน้ำแร่ของพื้นที่มาใช้ร่วมกับการให้บริการสปาเป็นการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในพื้นที่ น้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ให้มากขึ้น ทั้งนี้หากจะดำเนินการจัดทำสปาในน้ำพุร้อนสันกำแพง ควรต้องคำนึงถึงมาตรฐานการให้บริการสปา และปรับปรุงสถานที่ให้บริการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อไป

References

- กันยารวีร์ เมฆิราพันธ์. (2558). รูปแบบความสำเร็จการตลาดธุรกิจสปา ภาคกลางของประเทศไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 6(1). 11-23.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564). สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก: กรุงเทพฯ.
- จุฑาธิปต์ จันท์เอียด, อังสุมาลิน จันทชอบ, อรัญ วานิชกร และณัฐพัชร มณีโรจน์. (2561). ศักยภาพอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปาและการนวดแผนไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากล. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 10(2). 1-16.
- จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์. (2561). แนวทางการผลิตและพัฒนาบุคลากรเพื่อธุรกิจสปาไทย 4.0. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 12 (ฉบับพิเศษ). 381-392.
- ชลดา แสงสุวรรณ. (2547). มาตรฐานของสถานประกอบการสปาใน จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 220-221.
- นปภัสร ชูสุวรรณ. (2559). ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. ศิลปะศาสตร์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- นิมิต ชื่นสันและกัมพล ชื่นสัน. (2559). คุณลักษณะและช่องทางการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต. วารสารปัญญาวิวัฒน์. 8 (ฉบับพิเศษ). 105-116.
- นุชนาฏ เชียงชัย. (2558). การใช้อัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ประราสี อเนก. (2554). องค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่า ในการใช้บริการ สปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาการจัดการ. (28)2. 63-72.
- ปานทิพย์ เปี้ยนโมฬี. (2552). ประเทศไทยเมืองหลวงแห่งสปาของเอเชีย. อุตสาหกรรมสาร. 52-21.
- เพ็ญศรี วรรณสุข. (2556). คุณภาพบริการและกลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการของลูกค้าธุรกิจสปาในประเทศไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- ไพศาล กอเมณี, สุภาพร ใจการุณ และเผ่าไทย วงษ์เหลา. (2559). กลยุทธ์การตลาดในการพัฒนางานบริการนวดไทยในโรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบล อำเภอป่าต้ว จังหวัดยโสธร. วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ (ฉบับที่2). 85-86.
- เยาวภา ลีละบุตร. (2547). เอกสารการสอนชุดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สาขาวิชาการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- สุภารัตน์ แสงจำนงค์. (2553). แนวทางการพัฒนารูปแบบแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิจัยและพัฒนา. 2 (2): 60-69.
- สุนทรดาว จันทบุรี. (2559). โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย. วารสารเกษมบัณฑิต. 17(2). 49-63.
- วิษุตา มาชูและกนกอร แซ่ลิ้ม. (2560). กรอบมาตรฐานรีสอร์ทสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีศึกษาโรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 11(3). 34-48.
- วัชรารณ อักษรแหลม. (2547). กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการขอใช้บริการสปา. ปรินญาตรี. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Akarapong Untong and Mingsarn Kaosa-ard. (2014). *Spas Performances Benchmarking and Operation Efficiency*. Applied Economics Journal. 21(1): 1-19.
- Zthailand. (2561). น้ำพุร้อนสันกำแพง เชียงใหม่. สืบค้นจาก <http://www.zthailand.com/place/san-kamphaeng-hot-springs-chiang-mai/> วันที่สืบค้น 26 พฤศจิกายน 2561.0

การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่¹ MARKETING SERVICES FOR COFFEE BUSINESS IN CHIANG MAI

ประทีป พิษทองกลาง¹ มิ่งขวัญ กันจินะ² และประภา สนั่นก้อง³
Prateep Peuchthonglang¹ Mingkwan Kanjina² and Prapa Sanankong³

¹คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

²คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

³สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

¹Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna

²Faculty of Science and Agricultural technology Rajamangala University of Technology Lanna

³Research and Development Institute, Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและศักยภาพของธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี พื้นที่วิจัย คือ ร้านกาแฟ 10 ร้านในซอยวัดอุโมงค์ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของร้านจำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านละ 100 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ รวม 1,010 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา พบว่า

1. ร้านกาแฟในซอยวัดอุโมงค์ส่วนใหญ่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เพราะมีการโปรโมททางแฟนเพจร้าน และอาศัยการบอกต่อของลูกค้า มีเครื่องชงกาแฟที่ทันสมัยทำให้กาแฟมีรสชาติกลมกล่อม และมีกาแฟหลากหลายรสชาติและหลายแบบให้เลือกทาน ส่วนราคาจะอยู่ในระดับกลางๆ เริ่มต้นที่ 40-129 บาท ทุกร้านจะมีป้ายราคาแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านจะสะอาด มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกันไป แต่ส่วนมากจะเน้นธรรมชาติ มีความร่มรื่น ระยะเวลาการเปิดหรือปิดร้าน มีความเหมาะสม การบริการของพนักงานร้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ สามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี และมีพนักงานเพียงพอในการบริการลูกค้า มีการบริการที่รวดเร็วและถูกต้อง มีป้ายหน้าร้านที่ชัดเจนสามารถมองเห็นได้ มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi ในเกือบทุกร้าน

2. การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านกระบวนการการให้บริการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 ด้านบุคลากรและด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยแผนบูรณาการวิจัยและนวัตกรรมประจำปีงบประมาณ 2562

Corresponding Author

E-mail: Khun_Jedrin@hotmail.com

3.49 ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.47 ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลางค่าเฉลี่ย 3.38

คำสำคัญ : การตลาดบริการ, ธุรกิจกาแฟ

ABSTRACT

The objectives of this research are as follows 1) To analyse the context and potential of the coffee shop business in Chiang Mai, and the existing competition sector. 2) To study Services Marketing Innovation for the coffee shop in Chiang Mai. This research is conducted via mixed method. The area of ten coffee shops at Soi Wat Umong, Suthep sub-district Muang district Chiang Mai province. The sampling was conducted by specifically selecting 10 coffee shop owners and 1,000 customers were selected randomly. The total is 1,010 participants. The research tools used were 1) Questionnaires 2) Data analysis of interviews by using Basic Statistics, Percentages and Average Standard Deviation. The purpose is to the following

1. Whether the coffee shops are well-known because they are promoted via their fan pages and word of mouth, and there is a modern coffee machine that makes the coffee tastier and they can provide flavours of coffee. The price ranges from forty baht to 129 baht. You can easily see the varieties they are each shown cost. The premises are clean and provide good service but they don't have enough places to park the cars. However, they are located near workplaces and accommodations. The environment of coffee shops are very natural and unique. Every coffee shops has their own style. Opening hours are appropriate and their staff know about the coffee well and also can give recommendations about products of their shops. Service was quick signage were big and clear and they also had Internet and Wi-Fi service.

2. In general, the Services Marketing Innovating for the coffee shop industry is moderate the overall average score is 3.49. The following other results have been observed: When taking account the results of the service process the average is 3.66 (Excellent) Including Physical Presentation, the result is 3.56. (Excellent) Including the staff and sales the average is 3.49. (Moderate) Including the product quality the average is 3.47. (Also moderates) Lastly, including the price and marketing promotions the average becomes 3.38. (Moderate)

Keywords : Service marketing Coffee retail sector

บทนำ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่มีกลิ่นรสเป็นเอกลักษณ์ และเป็นที่ยอดนิยมของคนทั่วโลกจำนวนมากมาช้านาน ถึงแม้ว่า กาแฟจะไม่ได้เป็นเครื่องดื่มที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศไทย แต่กาแฟก็เป็นเครื่องดื่มที่คนไทยรู้จักและบริโภคมาเป็นเวลานานไม่ต่ำกว่า 150 ปีแล้ว โดยในประเทศไทยมีการปลูกกาแฟหลายพันธุ์ ความนิยมในร้านกาแฟส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านช่องทางการจำหน่าย ทำให้เกิดการแย่งพื้นที่ทำเลดี ทางผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์โดยการเน้นความหลากหลายและสร้างความแตกต่าง โดยขยายสาขาเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันตลาดร้านกาแฟอยู่ในช่วงขยายตัว และมีฐานลูกค้ารองรับอีกมาก ส่วนธุรกิจร้านกาแฟ มีอัตราการเติบโตรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุหลักๆ อาจสืบเนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ สภาพดังกล่าวสร้างความคึกคักและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจกาแฟเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกัน กระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมคนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปกันเป็นส่วนใหญ่ปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบดที่มีการตกแต่งร้านให้หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากขึ้น

การศึกษาการตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในเบื้องต้น พบว่ามีงานวิจัยของอัจฉรา อาญาคำ (2557) ที่ได้ศึกษาลักษณะของร้านกาแฟในสวนในปัจจุบัน พบว่า ธุรกิจกาแฟเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนงานของวนิดา เลิศวัชร (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟพรีเมียมบริเวณถนนนิมมานเหมินท์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอายุ 22-24 ปี กำลังศึกษาและสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก

สำหรับบุณทริกา อุบลแยม (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากมี 6 ปัจจัยคือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านหลักฐานทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลระดับน้อย นิยมนำเครื่องดื่มออกไปรับประทานนอกร้านร้อยละ 57.0 ใช้ร้านกาแฟพบปะพูดคุยกับเพื่อนร้อยละ 17.5 เช่นเดียวกับหทัยรัตน์ อังตระกูล (2553) ได้ศึกษาความต้องการฝึกอบรมความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SME's ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านความสำเร็จในหน้าที่การงานด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์กับความต้องการในการอบรม และปัจจัยย่อยด้านการยอมรับนับถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการอบรมความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SME's การตลาดบริการสำหรับร้านกาแฟเบื้องต้นของคณะวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนปัจจัยที่ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญเป็นมากมี 7 ปัจจัยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างภาพและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนสาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านกาแฟก็คือ รสชาติของกาแฟ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ความสวยงามของผลิตภัณฑ์รวมถึงการตกแต่งร้าน และการบริการ เพื่อเป็นกรอบในการตอบคำถามการวิจัยในครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับการตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟ เพิ่มเติมจากฐานข้อมูลเดิมเพื่อต่อยอดธุรกิจร้านกาแฟให้

มีประสิทธิภาพและเป็นความรู้ให้กับผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟที่ต้องการจะศึกษาเกี่ยวกับวิธีการทางการตลาด ปัจจัยในด้านต่างๆที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค บริบทและศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟ และศึกษานวัตกรรมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ และคณะผู้วิจัยมีการบูรณาการการทำงานของนักวิจัยหลายท่าน หลายชุมชน หลายจังหวัดในประเทศไทย รวมทั้งแนวคิดต่างๆ และมีความพร้อมที่จะศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและเกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟในวงกว้างต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพของธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการผสมวิธี (mixed methods research) เป็นรูปแบบการรวมรวมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณไว้ด้วยกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลและคำตอบของงานวิจัยที่ครอบคลุมพื้นที่วิจัย คือ ร้านกาแฟในซอยวัดอุโมงค์ จังหวัดเชียงใหม่ 10 ร้าน ได้แก่ 1) Lucky Bunny 2) CoffTatt Café 3) paper spoon 4) No.39 Café 5) อ้านถึงเจียงใหม่ 6) Begin Again 7) มหาสมุท 8) Factory Coffee 9) Enough for life 10) รำเปิงกาแฟ ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าว มีร้านกาแฟที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น และมีร้านกาแฟเป็นจำนวนมาก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ เจ้าของร้าน 10 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และลูกค้า ร้านละ 100 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบบังเอิญ รวมทั้งหมดจำนวน 1,010 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีแบบสอบถามและสัมภาษณ์ คือ 1) แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค 2) แบบสัมภาษณ์ ได้แก่ 1) การให้บริการ 2) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3) ด้านบุคลากร 4) ด้านการจัดจัดจำหน่าย 5) ด้านผลิตภัณฑ์ 6) ด้านราคา 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน วิเคราะห์คำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. บริบทและศักยภาพของร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่

ร้าน NO.39 พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ระดับหนึ่ง มีเครื่องทำกาแฟที่ทันสมัยทำให้กาแฟมีรสชาติที่ดี เมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือก แต่แก้วกาแฟไม่แสดงตราสินค้าที่ชัดเจน ราคาเริ่มต้นที่ 50 บาท ไปจนถึง 110 บาท แก้วกาแฟมีขนาดเดียว แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด แต่มีที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่ตั้งไกลจากที่พักและที่ทำงาน บรรยากาศร้านจะเน้นธรรมชาติและวิวภายนอก ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม ทางร้านไม่ค่อยมีการโปรโมทจะเน้นการบอกต่อของลูกค้ามากกว่า พนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า ร้านมีป้ายหน้าร้านสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi



ภาพที่ 1 ร้าน N0.39

2. ร้าน Lucky Bunny Café พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้าที่ชอบกระต่ายเป็นอย่างมาก มีเครื่องทำกาแฟที่ทันสมัยส่วนเมล็ดกาแฟเป็นเมล็ดกาแฟจากต่างประเทศ เมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือก แต่แก้วกาแฟไม่แสดงตราสินค้าที่ชัดเจน ส่วนราคาไม่ค่อยเหมาะสมเท่าที่ควรเพราะมีราคาแพงเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 79 บาท ไปจนถึง 99 บาท แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาดเพราะได้รับการดูแลอย่างดี แต่มีที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่ตั้งไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านไม่ชัดเจนถ้าไม่สังเกตดีๆ ก็จะไม่เห็นเลย บรรยากาศร้านจะเน้นธรรมชาติและโซนต่างๆ มีมุมถ่ายรูปสวยๆ เยอะแยะมากมาย ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม ทางร้านไม่ค่อยมีการโปรโมทจะเน้นการบอกต่อของลูกค้ามากกว่า พนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดีมีการแนะนำที่ดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า ร้านมีป้ายหน้าร้านสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi



ภาพที่ 2 ร้าน Lucky Bunny Café

3. ร้าน Enough For Life พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนเกาหลีเป็นส่วนใหญ่ ร้านนี้จะทำกาแฟแบบดริปทำให้กาแฟมีรสชาติที่ดี เมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือก แต่แก้วกาแฟไม่แสดงตราสินค้าที่ชัดเจน ส่วนราคาไม่ค่อยเหมาะสมเท่าที่ควรเพราะมีราคาแพงเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 60 บาท ไปจนถึง 80 บาท แก้วกาแฟมีขนาดเดียว แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด มีหลายโซนทั้งร้านอาหารและแกละร้านค้า แต่มีที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่ตั้งไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านไม่ชัดเจนถ้าไม่สังเกตดีๆ ก็จะไม่เห็นเลย บรรยากาศร้านจะเน้นธรรมชาติและโซนต่างๆ มีมุมถ่ายรูปสวยๆ เยอะแยะมากมาย ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม ทางร้านไม่ค่อยมีการโปรโมทจะเน้นการบอกต่อของลูกค้ามากกว่าและไม่อนุญาตให้ถ่ายรูป พนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi



ภาพที่ 3 ร้าน Enough For Life

4. ร้าน Begin Again พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับหนึ่ง ร้านนี้มีเครื่องทำกาแฟที่ทันสมัยเจ้าของร้านไปเรียนทำกาแฟที่ประเทศญี่ปุ่น เมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือกและมีรสชาติละมุนและกลมกล่อม ส่วนราคาไม่ค่อยเหมาะสมเท่าที่ควร เพราะมีราคาแพงเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 55 บาท ไปจนถึง 95 บาท แก้วกาแฟมีขนาดเดียว แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด ภายในร้านสามารถมองเห็นผ่านกระจกออกไปดูวิวข้างนอกได้ แต่มีที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่ตั้งไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านไม่ชัดเจนถ้าไม่สังเกตดีๆ ก็จะไม่เห็นเลย บรรยากาศร้านจะเน้นธรรมชาติและโซนต่างๆ มีมุมถ่ายรูปสวยๆ เยอะแยะมากมาย ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม ทางร้านมีการโปรโมทผ่านแฟนเพจ Facebook และพนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi



ภาพที่ 4 ร้าน Begin Again

5. ร้าน Paper Spoon Coffee Shop พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับหนึ่งและเน้นการบอกต่อของลูกค้ามากกว่า ร้านนี้มีเครื่องทำกาแฟที่ทันสมัย เมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือกและมีรสชาติกลมกล่อม ส่วนราคาไม่ค่อยเหมาะสมเท่าที่ควร เพราะมีราคาแพงเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 45 บาท ไปจนถึง 80 บาท แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด ภายในร้านมีโซนอยู่ 3 โซน คือ โซนนอกร้าน โซนชั้นบนและโซนร้านค้า มีที่จอดรถเพียงพอ ที่ตั้งไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านไม่ชัดเจนถ้าไม่สังเกตดีๆ ก็จะไม่เห็นเลย บรรยากาศร้านจะเน้นธรรมชาติและโซนร้านค้ามีมุมถ่ายรูปสวยๆ เยอะแยะมากมาย ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม และพนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า แต่ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi



ภาพที่ 5 Paper Spoon Coffee Shop



ภาพที่ 6 ร้านมหาสารคาม

6. ร้านมหาสารคาม พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับหนึ่ง ร้านนี้มีเมนูกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือกและมีรสชาติกลมกล่อม มีหนังสือให้เลือกอ่านเยอะแยะมากมาย ราคาไม่แพงจนเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 45 บาท ไปจนถึง 60 บาท แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด ภายในร้านมีโซนอยู่ 2 โซน คือ โซนในร้าน โซนนอกร้าน มีที่จอดรถเพียงพอ ที่ตั้งไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านชัดเจนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของร้าน บรรยากาศร้านจะเน้นธรรมชาติและโซนอ่านหนังสือ มีมุมถ่ายรูปสวยๆ เยอะแยะมากมาย ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม และพนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi ให้ลูกค้า

7. ร้าน Factory Coffee พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับหนึ่ง ร้านนี้เครื่องทำกาแฟที่ทันสมัยทำให้รสชาติของกาแฟกลมกล่อม เมนูกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก ราคาไม่แพงจนเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 50 บาท ไปจนถึง 129 บาท แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด ภายในร้านมีโซนอยู่ 2 โซน คือ โซนในร้านและโซนชั้นบน ร้านจะตกแต่งตามใจของเจ้าของร้านที่ชอบท่องเที่ยวทั่วโลกและจัดร้านตามประเทศที่ได้ไปเที่ยวมา มีที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่ตั้งไม่ไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านชัดเจน บรรยากาศร้านจะเน้นรูปของต่างประเทศและมีมุมอ่านหนังสือ รวมทั้งมุมถ่ายรูปสวยๆ เยอะแยะมากมาย ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม และพนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi ให้ลูกค้า



ภาพที่ 7 ร้าน Factory Coffee

8. ร้านร่ำเปิงกาแฟ พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับหนึ่งเน้นการบอกต่อของลูกค้ามากกว่า ร้านนี้มีเมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือกและมีรสชาติกลมกล่อม มีหนังสือให้เลือกอ่านมากมายร้านนี้มีเอกลักษณ์คือจะเปิดแผ่นเสียง ราคาไม่แพงจนเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 45 บาท ไปจนถึง 70 บาท แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด ภายในร้านมีโซนอยู่โซนเดียว คือ โซนนอกร้านสามารถสูบบุหรี่ได้ มีที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่ตั้งไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านไม่ชัดเจนถ้าไม่สังเกตดีๆ ก็จะไม่เห็นเลย บรรยากาศร้านจะเน้นธรรมชาติและโซนอ่านหนังสือเล็กๆ ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม และ พนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi ให้ลูกค้า



ภาพที่ 8 ร้านร่ำเปิงกาแฟ

9. ร้าน Cofftatt Café พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับหนึ่งมีการโปรโมททางแฟนเพจ Facebook และ Instagram ของร้าน ร้านนี้มีเมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือกและมีเมล็ดกาแฟจากต่างประเทศให้เลือกทานทั้งแบบดริปและชงเครื่องธรรมดา มี เบเกอรี่ซึ่งเจ้าของร้านทำเอง ราคาไม่แพงจนเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 40 บาท ไปจนถึง 65 บาท แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด ภายในร้านมีโซนอยู่ 3 โซน คือ โซนในร้าน โซนนอกร้าน และ โซนห้องสักร มีที่จอดรถเพียงพอ ที่ตั้งไม่ไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านชัดเจนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของร้าน บรรยากาศร้านจะเน้นนั่งสบายๆนั่งอ่านหนังสือและมีโซนห้องสักร ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม และ พนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ แต่มีการออกบูทในเทศกาลต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi ให้ลูกค้า



ภาพที่ 9 ร้าน Cofftatt Café



ภาพที่ 10 ร้านฮ้านถึงเจียงใหม่

10. ร้านฮ้านถึงเจียงใหม่ พบว่า ร้านนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอยู่ในระดับหนึ่งมีการโปรโมททางแฟนเพจ Facebook ของร้าน ร้านนี้มีเมนูกาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือกทาน มีเบเกอรี่ซึ่งเจ้าของร้านทำเอง ราคาไม่เหมาะสมเพราะแพงจนเกินไป ราคาเริ่มต้นที่ 50 บาท ไปจนถึง 90 บาท แต่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน บริเวณภายในร้านสะอาด ภายในร้านมีโซนอยู่ โซนเดียว คือ โซนในร้าน มีที่จอดรถเพียงพอ ที่ตั้งไม่ไกลจากที่พักและที่ทำงาน ป้ายหน้าร้านชัดเจน บรรยากาศร้านจะเน้นนั่งสบายๆนั่งอ่านหนังสือ เน้นใกล้ชิดกับธรรมชาติลักษณะคล้ายโรงเพาะชำพืชผัก ระยะเวลาในการเปิดและปิดของร้านมีความเหมาะสม และพนักงานสามารถแนะนำเมนูและสินค้าของทางร้านได้เป็นอย่างดี ทางร้านไม่มีบริการการจัดส่งตามสถานที่ต่างๆ การบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี ในเรื่องมารยาทและมนุษยสัมพันธ์และมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานเพียงพอต่อการบริการให้ลูกค้า มีบริการอินเทอร์เน็ต/wifi ให้ลูกค้า

ผู้ที่มาบริการธุรกิจร้านกาแฟในซอยวัดอุโมงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.7 อายุ 19-25 ปี ร้อยละ 82.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 58.1 ส่วนมากมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 77.4 มีรายได้ต่ำกว่า 1,5001 บาท ร้อยละ 50.8 ในด้านพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการร้านกาแฟนิยมดื่มเครื่องดื่มที่ไม่ใช่กาแฟมากที่สุด เช่น ชาหรือผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 51.6 ดื่มน้ำเปล่า 1-2 ครั้ง ร้อยละ 51.6 ดื่มน้ำผลไม้ 11.00-15.00น. ร้อยละ 52.5 นิยมไปร้านกาแฟ Factory Coffee มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 เลือกซื้อกาแฟมากที่สุดคือร้านกาแฟทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 72.1 เหตุผลหลักที่เลือกบริโภคกาแฟมากที่สุดคือ ทำให้สดชื่นและไม่ง่วงนอน ร้อยละ 73.3 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟมากที่สุด คือ ตัวเอง ร้อยละ 76.7 เหตุผลที่มาใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดคือ เป็นจุดนัดพบเพื่อนๆ ร้อยละ 67.2 ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟในแต่ละครั้งใช้เวลา 1-2 ชม. คน ร้อยละ 42.6 สำหรับความสนใจของผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ รูปแบบร้านที่ทำให้ผู้มาใช้บริการเห็นแล้วสนใจเข้าไปใช้บริการมากที่สุดคือ ตกแต่งสไตล์โมเดิร์น คิดเป็นร้อยละ 30.6 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 45.9 ให้ความสำคัญในด้านการบริการของพนักงาน ด้านการบริการในการให้บริการ ร้อยละ 62.9 การส่ง

เสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุดคือการลดราคา ร้อยละ 41.9 บริบทโดยทั่วไปของร้านกาแฟในซอยวัดอุโมงค์ จังหวัดเชียงใหม่ มีรูปแบบการตกแต่งที่แตกต่างกันออกไปตามแนวคิดของแต่ละร้าน มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ทำให้ลูกค้าแต่ละท่านชอบ มีจุดเด่นของแต่ละร้านที่ไม่เหมือนกัน ดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ความแปลกใหม่ของเครื่องดื่มและเมนูเด็ดของร้าน ความชอบของเจ้าของถ่ายทอดออกมาเป็นรูปแบบของร้าน บรรยากาศ การจัดร้านที่มีความเป็นตัวของตัวเองของแต่ละร้าน

2. การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.47 การมีแก้วกาแฟตามขนาดให้เลือกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.60 ความคิดเห็นด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.38 การมีป้ายแสดงราคาชัดเจนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.60 ความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.49 ระยะเวลาเปิด-ปิด มีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.63 ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.38 การมีพนักงานที่สามารถแนะนำสินค้าของทางร้าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.50 ความคิดเห็นด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.49 การมีพนักงานที่สามารถแนะนำสินค้าของทางร้าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.50 ความคิดเห็นด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.66 ความถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.81 ความคิดเห็นด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 ร้านที่มีมุมส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.66 จากการศึกษาพบว่านวัตกรรมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่มีกลยุทธ์รูปแบบด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร อยู่ในระดับน้อย ส่วนในด้านการให้บริการ การสร้างและนำ

เสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก เนื่องจากบางร้านจะเน้นจุดขายไปที่การให้บริการ การตกแต่งร้าน นำเสนอในส่วนของมุม บรรยากาศของร้านที่เน้นดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูป จุดเด่นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละร้าน ส่วนในด้านของผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร แต่ละร้านก็ให้ความสำคัญในด้านของวัตถุดิบที่นำแปรรูปแตกต่างกันออกไปแต่จะให้ความสำคัญน้อยกว่าการให้บริการ การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของแต่ละร้าน

อภิปรายผล

คนส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟสไตล์โมเดิร์น เพื่อเป็นจุดนัดพบเพื่อนๆ ซึ่งมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการ โดยเลือกเครื่องดื่มที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และเลือกดื่มเครื่องดื่มที่ไม่ใช่กาแฟ อีกทั้งยังใช้บริการร้านกาแฟเพราะกิจกรรมทางของพนักงาน ทั้งนี้เป็นเพราะว่า คนส่วนใหญ่ชอบความสะดวกสบาย อยากได้รับการบริการที่ดีจากร้านกาแฟที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญา ปิยะรังสี (2554) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประสพการณ์จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจที่จะเลือกซื้อ ตัดสินใจใช้บริการ ดังนั้นสรุปได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการเพื่อสนองความต้องการหรือสร้างความพึงพอใจให้ตนเอง ในเรื่องนี้แก้วดา วรดาภิโชติ (2552) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในพื้นที่เขตชอยคุณพระ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีอายุ 18-25 ปี กับ 26-35 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ด้านการศึกษาพบว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรีมีความเห็นต่างกันในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาดและบุคลากร ด้านอาชีพ

เอกสารอ้างอิง

- แก้วตา วรดาอภิโชติ. (2552). **ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องเช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในพื้นที่เขตชอยคุณพระ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- นิภาพันธ์ เฉยพันธ์. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการเครื่องตีบนสายการบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- บุญทริกา อุบลแย้ม. (2553). **พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วนิดา เลิศวัชร. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ พรีเมียมบริเวณถนนนิมมานเหมินท์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- หทัยรัตน์ อังตระกูล. (2553). **ความต้องการฝึกอบรมความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SME's ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. ปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อัจฉรา อาญาคำ. (2557). **ลักษณะของร้านกาแฟในสวน**. การศึกษาโดยอิสระสาขาวิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- อัญธิกา อินเงิน. (2554). **ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการซื้อ รถยนต์ที่ศูนย์จำหน่ายรถยนต์โตโยต้า นนทบุรี**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ผลกระทบการปิดโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา อำเภอลิเกา จังหวัดตรัง
THE IMPACT OF CLOSING ANANTARA RESORT AND SPA, SIKAO DISTRICT,
TRANG PROVINCE

ณัฐพร เครือหมาน และคณะ
Nattapohn Khurmon et al.

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมจากการปิดตัวของโรงแรม อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนบ้านปากเมง 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของชาวบ้านในชุมชนหาดปากเมง ที่มีต่อการปิดตัวของโรงแรม อนันตรา ลิเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวบ้านในชุมชนหาดปากเมง ต.ไม้ฝาด จังหวัดตรัง จำนวน 320 คน ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31-40 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในสถานะสมรส มีระดับการศึกษาประถม/มัธยม ประกอบอาชีพค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 15000 บาท ผลกระทบจากการปิดตัวของโรงแรมที่มีผลกระทบต่อคนในชุมชนหาดปากเมง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจเชิงลบ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจเชิงบวก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.72 ผลกระทบด้านสังคมเชิงลบมีค่าเฉลี่ย 4.20 ผลกระทบด้านสังคมเชิงบวก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.22 และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเชิงลบมีค่าเฉลี่ย 3.89 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.09 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านที่ไม่เห็นด้วยต่อการปิดตัวค่าเฉลี่ย 4.00 และทัศนคติด้านเห็นด้วยค่าเฉลี่ย 3.60

คำสำคัญ: ผลกระทบ ทัศนคติ จังหวัดตรัง

Abstract

This research is the quantitative research that has objectives; 1) For studying the economical, the social and the environmental effect of closing of Anantara Resort and Spa Hotel that will have the effect on the Ban Park Meng community, 2) For studying the attitude of villagers in the Hard Park Meng community that have the effect on closing of Anantara Resort and Spa. The questionnaires are used, the sample are villagers in the Had Park Meng community, Maifard Sub-District, Trang Province, 320 persons. The statistics are consisted of the average,

the percentage and the standard deviation. The research result is found that, most of the sample that have answered questionnaires; will be the female that have ages from 31 to 40 years. Most of them will have the marital status, the education in the primary school / the high school, working as traders and have monthly average revenue that are less than THB 15,000. The effect from closing of the hotel will have the effect on the people in the Had Park Meng community. This also found that the effect in the negative economy will have the average at 4.23, the effect in the positive economy will have the average at 3.72; the effect in the negative society that will have the average at 4.20, the effect in the positive society that will have the average at 3.22; and the effect in the negative environment that will have the average at 3.89, the effect in the positive environment that will have the average at 3.09 and in the attitude; the disagreed attitude will have the average at 4.00 and the agreed attitude will have the average at 3.60

Keyword: Impact, Attitude, Trang Province

บทนำ

ธุรกิจการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เจริญเติบโต เป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมากซึ่งนำไปสู่การจ้างงานของผู้ประกอบการ เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจด้านภัตตาคาร ผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น (นิศศา ศิลปเศรษฐ, 2560) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและทางด้านสังคม ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตรา และส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่นเนื่องจากการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างงาน จ้างงานเกิดขึ้นในหลากหลายอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยวในมิติทางด้านสังคมก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านสาธารณสุขโรค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ช่วยให้เกิดการยกระดับ

คุณภาพชีวิตของสังคม นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยให้ชุมชนหรือท้องถิ่นสามารถฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ, 2560)

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ของประเทศไทยที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ ชายหาด เกาะ ป่า สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แนวผจญภัย ฯลฯ ทำให้จังหวัดตรังเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวไปเยือนเป็นจำนวนมากทุก ๆ ปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม เป็นหนึ่งในอุทยานแห่งชาติทางทะเลของจังหวัดตรัง และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น หาดปากเมง หาดฉางหลวง หาดสั้น หาดยาว หาดหยงหลิง และหาดเจ้าไหม นอกจากนี้ยังมีเกาะอีก 9 เกาะ ได้แก่ เกาะมุกด์ เกาะกระดาน เกาะแหวน เกาะเจ้าเม็ง เกาะปลิง เกาะเจ้าไหม เกาะโหลง เกาะเชือกและเกาะม้า นอกจากนี้ในบริเวณชุมชนหาดปากเมง ซึ่งเป็นพื้นที่ใกล้เคียงกับอุทยานแห่งชาติหาดเจ้า

ใหม่ ยังมีโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว เพียงโรงแรมเดียวที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในจังหวัดตรังและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือนหาดปากเมงได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี

อย่างไรก็ตามเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2561 ศาลสั่งเพิกถอน นส. 3 ก และโฉนดที่ดินสิ่งก่อสร้างโรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา และขับไล่บริวารออกจากที่ดินในเขตอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม และมีคำสั่งศาลให้รื้อถอนสิ่งปลูกสร้างในที่ดิน (ฐานเศรษฐกิจ, 2561) จากการที่โรงแรม อนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่เคยเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวแห่งเดียวของจังหวัดตรัง และเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจหลักอยู่ชุมชนบ้านปากเมงมายาวนาน 19 ปี ส่งผลให้เกิดความผูกพันกับชาวชุมชนอย่างแนบแน่น เนื่องจากหลายชีวิตในชุมชนทำงานเกี่ยวเนื่องกับโรงแรมดังกล่าว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลกระทบจากการปิดและรื้อถอนโรงแรม อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อชุมชนหาดปากเมง ต.ไม้ฝาด อ.สิเกา จ.ตรัง โดยศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบและทัศนคติจากชาวบ้านในชุมชน เพื่อนำผลจากการศึกษาที่ได้มาเป็นส่วนหนึ่งในการหาแนวทางในการทำความเข้าใจกับชุมชนบ้านปากเมงที่เป็นผู้ได้รับผลกระทบเหตุการณ์ดังกล่าวโดยตรง

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมจากการปิดตัวของโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่ส่งผลต่อชุมชนบ้านปากเมง

2) เพื่อศึกษาทัศนคติของชาวบ้านในชุมชนหาดปากเมงที่มีต่อการปิดตัวของโรงแรม อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา

ทบทวนวรรณกรรม

อนันต์ เกตุวงศ์ (2532) ได้ให้ความหมายของผลกระทบว่า หมายถึงผลที่ตามมาจากผลงาน หรือผลผลิต หรือผลประโยชน์ในระดับประถม (Primary Effects) ของแผนหรือโครงการผลกระทบอาจเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบและอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและมีใช้กลุ่มเป้าหมายและอนาคต

แสวง รัตนมงคลมาศ (2538) ได้สรุปความหมายผลกระทบไว้ว่าผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบัน และอนาคต เป็นไปทั้งทางบวกและทางลบและอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและมีใช้เป้าหมาย หรือผลกระทบต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างไรก็ดีเราสามารถแบ่งผลกระทบออกเป็นแง่มุมเนื้อหาต่าง ๆ หลายรูปแบบได้ ดังนี้

1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิตและกระบวนการกระจายสินค้าหรือบริการ เช่น ผลกระทบนโยบายที่มีต่อรายได้ต่อหัวต่อคน

2) ผลกระทบทางกายภาพ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นทางวัตถุตามธรรมชาติหรือชีววิทยา

3) ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพนิเวศวิทยาทางอากาศ น้ำ เสียง และทางเดิน

4) ผลกระทบทางสังคม หมายถึง ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับวิถีดำเนินชีวิตของราษฎร ในแง่ของระบบคุณค่าและพฤติกรรมทางสังคม

ดังนั้น ผู้วิจัยขอให้คำนิยามว่าผลกระทบหมายถึง ผลการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่คาดว่าจะก่อให้เกิดผลด้านบวกหรือด้านลบในระยะยาว โดยที่ประชาชนนั้นจะได้รับผลประโยชน์ และสูญเสียผลประโยชน์อะไรบางอย่างจากการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

ขณะที่ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2523) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า เป็นความคิดเห็นซึ่งมี

อารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมที่จะมี
ปฏิกริยาเฉพาะอย่างจากสถานการณ์ภายนอก

ฉัตรชัย ปิ่นชาติ (2545) อธิบายว่า ทศนคติ
เป็นความรู้และความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในด้านที่ดี
และไม่ดี อาจเป็นลักษณะบวกหรือลบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

ดังนั้นสรุปแล้วคำว่าทศนคติ หมายถึง ความ
คิดเห็นส่วนบุคคลโดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็น
ส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกริยาเฉพาะอย่าง ต่อสถานการณ์
ภายนอกในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งสามารถเป็นไปได้ทั้งในทางสนับสนุนหรือโต้แย้งคัดค้านต่อ
สถานการณ์นั้น

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มชาว
บ้านในชุมชนหาดปากเมง ต.ไม้ฝาด อ.สิเกา จ.ตรัง ที่
มีจำนวน 1,446 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง, 2560)
กลุ่มตัวอย่างใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ที่
ความคลาดเคลื่อน 0.5 ซึ่งได้จำนวน 320 ตัวอย่าง เก็บ
ตัวอย่างแบบบังเอิญ (Simple Random Sampling)
โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย

1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของชาวบ้าน
ในพื้นที่ (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ
รายได้ การมีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงแรม)

2) คำถามเกี่ยวกับผลกระทบจากการปิดตัว
ลงของโรงแรม

3) คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการปิดตัวลง
ของโรงแรม

มีเกณฑ์ในการแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่ม
ตัวอย่างทั้งหมด 320 คน เพศหญิง จำนวน 207 คน
คิดเป็นร้อยละ 64.7 และเพศชาย จำนวน 113 คน คิด
เป็นร้อยละ 35.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี
คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาอยู่อายุ 41-50 ปี คิด
เป็นร้อยละ 25.9 อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.9
และอันดับสุดท้ายช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ
17.8 ส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว จำนวน 195 คน คิดเป็น
ร้อยละ 60.9 รองลงมา คือ สถานะโสด จำนวน 74 คน
คิดเป็นร้อยละ 23.1 และสถานะหม้าย/หย่าร้าง
จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ส่วนใหญ่มีระดับ
การศึกษาประถม/มัธยม จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อย
ละ 43.8 รองลงมาคือ ปวส. จำนวน 102 คน คิดเป็น
ร้อยละ 31.9 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน
14 คนคิดเป็นร้อยละ 4.4 ส่วนใหญ่อำชีพค้าขาย
จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ
รับจ้างทั่วไป จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และ
เกษตรกร/ประมง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ
15.6 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยอยู่ที่เดือนละต่ำกว่า 15000
บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมา
15000-25000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ
33.4 และ มากกว่า 25000 บาท จำนวน 12 คน คิด
เป็นร้อยละ 3.8 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม
สถานะภาพการทำงานไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงแรม
จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 และเกี่ยวข้องกับ
โรงแรม 157 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1

ผลการวิเคราะห์ระดับของผลกระทบในด้าน
เศรษฐกิจเชิงลบ โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ =
4.23) และพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชาวบ้านในพื้นที่
บางส่วนเกิดการว่างงาน ($\bar{X}$ = 4.37) รองลงมาคือ ชาว
บ้านมีรายได้ลดลงหลังจากการปิดตัวของโรงแรม ($\bar{X}$
= 4.10)

ระดับผลกระทบในด้านเศรษฐกิจเชิงบวก
โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.72) เมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อพบว่า ผู้ประกอบกิจการที่เป็นชาวบ้านมี
โอกาสทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาคือ
เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนหมุนเวียนระหว่างชาวบ้าน
ภายในชุมชนมากขึ้น ($\bar{X} = 3.55$) ดังแสดงในตารางที่
1

ตารางที่ 1 ผลกระทบจากการปิดตัวของโรงแรมใน
ด้านเศรษฐกิจ

ผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผลกระทบด้านในเศรษฐกิจเชิงลบ			
1.ชาวบ้านมีรายได้ลดลงหลังจากการปิดตัวของโรงแรม	4.10	0.96	มาก
2.ชาวบ้านในพื้นที่บางส่วนเกิดการว่างงาน	4.37	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเชิงลบ	4.23	0.86	มาก
ผลกระทบในด้านเศรษฐกิจเชิงบวก			
3.ผู้ประกอบกิจการที่เป็นชาวบ้านมีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น	3.89	0.84	มาก
4.เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนหมุนเวียนระหว่างชาวบ้านภายในชุมชนมากขึ้น	3.55	1.13	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเชิงบวก	3.72	0.98	มาก

ผลการวิเคราะห์ระดับของผลกระทบในด้าน
สังคมเชิงลบ โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)
และพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชาวบ้านในพื้นที่บาง
ส่วนต้องออกไปทำงานนอกพื้นที่ ($\bar{X} = 4.32$) รองลง
มาคือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจากการปิดตัวของ
โรงแรม ($\bar{X} = 4.08$)

ระดับผลกระทบในด้านสังคมเชิงบวก โดย
ภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$) เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อพบว่า ปัญหาการบุกรุกพื้นที่อุทยานใน
อนาคตจะมีน้อยลง เพราะมีกรณีตัวอย่าง ($\bar{X} = 3.38$)
รองลงมาคือปัญหาจราจรและอุบัติเหตุลดน้อยลง
ชุมชนมีความสงบมากขึ้น ($\bar{X} = 3.06$) ดังแสดงใน

ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลกระทบจากการปิดตัวของโรงแรมใน
ด้านสังคม

ผลกระทบในด้านสังคม	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผลกระทบด้านในสังคมเชิงลบ			
1.ชาวบ้านในพื้นที่บางส่วนต้องออกไปทำงานนอกพื้นที่	4.32	0.89	มาก
2.จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจากการปิดตัวของโรงแรม	4.08	1.01	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเชิงลบ	4.20	0.95	มาก
ผลกระทบในด้านสังคมเชิงบวก			
3.ปัญหาจราจรและอุบัติเหตุลดน้อยลง ชุมชนมีความสงบมากขึ้น	3.06	1.23	ปานกลาง
4.ปัญหาการบุกรุกพื้นที่อุทยานในอนาคตจะน้อยลง เพราะมีกรณีตัวอย่าง	3.38	1.18	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมเชิงบวก	3.22	1.20	ปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ระดับของผลกระทบในด้าน
สิ่งแวดล้อมเชิงลบ โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$)
และพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สภาพพื้นที่ขาด
การพัฒนา ไม่มีสิ่งปลูกสร้างโดดเด่นสวยงาม ($\bar{X} = 3.94$)
รองลงมาคือ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกแบบ
หรูหรา เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.85$)

ระดับผลกระทบในด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวก
โดยภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$) เมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ
จะกลับฟื้นคืนสู่ความอุดมสมบูรณ์ในสภาพเดิมก่อน
การบุกรุกสร้างโรงแรม ($\bar{X} = 3.20$) รองลงมาคือมี
พื้นที่ธรรมชาติสำหรับสัตว์ป่าและ สัตว์ทะเลสำหรับ
หลบซ่อนและวางไข่เพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 2.98$) ดังแสดง
ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลกระทบจากการปิดตัวลงของโรงแรมใน
ด้านสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบในด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเชิงลบ			
1.สภาพพื้นที่ขาดการพัฒนา ไม่มีสิ่งปลูกสร้างโดดเด่น สวยงาม	3.94	1.25	มาก
2.ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก แบบหรูหรา เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	3.85	1.10	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเชิงลบ	3.89	1.17	มาก
ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวก			
3.มีพื้นที่ธรรมชาติสำหรับสัตว์ ป่าและสัตว์ทะเลสำหรับหลบ ซ่อนและวางไข่เพิ่มมากขึ้น	2.98	1.23	ปาน กลาง
4.สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ จะกลับคืนสู่ความอุดม สมบูรณ์ในสภาพเดิมก่อนการ บุกรุกสร้างโรงแรม	3.20	1.20	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวมเชิงบวก	3.09	1.21	ปาน กลาง

ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติที่ไม่เห็นด้วย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) และพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เพราะโรงแรมมีความผูกพันกับชุมชนมาอย่างยาวนาน ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคือ เพราะไม่มีโรงแรมในระดับ 5 ดาวหลงเหลืออยู่ในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.17$) และเพราะเศรษฐกิจในหมู่บ้านได้รับผลกระทบโดยตรง ($\bar{X} = 3.60$)

ระดับทัศนคติที่เห็นด้วย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เพราะเป็นการสร้างบรรทัดฐานให้สังคมเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมาคือ เพราะจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อเนื่องถึงความรู้สึกหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนต่อไปในอนาคต ($\bar{X} = 3.60$) และเพราะทำให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและ

บริการตรงจากชาวบ้าน ($\bar{X} = 3.58$) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลด้านทัศนคติที่มีต่อการปิดตัวลง
ของโรงแรม

ทัศนคติ	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ไม่เห็นด้วย			
1.เพราะเศรษฐกิจในหมู่บ้านได้รับผลกระทบโดยตรง	3.60	0.91	มาก
2.เพราะโรงแรมมีความผูกพันกับชุมชนมาอย่างยาวนาน	4.23	0.87	มาก
3.เพราะไม่มีโรงแรมในระดับ 5 ดาวหลงเหลืออยู่ในพื้นที่	4.17	0.94	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมไม่เห็นด้วย	4.00	0.91	มาก
เห็นด้วย			
4.เพราะทำให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการตรงจากชาวบ้าน	3.58	1.26	มาก
5.เพราะเป็นการสร้างบรรทัดฐานให้สังคมเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย	3.63	1.27	มาก
6.เพราะจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อเนื่องถึงความรู้สึกหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนต่อไปในอนาคต	3.60	0.98	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเห็นด้วย	3.60	1.17	มาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาผลกระทบที่มีต่อชุมชนหาดปากเมง จากการปิดตัวลงของโรงแรม อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ตำบลไม้ฝาด อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง พบว่า ชาวบ้านได้รับผลกระทบจากการปิดตัวลงของโรงแรมในระดับมาก โดยเรียงลำดับด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยของ กษมา ประจง (2546) ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนและความ

สัมพันธ์ของผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ของชุมชนบ้านศรีฐาน ตำบลศรีฐาน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย และพบว่า มีผลกระทบต่อชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

สรุปผล

1) ผลกระทบจากการปิดตัวของโรงแรม อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่ส่งผลต่อชุมชนบ้านปากเมง มีดังนี้

ด้านเศรษฐกิจเชิงลบ	อยู่ในระดับ มาก
ด้านเศรษฐกิจเชิงบวก	อยู่ในระดับ มาก
ด้านสังคมเชิงลบ	อยู่ในระดับ มาก
ด้านสังคมเชิงบวก	อยู่ในระดับ ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมเชิงลบ	อยู่ในระดับ มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวก	อยู่ในระดับ ปานกลาง

2) ทิศนคติของชาวบ้านในชุมชนหาดปากเมง ที่มีต่อการปิดตัวของโรงแรม อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา

ไม่เห็นด้วย	อยู่ในระดับ มาก
เห็นด้วย	อยู่ในระดับ มาก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรจัดให้มีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างรายได้และทำให้เศรษฐกิจคนในชุมชนเกิดการหมุนเวียน

2) ด้านสังคม หน่วยงานภาครัฐควรให้การช่วยเหลือ จัดอบรมการส่งเสริมการสร้างงานและอาชีพที่มั่นคง เพื่อช่วยสร้างผู้ประกอบการรายย่อยหรือแรงงานทักษะฝีมือให้กับคนในชุมชน

3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมรณรงค์ให้คนในชุมชน และประชาชนโดยทั่วไปได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากร มีความรักและหวงแหน เพื่อแก้ปัญหาการบุกรุก และทำลายป่าไม้ในเขตอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหมในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กษมา ประจง. (2546). ผลกระทบของการ ท่องเที่ยวต่อชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านศรีฐาน ตำบลศรีฐาน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. เลย: สถาบันราชภัฏเลย.
- ฉัตรชัย ปินชาติ. (2545). เจตนคติต่อการสอนวิชาสังคมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนเอกชน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2561). หอตระงั้งชั้ทุบอนันตราลูกจ้าว 200 คนเคว้ง. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.thansettakij.com/content/258148>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). การท่องเที่ยวจังหวัดตรัง. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก <https://thai.tourismthailand.org/เกี่ยวกับประเทศไทย/ปลายทาง/ตรัง>
- นิศศา ศิลปะเสฐ. (2560). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2523). ทศนคตติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและอาชีวอนามัย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วราชัฒ มัธยมบุรุษ. (2560). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- แสวง รัตนมงคลมาศ. (2538). การระดมมวลชนและการมีส่วนร่วมของมวลชน. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง. (2561) *ประชากรตำบลลิเกา*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก http://trang.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=285%3A60&catid=102&Itemid=507&fbclid=IwAR3y5QCeeF_0k6iZaK1VyNwYCMKzRZKPwm3LQEJhP-Zm7XITPOD4Z6wVFb4

อนันต์ เกตุวงศ์. (2532). *ภูมิศาสตร์ชนบท*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

การบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่² THE SERVICE OF INNS IN MUANG CHIANGMAI

ศักดิ์สยามันต์ ไยสามเสน¹ และประทีป พิษทองกลาง² และเพราพิลาส ประสิทธิ์บุรุษ³
Saksayan Yaisamsen¹, Prateep Peuchthonglang² and Prowpilas Prasitbureerak³

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

^{1,2} Faculty of Business Administration and Liberal Arts Rajamangala University of Technology Lanna.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาการบริการโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี พื้นที่วิจัย คือ โรงแรมขนาดเล็ก 5 แห่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง 300 คน คือ ผู้จัดการโรงแรม เจ้าหน้าที่ 50 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และนักท่องเที่ยว 250 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ สัจจะหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานะภาพมีแฟนแล้ว อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน จุดประสงค์คือ พักผ่อน/ท่องเที่ยว เข้าพักโรงแรมเพราะตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว จองห้องพักผ่านเว็บไซต์ 2) การบริการของโรงแรมขนาดเล็ก ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กแต่ละแห่งมีกลยุทธ์ที่ใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ โรงแรมขนาดเล็กบางแห่งมีจุดเด่นในด้านการตกแต่งห้องพักที่มีเอกลักษณ์แตกต่างไปจากโรงแรมอื่น การสร้างความประทับใจด้านการบริการให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม และการมีนวัตกรรมการให้บริการต่างๆ ที่ทันสมัยให้แก่ลูกค้า เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ หรือบริการที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายแก่ลูกค้า

คำสำคัญ: การบริการ, โรงแรมขนาดเล็ก

ABSTRACT

This research aims to 1) study the service behavior of Inn by tourists. 2) Study the innovation service of Inn. The research in the following areas: 1) Sirilanna Hotel 2) Mo Rooms Chiang Mai Hotel 3) Log Home Boutique 4) Jangmuang Boutique House 5) Cozy Inn Chaingmai.

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย แผนบูรณาการวิจัยและนวัตกรรมประจำปีงบประมาณ 2562

Corresponding Author

E-mail: Khun_Jedrin@hotmail.com

The sample group is manager of hotel 10 people. Using the method of selecting matching purposive and sample group of Thai tourists questioned consist of 250 people. Using the method of selecting matching data. Total 300 people. The research was done by using the following 2 methods: 1) Questionnaires. 2) Interview data. The research found that: 1) Visitors to Inn, mostly female. Between 21-30 years old. Status have a Boyfriend/Girlfriend. Student/Student Career. The most commonly used tourist behavior is the one-night stay. Purpose is relax/travel. Stay at the hotel because it is located near the tourist attractions. Book a room through the website. The opinion of tourists using Inn. Have an opinion about the appeal. And the hotel is located near the community/tourist attraction. 2) Service innovation of Inn. The Inn business has strategies to attract tourists to use some of Inn, with a unique fall-off feature that distinguishes them from other hotels. And Impress the service to customers who use the hotel. And innovative services to customers such as booking through the website or services that bring convenience to customers.

Keywords: Service, Inns

บทนำ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ (2560) กล่าวว่า จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในแต่ละฤดูกาลของจังหวัดเชียงใหม่ โดยในปี 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ ได้ตั้งเป้าหมายให้มีรายได้เพิ่มขึ้น 10% จำนวนนักท่องเที่ยวจาก 9.6 ล้านคน เป็น 10 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 10% ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และปัจจัยด้านต่างๆ รวมถึงมีแผนการตลาดกระจายพื้นที่การท่องเที่ยว กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลักและขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ จึงทำให้เกิดธุรกิจโรงแรมขึ้นมากมายในจังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวได้มาใช้บริการ โดย สำหรับ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) ได้กล่าวว่าในปี 2560 ธุรกิจโรงแรมน่าจะมีรายได้ 564,000-574,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.7-5.5 ชะลอลงจากปี 2559 ที่

เติบโตร้อยละ 6.0 จากปีก่อนหน้าแม้สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2560 มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากในปี 2559 และส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์จากการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยว สำหรับธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กเผชิญความท้าทายด้านการแข่งขันจากบริการที่พักประเภทอื่นๆ เช่น คอนโดมิเนียม บ้านพัก เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น ซึ่งตั้งราคาที่พิกัดแข่งขันกับโรงแรมระดับสามดาวลงมาที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการโรงแรมรายกลางและเล็ก โดยนักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเช่าที่พัก ทั้งจากเจ้าของโดยตรง และผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลาง อย่างตัวกลางที่เป็นเครือข่ายจับคู่ระหว่างเจ้าของที่พักและนักท่องเที่ยว และตัวกลางให้บริการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต

การทำธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ถือว่าเป็นธุรกิจที่กำลังมีการเจริญเติบโตและมีการแข่งขันกันมากขึ้นทั้งในด้านการบริการนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างความมาตรฐานของโรงแรมขนาดเล็ก จากการศึกษาของยุพวรรณ นังคลาวัฒน์ (2560) พบว่า การให้บริการด้วยความเป็นไทยในธุรกิจ

โรงแรมและการท่องเที่ยว ได้อธิบายแนวคิดกล่าวว่าการให้บริการแบบมีอาชีพของโรงแรมประเภทบูติก ได้แก่ 1) การดำเนินธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับ “การให้บริการด้วยความเป็นไทย” ควบคู่ไปกับ “การให้บริการด้วยใจ” และ 2) ผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวควรดำเนินการเร่งด่วนใน 2 เรื่อง คือ ควรสอดแทรกความเป็นไทยในการให้บริการทุกรูปแบบและควรพัฒนาบุคลากรที่อยู่ในสังกัดให้มีความรู้ความเข้าใจที่ดีในเรื่อง “ความเป็นไทย” ควบคู่ไปกับการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นด้านอื่นๆ สำหรับประชาชนที่ ทวีผลและธีระวัฒน์ จันทรทิก (2560) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ท พบว่า 1) ด้านความเชื่อถือ เป็นการให้ความสำคัญกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขในการให้บริการที่ชัดเจน 2) ด้านการการันตี เป็นการยืนยันมาตรฐานการบริการที่ได้รับมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐบาลและเอกชน 3) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ เป็นการนำเสนอลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพสามารถเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้เกิดความน่าสนใจ 4) ด้านความเอาใจใส่ เป็นความสามารถในการใช้ทักษะด้านปัญญาและอารมณ์เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ 5) ด้านการตอบสนอง เป็นการออกแบบมาตรฐานการให้บริการที่มีระยะเวลาเป็นควบคุมการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ ส่วนสุณิษา เพ็ญทรัพย์ และณัฐสินี สงจันทร์ (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอิน พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี เป็นเจ้าของธุรกิจ 2) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนองในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 3) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนองโดยรวมอยู่ในระดับมาก 4) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การรับรู้คุณภาพ

ในการให้บริการในด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนอง จากการศึกษาข้างต้นได้ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในด้านต่างๆ และมีเอกลักษณ์ในการบริการของโรงแรมที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ และการศึกษาวิจัยทัศนคติของผู้บริหารในด้านการทำธุรกิจโรงแรม ในด้าน กลยุทธ์การบริหารจัดการภายในโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็ก สอดคล้องกับภาคศึกษาของพรรณิภา ชาวคา (2557) พบว่ากลยุทธ์การบริหารจัดการภายในโรงแรมกรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กพบว่า 1) การวางแผน 2) การจัดการองค์กร 3) การบังคับบัญชา 4) การประสานงานองค์กร 5) การควบคุมเพื่อกำหนดกรอบหน้าที่ของพนักงานเพื่อควบคุมคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานสำหรับกลยุทธ์การบริหารจัดการภายในโรงแรม ในส่วนของภัทรภร ชัยพุทธนพันธ์ และราณี อิศัยกุล (2557) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าโรงแรมบูติกขนาดเล็ก ควรให้ความสำคัญในการวางแผนระบบการบริหารงานที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดผลสำเร็จทางด้านการเงินต่อไป

คณะผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่วิจัยในครั้งนี้ คือ โรงแรมในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ 5 โรงแรม ได้แก่ 1) โรงแรม ศิริล้านนาเชียงใหม่ 2) ล็อกโฮม บูติก 3) โรงแรมโม รุมส์ เชียงใหม่ 4) โรงแรมแจ่งเมือง 5) โรงแรม Cozy Inn Chiangmai โดยใช้ทฤษฎีจุดแข็งจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ทฤษฎีการแบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติ (Mattsson 1992) ได้แก่ 1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) 2. ความเหมาะสมกับเวลา (Timeliness) 3. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessible) 4. ความอ่อนโยนในแง่ของความพอใจที่ได้ใช้ (Humane: Pleasant to

Use) 5. ความเหมาะสมของตัวเลือกและราคา (Choice, Cost) แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (4As) ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) 2. การเข้าถึง (Accessibility) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม งานวิจัยนี้จะศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาการบริการของโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางต่อผู้ที่ประกอบธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กมีแนวทางในการจัดการบริการโรงแรมขนาดเล็กแก่นักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาการบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ โรงแรมขนาดเล็ก 5 แห่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง 300 คน คือ ผู้จัดการโรงแรม 10 คน เจ้าหน้าที่ 40 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และนักท่องเที่ยว 250 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

1. บริบทของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

บริบทของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ 1) โรงแรมศิริล้านนาเชียงใหม่ 2) ล็อกโฮม บูติก 3) โรงแรมโม รุมส์ เชียงใหม่ 4) โรงแรมแจ่งเมือง 5) โรงแรม Cozy Inn Chiangmai ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

1) โรงแรมศิริล้านนา เชียงใหม่

โรงแรมศิริล้านนา ตั้งอยู่ที่ 89/3 ถนนราชภคินัย ตำบลพระสิงค์ อำเภอเมือง,เขตเมืองเก่า จังหวัดเชียงใหม่ มีห้องพักทั้งหมด 21 ห้อง ซึ่งโรงแรมตั้งอยู่ใจกลางเมือง สะดวกต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของเชียงใหม่ โรงแรมมีการตกแต่งโรงแรมสไตล์ล้านนาห้องพักได้รับการตกแต่งอย่างมีรสนิยม มีเฟอร์นิเจอร์ไม้แกะสลัก และมีความหรูหราภายในห้องพักมีเครื่องปรับอากาศ มีทีวีจอแบนขนาด 48 นิ้วพร้อมช่องต่างประเทศ เครื่องเล่นดีวีดีมินิบาร์ และโต๊ะทำงาน ห้องน้ำกว้างขวางพร้อมอ่างอาบน้ำสเปา มีบริการรองเท้าแตะเสื้อคลุมอาบน้ำ และเครื่องใช้ในห้องพักน้ำฟรีสำหรับผู้เข้าพัก เบอร์โทรศัพท์ : 053-279108 , E-mail : gsc@sirilanna.com เว็บไซต์ : www.sirilanna.com



ภาพที่ 1 โรงแรมศิริล้านนา เชียงใหม่

2) โรงแรมโม รুমส์ เชียงใหม่

โรงแรมโม รুমส์ เชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่ 263/1-2 ถนนท่าแพ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีห้องพักทั้งหมด 12 ห้อง ตามจำนวนปีนักษัตร ห้องพักแต่ละห้องเป็นการตีความตัวตนของแต่ละคนของจักรราศีของจีน โครงสร้างด้านนอกของการก่อสร้าง เป็นโครงการที่ร่วมมือกัน ซึ่งนักออกแบบสถาปนิก และนักโหราศาสตร์ ห้องพักที่มีรูปร่างแตกต่างกันไปตามแต่ละด้านตามหลักฮวงจุ้ย ศิลปินใช้เอกลักษณ์ของสัตว์เกิดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสร้างทั้งจากแนวคิดเริ่มต้นสู่รูปแบบที่ไม่เหมือนใครของเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่งภายในให้พอดีกับแต่ละราศี และการตกแต่งของแต่ละห้องจะไม่เหมือนกัน ภายในบริเวณโรงแรมมีบรรยากาศที่ให้ความผ่อนคลาย ร่มรื่นเบอร์โทรศัพท์: 053-280789 Web : www.morooms.com



ภาพที่ 2 โรงแรมโม รুমส์ เชียงใหม่

3) โรงแรมล็อกโฮม บูติก

โรงแรมล็อกโฮม บูติก ตั้งอยู่ที่ 124-128 ถนนภาคินัย ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 มีจำนวน 24 ห้อง เป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มีความสวยงาม โรงแรมสร้างด้วยไม้ 90% บรรยากาศภายในโรงแรมมีความผ่อนคลาย มีความสะดวกสบาย

เบอร์โทรศัพท์:053-326614



ภาพที่ 3 โรงแรมล็อกโฮม บูติก

4) โรงแรมแจ่งเมือง

โรงแรมแจ่งเมือง มีที่ตั้งอยู่ที่ 13 ถนนราชมรรคา ซอย 6 อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200 มีจำนวนห้อง 14 ห้อง โรงแรมแจ่งเมืองเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง โรงแรมมีเอกลักษณ์ในการตกแต่งห้องพักแบบล้านนา ไทลื้อ การตกแต่งที่แปลกตา และมีแกลลอรี่ภาพในโรงแรมซึ่งมีความสวยงาม สะดวกสบายเหมาะแก่การพักผ่อน โรงแรมให้บรรยากาศผ่อนคลายเหมือนกับการอยู่บ้าน เบอร์โทรติดต่อ:053-814320,083-0898660 E-mail : jangmuangboutique.com



ภาพที่ 4 โรงแรมแจ่งเมือง

5) โรงแรม Cozy Inn Chiangmai

โรงแรม Cozy Inn Chiangmai ตั้งอยู่ที่ 5/1 ถนนสามล้าน ซอย 3 ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนห้อง 31 ห้อง โรงแรม Cozy Inn Chiangmai ได้รับการตกแต่งในกระโจมสไตล์ Loft และ INDUSTRIAL Gabriel อย่างลงตัว โดยมุ่งเน้นแนวคิดการใช้ซ้ำและมือที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างน้อยที่สุด มีการฟื้นฟูประตุนไม้เก่าบนชั้นวางของโต๊ะ และยังให้ความสำคัญกับงานฝีมือ มีการตกแต่งในงานหัตถกรรมส่วนใหญ่ ตั้งแต่การแสดงเป็นกำแพงอิฐขนาดใหญ่ ห้องรับแขกผนังห้องโคมไฟ และมีคาเฟ่ให้บริการ โรงแรมมีความสะดวกสบายในการเดินทางและการเข้าพักเบอร์โทรศัพท์: 091-8588185, 052-014389 E-mail: cozy.inn.cnx@gmail.com



ภาพที่ 5 โรงแรม Cozy Inn Chiangmai

2. พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการใช้โรงแรมขนาดเล็กพบว่า 1) ด้านระยะเวลาในการเข้าพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพักในระยะเวลา 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมาคือ ระยะเวลา 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 38.57

รองลงมาคือ ระยะเวลา 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 12.86 และระยะเวลา 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 2.86 2) ด้านจุดประสงค์ในการเข้าพักในโรงแรมขนาดเล็ก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เข้าพักเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ ติดต่องาน/ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.86 และจุดประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.71 3) ด้านเหตุผลในการเข้าพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าพักด้วยเหตุผลที่โรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เป็นร้อยละ 27.14 รองลงมาคือ เดินทางสะดวก คิดเป็นร้อยละ 25.71 รองลงมาคือ ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 22.86 รองลงมาคือ ราคา คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมาคือ ความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 7.14 สิ่งรองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 4.29 และสภาพสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 2.86 4) ด้านวิธีการจองห้องพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ จองทางอีเมล คิดเป็นร้อยละ 32.86 รองลงมาคือ จองทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 17.14 รองลงมาคือ จองด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 14.29 สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กเป็นระยะเวลา 1 คืน จุดประสงค์ในการเข้าพักคือการพักผ่อน/ท่องเที่ยว เหตุผลเข้าพักคือโรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และจองห้องพักโดยจองผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรม

3. การบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการโรงแรมขนาดเล็ก โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ อยู่ในระดับมาก มี

ค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง และด้านบริการเสริม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ที่	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก	ระดับคะแนน		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1	ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.24	0.85	มากที่สุด
2	ด้านการเข้าถึง	3.93	0.79	มาก
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.14	0.83	มาก
4	ด้านบริการเสริม	3.93	0.75	มาก
5	ด้านความน่าเชื่อถือ	4.18	0.83	มาก
6	ด้านการตอบสนองความต้องการ	4.13	0.83	มาก
7	ด้านการให้ความมั่นใจ	4.07	0.81	มาก
8	ด้านความเข้าใจ และรับรู้ความต้องการ	4.15	0.83	มาก
9	ด้านความเป็นรูปธรรม	4.08	0.82	มาก
รวมคะแนน		4.09	0.82	มาก

สรุป ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจซึ่งจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงและบริการเสริม เป็นลำดับสุดท้าย

สรุปผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.43 อายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 34.29 สถานะภาพมีแฟนแล้ว ร้อยละ 38.57 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 31.43 ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้าพักเป็นระยะเวลา 1 คืน ร้อยละ 45.71 มีจุดประสงค์เข้าพักเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 71.43 เลือกเข้าพักด้วยเหตุผลที่โรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 27.14 จองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม ร้อยละ 35.7 ส่วนในด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก โดยส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.24 คือ โรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.31 ส่วนการบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กแต่ละแห่งจะมีกลยุทธ์ที่ใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการแตกต่างกัน โรงแรมขนาดเล็กบางแห่งจะมีจุดเด่นในด้านการตกแต่งห้องพักที่มีเอกลักษณ์ซึ่งแตกต่างไปจากโรงแรมอื่น การสร้างความประทับใจด้านการบริการให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม และการมีนวัตกรรมการให้บริการต่างๆที่ทันสมัยให้แก่ลูกค้า เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ หรือสิ่งต่างๆที่ทำให้เกิดความความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการได้เป็นอย่างมาก

อภิปรายผล

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กที่มีปัจจัยในด้านที่ตั้งของโรงแรม ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว การเดินทางสะดวก การตกแต่งห้องพักที่มีความสวยงามมีเอกลักษณ์ ความปลอดภัย ราคา มีการให้บริการที่พึงพอใจ และประสบการณ์ที่เคยได้เข้าพัก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

ต้องการความสะดวกสบายในการเข้าพักโรงแรม และอยากได้รับการบริการโรงแรมที่ตอบสนองความต้องการของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และณัฐสินี สงจันทร์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนองในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้าด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนอง สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กมีเหตุผลในการเลือกพักโรงแรมเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง และต้องการที่จะได้รับการบริการที่ประทับใจจากโรงแรม

การบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดการโรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่มีนวัตกรรมบริการให้แก่ลูกค้าในด้าน การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเหลือในการจองห้องพัก การจัดระบบการบริหารในโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะว่า มีการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมเพิ่มมากขึ้นโรงแรมจึงต้องพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวลัยลักษณ์ รัตนวงศ์ และณัฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบถ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวัดนวัตกรรมบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย พบว่า องค์ประกอบที่ใช้วัดนวัตกรรมบริการที่เหมาะสมของธุรกิจท่องเที่ยวคือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

และนวัตกรรมกระบวนการ และดัชนีชี้วัดของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์คือ การปรับปรุงรูปแบบของสินค้าและบริการใหม่ และการสร้างความหลากหลายให้กับสินค้าและบริการ นวัตกรรมกระบวนการคือการปฏิบัติใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการ ดังนั้นสรุปได้ว่า โรงแรมขนาดเล็กได้นำนวัตกรรมบริการทางเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเหลือในการพัฒนาโรงแรมให้มีความสะดวกสบาย และทันสมัยมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ คือ โรงแรมควรมีการจัดสรรสถานที่ที่จอดรถให้กับลูกค้าเพื่อความสะดวกสบาย และความปลอดภัยของรถลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม ควรติดตั้งป้ายโรงแรมให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้พัฒนาโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดียิ่งขึ้น ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 และขอใจนางสาวกุลทิราณี บุญชัย และนางสาวบุษกร สิทธิครองผู้ช่วยนักวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- นันทภูมิ หาดูพานิชย์. (2558). ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พรณิภา ชาวคา. (2557). กลยุทธ์การบริหารจัดการภายในโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและภัตตาคาร วิทยาลัยดุสิตธานี
- ภัทรภร ชัยพุทธนพนธ์ และราณี อีสัยกุล. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระ ปริญญาสาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มนต์ชัย แก้วหลวง (2543) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้เชียงใหม่
- ยุพวรรณ นังคลาภิวัฒน์. (2560). การให้บริการด้วยความเป็นไทยในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว. วารสารวิชาการ (ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 52) มหาวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทร์ทีก. (2560). การให้บริการแบบมีอาชีพของโรงแรมประเภทบูติก ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารวิจัยและพัฒนา (ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 หน้า 1) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยการพัฒนาระบบราชการ.
- วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์ ณัฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบถ. (2557). การวัดนวัตกรรมบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย:วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารวิทยาการจัดการ (ปีที่ 31 หน้า 119) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อัศรัณย์ เหลือโกศล และอรชร มณีสงฆ์. (2559). การค้นคว้าอิสระเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป

เขตเทศบาลนครขอนแก่น

FACTORS AFFECTING LOGISTICS COST OF READY TO WEAR CLOTHING IN THE RETAIL BUSINESS KHONKEAN MUNICIPALITY

จุฑารัตน์ บุญโท และคณะ*

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาเขตขอนแก่นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครขอนแก่น 2. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ธุรกิจปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่อยู่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ ตลาดต้นตาล ตลาดอู่ฟู และตลาดประตูน้ำ จำนวนทั้งหมด 290 ร้านค้า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เชิงพรรณนา และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนด้านโลจิสติกส์ คือ ปัจจัยด้านอำนาจต่อรองจากผู้บริโภค ปัจจัยความคุ้มค่าจากสินค้าทดแทน และปัจจัยด้านการแข่งขันท่ามกลางบริษัทที่มีอยู่ ปัจจัยทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งหมดที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านคลังสินค้า ด้านการบริหารจัดการ ด้านการขนส่ง และด้านสารสนเทศตามลำดับ และปัจจัยภายนอกธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนด้านโลจิสติกส์ คือ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ปัจจัย ต้นทุนโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าปลีก

Abstract

The objectives for this research were 1) to study the factors of environment pressure on 5 sides, affects the logistics cost of of ready to wear clothing in the retail business Khonkaen

Municipality . 2) to study the external environment factors that affect the logistics cost of ready to wear clothing in the retail business Khonkaen Municipality The sample group consisted of the retail business who were sellers in Tontann market, Aufu market and Pratunam market total of 290 stores

The research instrument was questionnaires. Statistics used to analyze the collected data included descriptive statistics and Multiple Regression Analysis .The results found that 1) Environmental pressures conditions factor 5 sides that affect the logistics's cost from bargaining power of customers , threats from the substitution goods and competition among existing companies so that overall factor had statistically significant at the .01 level. 2) The overall external environment factors that affect the cost of logistic were high. Considering each aspect, it was found that to be 4 sides from high to low as the following : were the warehouse, management, transportation and information technology aspects, respectively. And the external factors that affect the logistics cost is a factor of political and legal, economic factors ,social factors ,the factors of technology and innovation so that overall external environment factors had statistically significant at the .01 level.

Keyword : factors , logistics cost, retail business

บทนำ

กรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ (2560) จากสถิติการจัดตั้งคาดว่าจะในปี 2560 แนวโน้มธุรกิจขายปลีกเสื้อผ้าจะเติบโตจากปีที่ผ่านมาอย่างชัดเจน โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจ SMEs ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจาก นโยบายการส่งเสริมทางเศรษฐกิจของรัฐบาลในการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ให้มีความเข้มแข็ง เมื่อพิจารณาการกระจายตัวของการประกอบธุรกิจร้านขายปลีกเสื้อผ้า พบว่า ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,117 ราย คิดเป็น 62% มีมูลค่าทุนจดทะเบียน จำนวน 8,933 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ ภาคกลาง จำนวน 264 ราย คิดเป็น 15% มีมูลค่าทุนจดทะเบียน จำนวน 423 ล้านบาท ภาคใต้ จำนวน 142 ราย คิดเป็น 8% มีมูลค่าทุนจดทะเบียน จำนวน 334 ล้านบาท ภาคตะวันออก จำนวน 94 ราย คิดเป็น 5% มีมูลค่าทุนจดทะเบียน จำนวน 268 ล้านบาท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 67 รายทุน 108 ล้าน

บาท และภาคเหนือ จำนวน 83 ราย คิดเป็น 5% มีมูลค่าทุนจดทะเบียน 116 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของธุรกิจเสื้อผ้า เนื่องจากมีการบริโภคจากกลุ่มคนวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีการปรับเปลี่ยน เครื่องแต่งกายตามแฟชั่นและมีกำลังซื้อสูง รวมทั้งเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมและการส่งออกของประเทศ การลงทุนส่วนใหญ่คือสัญชาติไทย 66% รองมาคือสิงคโปร์ คิดเป็น 10% และญี่ปุ่น คิดเป็น 7% ตามลำดับ แนวโน้มธุรกิจขายปลีกเสื้อผ้า ในปี 2560 คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นจากการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศ ประกอบกับผลประกอบการในด้านต่างๆ มีทิศทางที่ดี โดยตลาดทั้งในและต่างประเทศมีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งตลาดในประเทศได้รับ ปัจจัยจากช่องทางการจำหน่ายตลาดออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ประกอบกับเทคโนโลยีด้านต่างๆ ที่สนับสนุนให้การซื้อขายมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สำหรับตลาดต่าง

ประเทศ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และตลาดเอเชียยังคงมีความ ต้องการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่องเช่นกัน อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจบางรายอาจได้รับผลกระทบในระยะสั้นจาก พระราชกำหนดการบริหารจัดการการทำงาน ของคนต่างด้าว พ.ศ. 2560 ซึ่งกระทบต่อการจ้างแรงงานที่เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต โดยผู้ประกอบการธุรกิจควรต้องปรับตัว และสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจอย่างแท้จริง รวมทั้งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้มีความโดดเด่นให้สามารถแข่งขัน ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไป(กรมพัฒนาธุรกิจ ,2560) ตลาดธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในขอนแก่น เติบโตอย่างรวดเร็วเกิดตลาดใหม่ เช่น ตลาดต้นตาล ตลาดอุฟุ ตลาดประตูน้ำ จากข้อมูลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่สำรวจธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่จะเป็นแนวทางศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ตามหลักทฤษฎี นำมาใช้เป็นสื่อในการเรียนการสอนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครขอนแก่น

บททวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการทำธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมที่จะส่งผลกระทบกับการดำเนินการของกิจการ เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และเพื่อลดความเสี่ยงการประกอบธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก [สมยศ นาวิการ.2551]

1. สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Environment) กฎข้อบังคับ นโยบายของรัฐบาล แนวโน้มการออกกฎหมายและพระราชบัญญัติต่างๆ

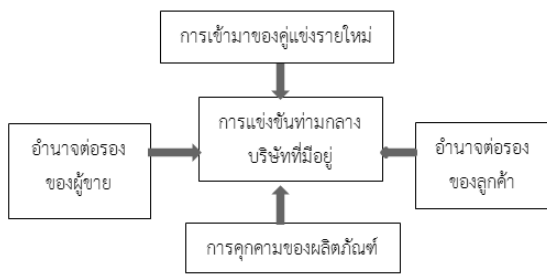
2. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment) หากสภาพเศรษฐกิจดีก็จะเอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสภาพเศรษฐกิจมีแนวโน้มถดถอยหรือตกต่ำ เงื่อนไขทางเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและยากที่จะพยากรณ์ซึ่งมีผลทำให้การประกอบธุรกิจหยุดชะงัก ล้มเหลวหรืออาจจะต้องเลิกกิจการได้

3. สภาพแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ (Demographic Environment) ประกอบด้วย อัตราการเจริญเติบโตทางประชากร จำนวนประชากร ระดับการศึกษา การเปลี่ยนแปลงลักษณะของครอบครัว การเคลื่อนย้ายประชากร

4. สภาพแวดล้อมทางด้านวัฒนธรรมและสังคม (Culture and Social Environment) ได้แก่ ทัศนคติทางสังคม ค่านิยม บรรทัดฐาน ความเชื่อ พฤติกรรม การดำเนินชีวิต และการอยู่อาศัย เป็นต้น

5. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Environment) การเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

วิเคราะห์แรงกดดัน 5 ประการ (The Five Forces Model) คือ การวิเคราะห์การแข่งขันภายในสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมเพื่อที่จะระบุโอกาสและอุปสรรคที่กิจการได้เผชิญอยู่เพื่อนำไปสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์ [สมยศ นาวิการ.2551]



ภาพที่ 1 แบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ

1. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Entry of New Entrants) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับ

1.1 การประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) การลดต้นทุนที่ได้มาจากการผลิตจำนวนมากผู้ที่เข้ามาแข่งขันทำธุรกิจในตลาดใหม่จะต้องพบกับแรงกดดันอันเนื่องมาจากการประหยัดด้านต้นทุนการผลิตในปริมาณที่มากเพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมที่มีความได้เปรียบในด้านการผลิตรวม

1.2 การผูกพันในตราหือ (Brand Loyalty) สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเดิมของคู่แข่งรายเดิม

1.3 เงินลงทุน (Capital Requirements) ถ้าต้องลงทุนสูง ก็จะเป็นอุปสรรคต่อรายใหม่ในทุกๆด้าน โดยเฉพาะด้านการผลิต

1.4 การเข้าถึงช่องจัดจำหน่าย (Access to Distribution Channels) การเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอุปสรรคต่อคู่แข่งรายใหม่ คู่แข่งรายใหม่จะต้องใช้ความพยายามที่จะเข้าไปแทรกแซงช่องทางการจัดจำหน่าย โดยชักจูงหรือให้ข้อเสนอที่ดีกว่า

1.5 นโยบายของรัฐบาล ถ้ารัฐบาลไม่มีนโยบายส่งเสริม หรือมีข้อห้ามสัมปทาน ก็จะทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความสะดวกทั้งด้านการเงิน และสถานที่ประกอบกิจการ

1.6 ต้นทุนการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้า (Switching cost) ถ้าลูกค้าต้องมีต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สูงแล้ว ลูกค้าจะถูกผูก

ติดอยู่กับสินค้าของบริษัทเดิม หรืออาศัยอยู่ในที่פקเดิมๆ

1.7 ข้อได้เปรียบต้นทุนในด้านอื่นๆ เช่น เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเฉพาะมีวัตถุดิบราคาถูก มีทำเลที่ตั้งดีกว่า มีแหล่งเงินทุนที่ต้นทุนถูก และทำมานานจนเกิดการเรียนรู้

2. อำนาจต่อรองของผู้จัดหา (Bargaining Power of Supplier) ผู้จัดหามีอำนาจต่อรองที่สามารถขึ้นราคาหรือลดคุณภาพผลิตภัณฑ์ขายได้ก็จะ เป็นอุปสรรคกับบริษัท แต่ถ้าผู้จัดหาอ่อนแอ/ทางบริษัทก็สามารถกดดันราคาผลิตภัณฑ์ให้ต่ำลงได้ โดยผู้จัดหามีอำนาจเมื่อ

3. อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

3.1 ปริมาณการซื้อ ถ้าซื้อจำนวนมากก็มีอำนาจการต่อรองสูง

3.2 ข้อมูลต่างๆที่ลูกค้าได้รับเกี่ยวกับสินค้าและผู้ขาย ถ้าลูกค้ามีข้อมูลมาก ก็ต่อรองได้มาก

3.3 ความจงรักภักดีต่อยี่ห้อ

3.4 ความยากง่ายในการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ซื้อ ถ้าลูกค้ารวมตัวกันง่ายก็มีอำนาจต่อรองสูง

3.5 ความสามารถของผู้ซื้อที่จะมีการรวมกิจการไปด้านหลัง คือ ถ้าลูกค้าสามารถผลิตสินค้าได้ด้วยตนเองอำนาจการต่อรองก็จะสูง

3.6 ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าของคนอื่น หรือใช้สินค้าของคู่แข่งแล้วลูกค้าต้องมีต้นทุนในการเปลี่ยนสูง อำนาจการต่อรองของลูกค้าก็จะต่ำ

4) แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้าอื่นๆซึ่งสามารถใช้ทดแทนได้ (Substitute Products)

4.1 ระดับการทดแทน เป็นการทดแทนได้มาก หรือทดแทนได้น้อยแค่ไหน เช่น เครื่องปรับอากาศกับพัดลม

4.2 ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าปัจจุบัน ไปสู่การใช้สินค้าทดแทน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นโดยกำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ด้านเนื้อหาทำการศึกษปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่อยู่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งมีร้านค้าทั้งหมด 1,048 ร้านค้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดการศึกษาประชากรครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งมีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 1,048 ร้านค้า (แหล่งข้อมูลออนไลน์ www.tontannmarket.com, www.thai-franchisecenter.com, www.wufookhonkaen.com, 15 มกราคม 2560) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ค้าปลีกเสื้อผ้า 3 แห่งคือ

1. ตลาดต้นตาล จำนวน 106 ร้านค้า
 2. ตลาดอู่ฟู่ จำนวน 164 ร้านค้า
 3. ตลาดประตูน้ำ จำนวน 778 ร้านค้า
- รวมจำนวนทั้งหมด 1,048 ร้านค้า

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ยึดถือวิธีสูตรคำนวณของ ทาโร ยามาเน (Yamane. 1967, อ้างถึงใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2546 : 127) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (0.05) จำนวน 290 ตัวอย่าง

ในการทำการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่าง เป็นแบบการสุ่มแบบง่าย (Simple

Random Sampling) ซึ่งจะแบ่งประชากรออกเป็น 3 เขตตามการบริหารผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 เขตแล้วทำการสุ่มประชากรจากในแต่ละเขต

ตารางที่ 1 ผู้ประกอบการของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่าง

เขตที่ตั้งของร้าน	ประชากร	ตัวอย่าง
ตลาดต้นตาล	106	30
ตลาดอู่ฟู่	164	45
ตลาดประตูน้ำ	778	215
รวม	1,048	290

การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี ศึกษาแนวทาง หรือแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป และวิธีการบริหารงานภายในธุรกิจ เพื่อให้วิเคราะห์ถึงปัญหาและลักษณะของกลุ่มผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น เป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม

2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวความคิด โดยการสร้างแบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

3. แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะเป็นปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนซึ่ง รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของบุคคลและผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ตอนที่ 2 ข้อมูลสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์

ตอนที่ 3 ข้อมูลสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์

ตอนที่ 4 ข้อมูลสอบถามเกี่ยวกับผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์

การวิเคราะห์ ปัจจัยลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้าน ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ โดยใช้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) เมื่อพิจารณาทั้ง 5 ด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยโดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ อำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค ($\bar{x} = 4.03$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ อำนาจการต่อรองจากผู้จัดส่ง ($\bar{x} = 3.88$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาอีก คือ การคุกคามจากสินค้าทดแทน ($\bar{x} = 3.86$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาอีก คือ การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ ($\bar{x} = 3.84$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การคุกคามจากผู้ประกอบการใหม่ ($\bar{x} = 3.80$)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้าน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้าน	ค่าสัมประสิทธิ์		Beta	t	Sig
	B	S.D.			
ค่าคงที่ (Constant)	1.726	0.144		11.989**	0.00
ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค(FF1)	0.235	0.041	0.336	5.789**	0.00
ด้านคุกคามจากสินค้าทดแทน(FF5)	0.171	0.036	0.261	4.770**	0.00
ด้านการแข่งขันของตลาด(FF4)	0.143	0.040	0.198	3.588**	0.00

$R^2 = 0.442$ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้าน ที่มีผลกระทบต่อต้นทุน โลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ทั้งหมด 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค ปัจจัยด้านคุกคามจากสินค้าทดแทน ปัจจัยด้านการแข่งขันท่ามกลางบริษัทที่มีอยู่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์โดยรวมได้ ร้อยละ 44.2

จากการวิเคราะห์การถดถอยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 1.726^{**} + 0.235^{**} (FF1) + 0.171^{**} (FF5) + 0.143^{**} (FF54)$$

2. ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ 4 ด้าน พบว่า โดยภาพรวมมีผลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านคลังสินค้ามีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ย 3.86 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านสารสนเทศมีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งแต่ละผลกระทบสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ผลกระทบด้านคลังสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนการสั่งซื้อสินค้าคงคลังมีผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์คิดเป็นร้อยละ 4.02 2) ผลกระทบด้านการ

ขนส่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวางแผนการขนส่งสินค้า ในแต่ละครั้งมีผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์คิดเป็นร้อยละ 3.90 3) ผลกระทบด้านการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดตารางการปฏิบัติงานมีผลต่อต้นทุน

โลจิสติกส์คิดเป็นร้อยละ 4.13 4) ผลกระทบด้านสารสนเทศและนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดเก็บและการนำข้อมูลสารสนเทศใช้งานมีผลต่อต้นทุน โลจิสติกส์คิดเป็นร้อยละ 3.89

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	ค่าสัมประสิทธิ์		t	Sig
	B	S.D.		
ค่าคงที่ (Constant)	1.515	0.145	10.465**	0.000
ด้านสังคม (PEST3)	0.191	0.045	4.235**	0.000
ด้านการเมืองและกฎหมาย (PEST1)	0.132	0.045	2.940**	0.004
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม (PEST4)	0.153	0.038	4.023**	0.000
ด้านเศรษฐกิจ (PEST2)	0.137	0.048	4.891**	0.004

$R^2 = 0.484$ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ที่มีผลกระทบต่อต้นทุน โลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ทั้งหมด 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์โดยรวมได้ร้อยละ 48.4

จากการวิเคราะห์การถดถอยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 1.515^{**} + 0.191^{**} (PEST3) + 0.132^{**} (PEST1) + 0.153^{**} (PEST4) + 0.137^{**} (PEST2)$$

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น คณะผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายดังนี้

1. ผลการศึกษา ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้าน โดยปัจจัยด้านอำนาจต่อรองจากผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปริมาณการซื้อของลูกค้ายิ่งลูกค้าซื้อสินค้ามากก็จะมีอำนาจต่อรองมาก หากเกิดการ

รวมกลุ่มของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนโลจิสติกส์ที่เป็นตัวเงิน แต่ถ้าหากมีการบริหารจัดการที่ดีทางด้านการตลาด การขนส่ง การจัดซื้อสินค้า รวมทั้งสินค้าคงคลัง ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนโลจิสติกส์ได้ การต่อรองของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่มีปริมาณมากจะสามารถมีอำนาจต่อรองมาก การรวมกลุ่มของลูกค้าโดยภาพรวมอำนาจต่อรองจากผู้บริโภคอยู่ในระดับมากทั้งนี้ เนื่องจาก ต้นทุนโลจิสติกส์ในกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการ การขนส่งกระจายสินค้า การจัดเก็บสินค้าคงคลัง และการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศ ล้วนมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแทบทั้งสิ้น หากผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองมากก็จะทำให้ผู้บริโภคมีข้อได้เปรียบทางการค้า ทำให้การบริหารต้นทุนในธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ควรจะมีระบบที่สามารถวิเคราะห์และคำนวณต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อไม่ให้เกิดข้อได้เปรียบเสียเปรียบทางการค้า

จากการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารัง อังสุรัตน์โกมล(2559)ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ลานมันสำปะหลังไทย กรณีศึกษาผู้ประกอบการลานมัน จังหวัดอุบลราชธานี แรงกดดันทางการแข่งขันในภาพรวมมีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ลานมัน สำปะหลังไทย และเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อยของแรงกดดันทางการแข่งขันแล้ว พบว่า แรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบมีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบ 7777ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการลานมันสำปะหลังไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ แรงกดดันของสินค้าทดแทน แรงกดดันทางการแข่งขันจากคู่แข่งรายเดิมในอุตสาหกรรม แรงกดดันของการเข้ามายังอุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ และแรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ตามลำดับ อยู่ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ผลการศึกษา ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี เนื่องจากการทำธุรกิจสมัยใหม่ มีการเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองและนโยบายภาครัฐที่ไม่แน่นอน ทั้งความผันผวนของค่าเงิน ราคาน้ำมัน และอัตราการขึ้นลงของดอกเบี้ย มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนโลจิสติกส์ ถ้าผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการที่ดี การจัดซื้อสินค้า การจัดส่งสินค้า รวมทั้งสินค้าคงคลัง ก็จะทำให้ควบคุมต้นทุนโลจิสติกส์ได้ จากผลการศึกษา

ในส่วนเรื่องปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม มีผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิศรา ผลวิจิตรและวาสนา ศิลปรุ่งธรรม (2561) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนทางธุรกิจของบริษัทโลจิสติกส์ในภาคกลาง ของประเทศไทย พบว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์

เป็นปัจจัยความสำเร็จภายในส่งผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศักดิ์เดช สิริวิวัฒน์(2549) อธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอกว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย และปัจจัยด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อการวางแผนทางธุรกิจ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตลอดเวลาของภาวะเศรษฐกิจ จะส่งผลต่อต้นทุนที่สูงหรือต่ำ ในธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเฝ้าระวังและติดตามอยู่ตลอดเวลาในส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจอีกทั้งยังรวมไปถึง ด้านต้นทุนของโลจิสติกส์ด้วย เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับมือและปรับตัวให้อยู่รอดในการเปลี่ยนแปลงได้

ข้อเสนอแนะ

1.1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมแรงกดดัน 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เขตเทศบาลนครขอนแก่นควรปรับปรุงใน 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.1.1 ปัจจัยด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญและความใส่ใจในการขายและงานให้บริการ ข้อมูลต่าง ๆ ของสินค้าที่ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นต้องการเป็นอันดับแรก

1.1.2 ปัจจัยด้านการคุกคามจากสินค้าทดแทน ควรมีการรักษาราคาและคุณภาพสินค้ารวมทั้งต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงมาใช้สินค้าทดแทน เสื้อผ้าสำเร็จรูปมือสอง เป็นสินค้าทดแทน ราคาถูก คุณภาพดี ฯลฯ

1.1.3 ปัจจัยด้านการแข่งขันท่ามกลางธุรกิจที่มีอยู่ ควรติดตามแนวโน้มข้อมูลการเติบโตในธุรกิจเสื้อผ้าค้าปลีก ซึ่งมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีเอ็มบี. 2559. ธุรกิจเสื้อผ้าปรับตัวครั้งใหญ่รับออนไลน์ช้อปปิ้ง)

1.2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ

ค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
ควรปรับปรุงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งหมด
ดังนี้

1.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายและการเมือง
ควรติดตามข้อมูลข่าวสารกับการเปลี่ยนแปลง
กฎหมายการค้าและการลงทุน และการเปลี่ยนแปลง
นโยบายของรัฐบาล การเปลี่ยนแปลงการเก็บภาษี
มูลค่าเพิ่ม

1.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจค้าปลีก
ควรให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารในการเปลี่ยนแปลง
ของเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์และการแข่งขันทาง
เศรษฐกิจที่ค่อนข้างรุนแรงในปัจจุบัน

1.2.3 ปัจจัยด้านสังคม ควรติดตามข้อมูล
การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มการบริโภค

สินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ติดตามแฟชั่น ตาม
ยุคสมัย

1.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและ
นวัตกรรม การปรับกลยุทธ์การขาย โดยการขายผ่าน
สื่อออนไลน์ ศึกษาเพิ่มเติม การเรียนรู้การจ่ายเงินของ
ลูกค้าโดยใช้ “คิวอาร์โค้ด”(QR code)

1.2.5 Fast Fashion อาจจะเป็นภัย
คุกคามต่อธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาด
ประเทศไทย เนื่องจากส่งผลกระทบต่อ Fast Fashion
ในต่างประเทศ ดังนั้น ต้องพิจารณา คือ การ
ติดตามเทรนด์ตลาดเสื้อผ้าอย่างใกล้ชิด นำเสนอ
เสื้อผ้าแฟชั่นให้บ่อยครั้งและหลากหลายเพื่อห้างร้าน
สามารถเลือกซื้อและนำไปเสนอต่อลูกค้าได้บ่อยครั้ง
และรวมไปถึงการสร้างความพร้อมในด้านโลจิสติกส์

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์. (2560) สถิติการจัดตั้งคาดว่าจะในปี 2560 แนวโน้มธุรกิจขายปลีกเสื้อผ้าจะ
เติบโตจากปีที่แล้ว.สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2561, [https://www.dbd.go.th/ewt_news.
php?nid=469401337](https://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=469401337)
- กระทรวงพาณิชย์. (2561). สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2561,
<http://www2.ops3.moc.go.th/>
- โกศล ดีสีธรรม (2547) การบริหารต้นทุนสำหรับนักบริหารยุคใหม่ กรุงเทพฯ : อินฟอร์มีเดีย บุ๊คส์
- จิตติยุทธ์ กาฬสงค์. (2551) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุนโลจิสติกส์ ของบริษัท ซีพี.เซเวนอีเลฟเวน จำกัด
[มหาชน]
- อึ้ง อังสรณ์โกมล. (2559).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการลานมัน
สำปะหลังไทย กรณีศึกษาผู้ประกอบการลานมัน จังหวัดอุบลราชธานี ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
ธันวาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วุฒิ วัชรอดมประเสริฐ ปัจจัยทางการแข่งขันกับสภาพการณ์ปัจจุบัน วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี ปีที่ 8
ฉบับที่ 17 เดือนกันยายน – ธันวาคม 2557
- ศุภกานต์ อัครชัยพานิชย์ (2544) “การศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมสำหรับธุรกิจ ขนส่งด้วยรถบรรทุก”.
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์เดช ลีวีวัฒน์. (2549). การส่งเสริมการทำแผนกลยุทธ์ของสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีเอ็มบี. (2559). ธุรกิจเสื้อผ้าปรับตัวครั้งใหญ่รับออนไลน์ช้อปปิ้ง. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม
2560, <https://www.tmbbank.com/analytics/industry-analysis/view/ecommerce.html>
- สมยศ นาวิการ. (2551). การบริหารเชิงกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2555). โลจิสติกส์กับการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของ ผู้ประกอบการ
ไทย Key Logistics Development: How Thai Entrepreneurs can gain a Competitive Edge.
สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561 [https://www.busesseventssthaland.com/ .../user.../MICE_Report_2015_-_Issue_3.pdf](https://www.busesseventssthaland.com/.../user.../MICE_Report_2015_-_Issue_3.pdf)
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : สามลดา
สุธาสินี โพธิจันทร์. (2558). งานพัฒนาคุณภาพส่วนพัฒนาคุณภาพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 15
กันยายน 2561 <http://webcache.googleusercontent.com/>
- อิศรา ผลวิจิตร และวาสนา ศิลปรุ่งธรรม (2561).ปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนทางธุรกิจของบริษัทโลจิสติกส์ในภาค
กลาง ของประเทศไทย วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2561

ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ในการจัดการขนส่งน้ำมันดีเซล ไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของไทย กรณีศึกษา คลังน้ำมัน จังหวัดสระบุรี

MATHEMATIC MODEL FOR ALLOCATION DIESEL TRANSPORTATION TO THE NORTHEASTERN THAILAND A CASE STUDY OF FUEL DEPOT IN SARABURI

เอกชัย คุปตาวาทิน¹
Aekachai Khuptawatin¹

¹สาขาโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
Logistics, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Isan-Khonkaen Campus

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอตัวแบบทางคณิตศาสตร์ในการจัดการขนส่งน้ำมันดีเซล ไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย กรณีศึกษา คลังน้ำมัน จังหวัดสระบุรี ให้มีต้นทุนรวมการขนส่งต่ำที่สุด ซึ่งการขนส่งสามารถทำได้ 2 ช่องทาง คือ ทางรถบรรทุก และทางรถไฟ ต้นทุนต่อหน่วยทางรถไฟนั้นต่ำกว่าการขนส่งทางรถบรรทุก แต่มีข้อจำกัดเรื่องความสามารถในการขนส่งที่มีปริมาณไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการที่จะขนส่ง และการเช่าแม่แคร่ที่ต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายปี จึงเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาตัดสินใจก่อนที่จะเช่าแม่แคร่ และการคาดการณ์ปริมาณความต้องการน้ำมันของแต่ละจุดที่จะส่ง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในอดีตมาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนแรกนำข้อมูลไปจำลองสถานการณ์ปริมาณความต้องการของน้ำมันเพื่อหาจำนวนของแม่แคร่ ส่วนที่ 2 ประยุกต์ใช้ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ในการแก้ปัญหาการขนส่งน้ำมันที่มีต้นทุนต่ำที่สุด ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดสรรแบบใหม่ สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ ร้อยละ 51.92

คำสำคัญ: ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ ต้นทุนการขนส่ง

Abstract

This paper is aims of purpose mathematic model for allocation diesel transportation to the Northeastern Thailand. A case study of fuel depot at Saraburi for minimize total transportation cost. There were two scenarios, truck and rail. The unit cost of rail transportation was lower than truck transportation, but rail transportation has a limitation of capacity and some bogies must be rented at an annual charge. The decision before bogies rented and demand forecasting of fuel in each stations. The data were separated into two parts, The first data for demand simulation fuel for determining of the appropriate bogies rentals. The second

Corresponding Author

E-mail: Aekachai.co@rmu.ac.th

data applied for mathematic model to minimize the total transportation cost. The result found new allocation can be reduced costs was 51.92 percent.

Keywords: Mathematic model, Transportation cost

บทนำ

แนวโน้มการใช้พลังงานขั้นต้นของประเทศปี 2561 จะเติบโต 2.1% เมื่อเทียบกับปี 2560 หรือมีความต้องการใช้อยู่ที่ประมาณ 2.81 ล้านบาร์เรลเทียบเท่าน้ำมันดิบต่อวัน โดยพิจารณาจากปัจจัยราคาน้ำมันดิบในปี 2561 เฉลี่ย 50-60 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล และอัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มอ่อนตัวลงอยู่ที่ 34-35 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ (ฐานเศรษฐกิจ, 2561) การใช้น้ำมันดีเซล เฉลี่ยอยู่ที่ 65.26 ล้านลิตรต่อวัน การใช้เพิ่มขึ้น 1.7% โดย ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561 ราคาขายปลีกเฉลี่ย อยู่ที่ 28.10 บาทต่อลิตร โดยน้ำมันดีเซล มีสัดส่วนการใช้สูงสุด คิดเป็น 54 % ของการใช้เชื้อเพลิงในภาคขนส่งทางบก มีรถดีเซลที่จดทะเบียนสะสมอยู่ที่ 10.68 ล้านคัน โดยส่วนใหญ่เป็นรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล 6.15 ล้าน คัน ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2561 มีรถดีเซลที่จดทะเบียนใหม่เฉลี่ยประมาณ 5.78 หมื่นคันต่อเดือน (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2561)

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยจัดส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมน้ำมันภายใต้ระบบการขนส่งต่างๆ อาทิ การขนส่งทางท่อ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางรถบรรทุก โดยคำนึงถึงมาตรฐาน ความรวดเร็ว และความปลอดภัยในการขนส่ง รวมถึงคุณภาพของน้ำมันที่ส่งตรงจากคลังถึงผู้บริโภค จึงมีการพัฒนานำระบบควบคุมการขนส่งรถบรรทุกน้ำมันด้วยดาวเทียม (Global Positioning System-GPS) มาใช้ เพื่อช่วยในการตรวจสอบ ติดตาม และช่วยเหลือรถบรรทุกน้ำมันเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน จึงเป็นการรับประกันทั้งในด้านความปลอดภัยและความรวดเร็ว เนื่องจากรถบรรทุกน้ำมัน ปตท. มีการติดตั้งอุปกรณ์สื่อสาร

สามารถแจ้งข่าว และหลีกเลี่ยงเส้นทางที่มีปัญหาการจราจรได้นอกจากนี้ ยังได้ลงทุนในบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 30.6 ดำเนินธุรกิจขนส่งน้ำมันทางท่อระยะทาง รวม 255 กิโลเมตร จากศรีราชาเข้าสู่กรุงเทพ ที่อำเภอลำลูกกา เพื่อจัดส่งน้ำมันอากาศยานเข้าสู่ท่าอากาศยานดอนเมือง และส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่น ๆ เก็บที่คลังน้ำมันสระบุรี (ธุรกิจน้ำมัน, 2561)

ท่อส่งน้ำมันของบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย มีความสามารถส่งน้ำมันได้ 26,000 ล้านลิตรต่อปี และปัจจุบันได้ขนส่งน้ำมันผ่านท่อในปริมาณประมาณร้อยละ 30 ของปริมาณความต้องการน้ำมันของประเทศ ซึ่งในการขนส่งที่นิยมขนส่งน้ำมันนั้นจะนิยมใช้การขนส่งทางรถไฟ เพราะสามารถขนส่งได้ในปริมาณมาก โดยใช้รถบรรทุกน้ำมันที่เรียกว่า รถบรรทุกโบกี้ น้ำมันขึ้น ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 รถโบกี้บรรทุกน้ำมันขึ้น(บคท.) ขนาด 25 ตัน (รถไฟไทย, 2561)

ในการขนส่งน้ำมัน การขนส่งด้วยรถบรรทุกนั้นถือได้ว่า เป็นวิธีที่รวดเร็ว สามารถขนส่งได้ปริมาณมาก และไม่จำกัดปริมาณการขนส่ง เพราะมีผู้รับจ้างขนส่งที่ให้บริการ (3PL) หลายบริษัท แต่จะมีข้อเสียเนื่องจาก ต้นทุนการขนส่งสูงมาก เมื่อเทียบกับการขนส่งน้ำมันโดยใช้รถโบกี้บรรทุกน้ำมันขึ้น แต่จะมีข้อ

จำกัดเรื่องการลากจูงจากหัวรถจักร และการรอสับหลักขบวนรถในการใช้ราง ทำให้จำนวนขนส่งที่ใช้ในการขนส่งในแต่ละวัน มีการจำกัดรอบขนส่ง ในบทความวิจัยนี้ ผู้วิจัย จะทำการศึกษาการขนส่งน้ำมันดีเซล จากคลังน้ำมันที่จังหวัดสระบุรี ที่ทำการขนส่งไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 จังหวัด จากการศึกษเบื้องต้น พบว่า คลังสามารถรับน้ำมันได้ทางรถบรรทุกและรถไฟมี 2 คลังคือ คลังปิโตรเลียม ขอนแก่น และ คลังน้ำมันอุบลราชธานี ส่วนคลังที่จังหวัดอุดรธานีขณะนี้ได้ปิดตัวลงแล้ว เนื่องจากมีสถานที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของประชาชนโดยรอบ จึงทำให้ คลังปิโตรเลียม ขอนแก่น ต้องบริหารจัดการการด้านการน้ำมันเข้าสู่คลังและต้องกระจายน้ำมันให้เพียงพอมากขึ้น ทั้งส่วนพื้นที่เดิมที่ต้องดูแล และพื้นที่ใหม่ ซึ่งเบื้องต้นยังพบว่า มีค่าใช้จ่ายต้นทุนในการขนส่งที่สูง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอตัวแบบทางคณิตศาสตร์เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาการขนส่ง เพื่อให้ต้นทุนรวมการขนส่งต่ำที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อนำเสนอตัวแบบทางคณิตศาสตร์ในการจัดสรร การขนส่งน้ำมันดีเซล ไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย กรณีศึกษา คลังน้ำมัน จังหวัดสระบุรี ให้มีต้นทุนรวมการขนส่งต่ำที่สุด

บททวนวรรณกรรม

วรรณ กรรมที่นำเสนอแบบจำลองทางคณิตศาสตร์มาแก้ปัญหาด้านการขนส่ง

ชวิต บุญมี และชมพู พุท เกษมเศรษฐ์(2557:1-10) ได้นำเสนอแบบจำลองทางคณิตศาสตร์สำหรับการประยุกต์ใช้เทคนิคการหาค่าที่ดีที่สุด ของการขนส่งและกระจายสินค้าในโรงงานผลิตผลไม้กระป๋อง โดยพิจารณาเที่ยวเปล่าในระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานในรูปแบบของการขนส่งและกระจายสินค้าที่พิจารณา

ประกอบไปด้วย การเลือกศูนย์กระจายสินค้าและจำนวนเที่ยวขนส่งที่เหมาะสมที่สุด โดยพิจารณาเที่ยวเปล่าที่เกิดขึ้นในการขนส่ง องค์ประกอบในระบบห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ โรงงาน ศูนย์กระจายสินค้าและผู้ส่งมอบ แบบจำลองทางคณิตศาสตร์สำหรับปัญหาการกระจายสินค้าที่ได้จะถูกนำไปทดสอบโดยการ หาคำตอบของบริษัทกรณีศึกษาโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องผ่านโปรแกรม Lingo ผลการทดสอบกับกรณีศึกษาโรงงานผลิตผลไม้ กระป๋อง พบว่า ต้นทุนรวมในการกระจายสินค้าที่ต่ำที่สุดคือ 1,127,067 บาทต่อเดือน ซึ่งจะทำให้การเลือกศูนย์กระจายสินค้า ทั้งหมด 3 แห่ง เมื่อทำการเปรียบเทียบกับต้นทุนรวมที่เกิดขึ้นจากการทำงานแบบปัจจุบัน จะทำให้ต้นทุนลดลงโดยประมาณ ร้อยละ 4.08 เป็นมูลค่า 576,588 บาทต่อปี โดยสรุปแบบจำลองทางคณิตศาสตร์จากงานวิจัยฉบับนี้ สามารถใช้หารูปแบบการ กระจายสินค้าที่ทำให้เกิดต้นทุนที่เหมาะสมและมีความถูกต้องที่จะนำไปปรับใช้กับปัญหาในสถานการณ์จริงได้ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ นิธิเดช คูหาทองสัมฤทธิ์ (2560:78-91) ได้เสนอวิธีการ เลือกเส้นทางการขนส่งสินค้าที่เหมาะสม โดยการประยุกต์ตัวแบบโปรแกรมเป้าหมายแบบศูนย์หนึ่ง ที่มีการพิจารณาเกณฑ์การตัดสินใจเชิงปริมาณได้แก่ ต้นทุนและระยะเวลาในการขนส่งเกณฑ์การตัดสินใจเชิงคุณภาพ กับกรณีศึกษาการเลือกเส้นทางการขนส่งสินค้า จากสถานีขนส่งสินค้าร่มเกล้ามายังท่าเรือกรุงเทพ ผลการวิจัย พบว่า วิธีการเลือกเส้นทางการขนส่งสินค้าที่มีการพิจารณาลักษณะทางกายภาพโดยการประยุกต์ ใช้ตัวแบบโปรแกรมเป้าหมายแบบศูนย์หนึ่งนั้นสามารถเลือกเส้นทางการขนส่งสินค้าที่มีต้นทุนการขนส่งและระดับความเสี่ยงจากลักษณะทางกายภาพภายใต้ความต้องการของผู้ตัดสินใจ ส่วนด้านระยะเวลาในการขนส่งจะเป็นเวลาที่ใกล้เคียงกับเวลาที่ผู้ตัดสินใจกำหนดมากที่สุด แต่ไม่เกินค่าที่ผู้ตัดสินใจกำหนด นอกจากนี้ผู้ตัดสินใจสามารถกำหนดน้ำหนัก

ความสำคัญให้กับเกณฑ์การตัดสินใจแต่ละเกณฑ์ ได้ตามความต้องการ หรือให้ความสำคัญกับเกณฑ์การตัดสินใจได้ตามความเหมาะสม เช่นเดียวกันกับ เพชรายุทธ แซ่หลีและคณะ (2560:48-59) ได้ประยุกต์ใช้โปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming) ในการวางแผน เพื่อหาเส้นทางการจัดส่งน้ำดื่มที่สั้นที่สุด โดยคำนึงถึงปัจจัยและข้อจำกัดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย หลังจากนั้นได้ใช้ Open Solver เป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์หาคำตอบใน Microsoft Excel และเมื่อเทียบผลการจัดเส้นทางที่ได้กับการดำเนินงานในปัจจุบัน พบว่า มีระยะทางที่สั้นกว่า 108.24 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 59.97 ส่งผลให้ ต้นทุนค่าขนส่งลดลง 4,138.56 เดือน ทำให้สามารถจัดส่งน้ำดื่มได้รวดเร็วขึ้น

วิธีการวิจัย

1. การศึกษากระบวนการทำงานของคลังน้ำมันกรณีศึกษา

คลังน้ำมันกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เป็นคลังน้ำมัน ปตท. จังหวัดสระบุรี ซึ่งเป็นคลังน้ำมันที่ทำหน้าที่กระจายน้ำมัน ไปยังเขตภาคเหนือจำนวน 5 คลัง และเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีก 3 คลัง ซึ่งปัจจุบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือเหลือเพียง 2 คลัง เนื่องจากคลังน้ำมันที่จังหวัดอุดรธานีได้ทำการปิดตัวลงเนื่องจากผลกระทบจากการที่มีที่ตั้งในเขตตัวเมือง คลังในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบไปด้วย คลังปิโตรเลียม ขอนแก่น และคลังน้ำมัน อุบลราชธานี ซึ่งทั้งสองคลังสามารถรับน้ำมันได้ทั้งทางรถไฟและทางรถบรรทุก โดยการขนส่งทางรถบรรทุกจะมีบริษัท 3PL เป็นผู้ให้บริการ และไม่จำกัดจำนวนการขนส่งแต่ละครั้ง โดยคลังน้ำมัน สระบุรีจะทำการส่งน้ำมันวันละ 1 รอบ ทั้งทางรถไฟและทางรถบรรทุก

2. การศึกษาต้นทุนการขนส่งของคลังน้ำมัน สระบุรี

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา แล้วพบว่า การขนส่งทางรถไฟ มีต้นทุน 2 ส่วน คือ ค่าเช่าแม่แคร่โดยการ

คิดค่าเช่าปีละ 28,500 บาทต่อแม่แคร่ (จุฑาทิธ ศุภผล และ กาญจน์ภา อมรัชกุล, 2559: 47) และค่าระวางการขนส่งน้ำมันแบบเหมาตู้โดยการศึกษาข้อมูลจากการรถไฟแห่งประเทศไทย อัตราการระวางการขนส่งขึ้นอยู่กับสถานีปลายทาง ในส่วนต้นทุนการขนส่งของรถบรรทุก คิดตามปริมาณที่ขนส่งแต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินราคากลางอัตราการขนส่งและขึ้นอยู่กับปลายทางเช่นเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าระวางในการขนส่งทางรถบรรทุกและรถไฟ

ปลายทาง	ค่าระวางในการขนส่งทางรถบรรทุก (w) (บาทต่อลิตร)	ค่าระวางในการขนส่งทางรถไฟ (d) (บาทต่อตู้)
ขอนแก่น (i=1)	0.46	5,130.70
อุบลราชธานี (i=2)	0.56	2,850.00

3. ตัวแบบทางคณิตศาสตร์

ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ ประกอบไปด้วยฟังก์ชันเป้าหมายและเงื่อนไขต่างๆ และครอบคลุมไปถึงนิยามของดัชนีที่ใช้ตัวแปรต่างๆสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งคำอธิบายในแต่ละเงื่อนไข เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะของระบบการขนส่งน้ำมัน ซึ่งจะทำให้สามารถนำตัวแบบที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อหาคำตอบได้ต่อไป

3.1 ดัชนี

i = จุดส่งน้ำมันที่คลัง i

j = วันที่ขนส่งน้ำมัน j

3.2 ตัวแปรตัดสินใจ

X_{ij} = ปริมาณน้ำมันดีเซลที่ขนส่งโดยทางรถไฟจากจุดส่งน้ำมันที่คลัง i วันที่ขนส่งน้ำมัน j

Y_{ij} = ปริมาณน้ำมันดีเซลที่ขนส่งโดยทางรถบรรทุกจากจุดส่งน้ำมันที่คลัง i วันที่ขนส่งน้ำมัน j

Z_{ij} = จำนวนตู้คอนเทนเนอร์น้ำมันชั้นจากคลังน้ำมันสระบุรีไปจุดส่งน้ำมันที่คลัง i วันที่ขนส่งน้ำมัน j

N = จำนวนแม่แคร่ที่เช่าต่อปี

3.3 พารามิเตอร์

d_j = ค่าระวางการขนส่งทางรถไฟไปคลังน้ำมันปลายทาง i

w_i = ค่าระวางการขนส่งทางรถบรรทุกไปคลังน้ำมันปลายทาง i

C_{ij} = ปริมาณความต้องการน้ำมันที่จุดคลังน้ำมันปลายทาง i วันที่ขนส่งน้ำมัน j

G = จำนวนจริงที่มีมูลค่ามากที่สุด

สมการวัตถุประสงค์ (Objective function)

Min cost =

$$(2,8500n) + \left(\sum_i \sum_j^{300} d_i Z_{i,j} \right) + \left(\sum_i \sum_j^{300} w_i Y_{i,j} \right) \quad (1)$$

สมการข้อจำกัด(Constraints)

$$X_{i,j} \leq 33,000 Z_{i,j} \quad \forall_{i,j} \quad (2)$$

$$X_{i,j} + Y_{i,j} \geq C_{i,j} \quad \forall_{i,j} \quad (3)$$

$$Z_{1,j} + Z_{2,j} \leq 33 \quad \forall_{i,j} \quad (4)$$

$$Z_{1,j} + Z_{2,j} \leq n \quad \forall_{i,j} \quad (5)$$

$$X_{i,j} \geq 0 \quad \forall_{i,j} \quad (6)$$

$$Y_{i,j} \geq 0 \quad \forall_{i,j} \quad (7)$$

สมการเป้าหมาย คือ ผลรวมของต้นทุนขนส่งต่ำสุดในการจัดสรรน้ำมัน ไปยังคลังน้ำมันทั้ง 2 แห่ง ประกอบด้วย 3 พจน์ (1) คือ พจน์ที่ (1) สมการหาจำนวนการเช่าแม่แคร่ต่อปีที่เหมาะสม พจน์ที่ (2) สมการต้นทุนค่าขนส่งน้ำมันทางรถไฟไปคลังน้ำมันปลายทาง i วันที่ขนส่งน้ำมัน j และพจน์ที่ (3) สมการต้นทุนค่าขนส่งน้ำมันทางรถบรรทุกไปคลังน้ำมันปลายทาง i วันที่ขนส่งน้ำมัน j

สมการเงื่อนไขประกอบไปด้วย สมการข้อจำกัดที่ (2) เป็นสมการที่เป็นข้อจำกัดของปริมาณน้ำมันของการขนส่งทางรถบรรทุกจะใช้รถขนขนาด

33,000 ลิตร และไม่เกินความจุของตู้ สมการข้อจำกัดที่ (3) เป็นสมการที่ระบุว่า ปริมาณน้ำมันที่ขนส่งทางรถไฟ และปริมาณที่ขนส่งทางรถบรรทุกเมื่อรวมกันแล้วต้องมีปริมาณไม่น้อยกว่า ปริมาณความต้องการน้ำมัน ณ จุดรับน้ำมันคลัง i สมการข้อจำกัดที่ (4) เป็นสมการที่ระบุว่า การขนส่งทางรถไฟยังมีข้อจำกัดในเรื่องของความสามารถในการลากจูง ของหัวรถจักรที่สามารถลากตู้บรรทุกน้ำมันชั้นได้สูงสุด 33 ตู้ สมการข้อจำกัดที่ (5) เป็นสมการที่ระบุว่า จำนวนตู้บรรทุกน้ำมันที่ขนส่งจะต้องมีจำนวนไม่เกินแม่แคร่ที่เช่า สมการข้อจำกัดที่ (6, และ 7) เป็นสมการเงื่อนไขที่ระบุว่าค่าตัวแปรที่คำนวณได้ติดลบไม่ได้หรือเรียกว่า Non-negativity constraints และจำนวนตู้บรรทุกน้ำมันจะเป็นจำนวนเต็ม เนื่องจากหารคิดค่าระวางจะเป็นแบบเหมาคัน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย ที่ได้จากการเก็บข้อมูลความต้องการน้ำมันของคลังน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากปริมาณความต้องการน้ำมันจำนวน 1 ปี ผู้วิจัยจึงได้แบ่งข้อมูลในการศึกษาออกเป็นความต้องการเริ่มแรกที่ 200 วัน และส่วนที่ 2 อีกจำนวน 100 วัน จากนั้นนำตัวแบบคณิตศาสตร์ที่ได้ออกแบบไว้มาจำลองการแก้ปัญหาโดยใช้ปริมาณความต้องการที่ 200 วัน เพื่อหาจำนวนการเช่าแม่แคร่ที่เหมาะสม ซึ่งทำให้ได้จำนวนการเช่าแม่แคร่ที่เหมาะสม คือ 33 แม่แคร่ จากนั้นนำจำนวนวันของการส่งน้ำมันที่เหลือ 100 วันมาคำนวณ เพื่อทำการวิเคราะห์ในการบริหารการขนส่ง โดยใช้จำนวนการเช่าแม่แคร่เท่ากับ 33 แม่แคร่ ซึ่งผลการทดสอบเป็นดังนี้

ตารางที่ 2 การทดสอบการจัดสรรน้ำมันแบบเก่า และแบบใหม่

สถานีปลาย ทาง(i)	ปริมาณ ความต้องการ น้ำมัน (C_{ij}) (ลิตร) =	การจัดสรรน้ำมันแบบเก่า			การจัดสรรน้ำมันแบบใหม่		
		จำนวนตู้ คอนเทนเนอร์ น้ำมันชั้น (Z_{ij}) (ตู้)	ปริมาณ น้ำมันที่ ขนส่งโดย ทางรถไฟ (X_{ij}) (ลิตร)	ปริมาณน้ำมันที่ ขนส่งโดยทาง รถบรรทุก (Y_{ij}) (ลิตร)	จำนวนตู้ คอนเทนเนอร์ น้ำมันชั้น (Z_{ij}) (ตู้)	ปริมาณ น้ำมันที่ ขนส่งโดย ทางรถไฟ (X_{ij}) (ลิตร)	ปริมาณน้ำมัน ที่ขนส่งโดย ทางรถบรรทุก (Y_{ij}) (ลิตร)
ขอนแก่น (i=1)	500,490	10	368,490	132,000	16	500,490	0
อุบลราชธานี (i=2)	458,437	14	458,437	0	14	458,437	0

จากผลการทดสอบในตารางที่ 2 พบว่า กระบวนการจัดสรรน้ำมันแบบเดิมและแบบเก่าที่กำหนดจำนวนของการเข้าแม่แคร่ที่ท่ากัน 33 แม่แคร่พบว่า รูปแบบการขนส่งแบบเดิมคลังปิโตรเลียมขอนแก่นยังการขนส่งน้ำมันทางรถบรรทุกอยู่เนื่องจากการในการคำนวณการขนส่งในช่วงแรกที่คลเป็นการขนส่งปกติการขนส่งทางรถบรรทุกก็ยังสามารถสามารถที่จะดำเนินการขนส่งได้ เมื่อเทียบกับการจัดการขนส่งแบบใหม่แล้ว จะพบว่า จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการขนส่งที่เปลี่ยนไป ทำให้คลังน้ำมันปิโตรเลียมขอนแก่นมีปริมาณการขนส่งทางรถไฟเพียงอย่างเดียว ซึ่งต้นทุนในการขนส่งแบบใหม่รวมทั้งสิ้น 100 วัน เท่ากับ 11,740,640 บาท ซึ่งแบบเก่าจะมีต้นทุนการขนส่งรวมอยู่ที่ 24,421,790 บาท ซึ่งแบบใหม่ลดค่าขนส่งลงเฉลี่ย 4,702.55 บาท ต่อวัน

อภิปรายผล

จากผลของการบริหารการส่งน้ำมันของคลังน้ำมัน ปตท. สระบุรี ที่ต้องจัดส่งน้ำมันไปยังเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยต้องบริหารภายใต้ คลังน้ำมันอุดรธานีที่ได้ปิดตัวลง จึงทำให้ คลังปิโตรเลียมขอนแก่นต้องบริหารจัดการการด้านการน้ำมันเข้าสู่

คลังและต้องกระจายน้ำมันให้เพียงพอมากขึ้น คลังน้ำมันที่ต้องทำหน้าที่กระจายน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเพียง 2 คลัง ซึ่งเบื้องต้นยังพบว่า มีค่าใช้จ่ายต้นทุนในการขนส่งที่สูงอยู่นั้น ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอตัวแบบทางคณิตศาสตร์เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาการขนส่ง เพื่อให้ต้นทุนรวมการขนส่งต่ำที่สุด

จากผลการวิจัยในที่ได้นำตัวแบบทางคณิตศาสตร์มาใช้จำลองการแก้ปัญหาของการวิจัยในการลดต้นทุนการขนส่งน้ำมันที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า การที่ได้หาจำนวนแม่แคร่ที่เหมาะสมในการขนส่งทางรถไฟจะช่วยให้กระบวนการตัดสินใจในการเลือกพาหนะในการขนส่งที่จะช่วยลดต้นทุนการขนส่งได้ โดยจำนวนแม่แคร่ที่เหมาะสมคือ 33 แม่แคร่ โดยการเปรียบเทียบรูปแบบการจัดสรรน้ำมันแบบเดิมกับรูปแบบการจัดสรรน้ำมันแบบใหม่ ซึ่งแบบใหม่ลดค่าขนส่งลงเฉลี่ย 4,702.55 บาท ต่อวัน หรือร้อยละ 51.92

สรุปผล

จากผลการวิจัยเพื่อการลดต้นทุนการขนส่งน้ำมัน ของกรณีศึกษา การขนส่งน้ำมันดีเซล จากคลังน้ำมันที่จังหวัดสระบุรี ไปยังคลังน้ำมันในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผลของจำลองสถานการณ์

การด้วยตัวแบบทางคณิตศาสตร์ เพื่อหาจำนวนแม่
แคร่ที่เหมาะสม โดยจำนวนแม่แคร่ที่เหมาะสมคือ 33
แม่แคร่ การเปรียบเทียบรูปแบบการจัดสรรน้ำมันแบบ
เดิมกับรูปแบบการจัดสรรน้ำมันแบบใหม่ ซึ่งแบบใหม่
ลดค่าขนส่งลงเฉลี่ย 4,702.55 บาท โดยตัวแบบใน
งานวิจัยนี้ที่ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงมานั้น ทำให้ทราบ
ว่าสามารถที่จะช่วยแก้ปัญหาได้จริง แต่หากต้อง
พิจารณาข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ เช่น เที้ยวของ
รถไฟในการขนส่งที่ปัจจุบันมีการสร้างระบบการขนส่ง

ทางรถไฟที่อาจจะทำให้เที่ยวของการขนส่งสามารถที่
จะบริหารจัดการได้มากกว่า 1 รอบ หรืออีกปัจจัยหนึ่ง
ก็คือ ค่าบริการการขนส่งจากผู้ให้บริการการขนส่ง ที่
อาจจะต้องมีการปรับตัวตาม ดังนั้นข้อมูลที่ใช้ในการ
คำนวณการวิจัยในแต่ละครั้งหรือ ตัวแบบของการหา
คำตอบก็ต้องมีการปรับตัวตามเพื่อให้ได้ข้อมูลในการ
ตัดสินใจที่จะส่งผลการพิจารณาต้นทุนการขนส่งที่มี
ประสิทธิภาพต่อไป

References

- จุฑาทิธ ศุภผล และกาญจน์ภา อมรัชกุล. (2559). การจัดสรรการขนส่งน้ำมันดีเซลไปเขตภาคเหนือของ
ประเทศไทย: กรณีศึกษา บริษัทผู้ค้าน้ำมันแห่งหนึ่ง. *การประชุมวิชาการด้านการวิจัยดำเนินงานแห่ง
ชาติ ประจำปี 2559*, วันที่ 24-25 มีนาคม 2559 คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
กรุงเทพมหานคร.
- Supapol, J., & Kamaruchkul, K. (2016). Diesel Transportation Allocation in Northern Region for
a Petroleum Company in Thailand. *Research Network 2016 Conference (ORNET 2016)*,
24-25 March 2016 Graduate School of Applied Statistics (GSAS) National Institute of
Development Administration (NIDA). Bangkok.
- ชวิต บุญมี และชมพูนุท เกษมเศรษฐ์. (2557). การประยุกต์ใช้เทคนิคการหาค่าที่ดีที่สุดสำหรับการกระจายสินค้า
กรณีศึกษาโรงงานผลิตผลไม้กระป๋อง. *วารสารไทยการวิจัยดำเนินงาน*, ปีที่ 2 (ฉบับที่ 2), 1-10.
- Boonmee, C., & Kasemset, C. (2014). The application of distribution network optimization: a
case study of the canned fruit industry. *Thai Journal of Operations Research*, Vol 2 (No
2), 1-10. [in Thai]
- ฐานเศรษฐกิจ. (2561). *สถานการณ์พลังงานปี 61ราคาขยับ-การใช้เติบโตกว่า2%*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม
2561, จาก <http://www.thansettakij.com/content/247710>
- Thansettaki.(2018). *Situation Energy 2018 Shifting Price - Using Growth 2%*. August 25, 2018,
Available from: <http://www.thansettakij.com/content/247710>. [in Thai]
- ธุรกิจน้ำมัน. (2561). *การจัดหาและจัดส่งปิโตรเลียม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม, จาก <http://www.pttplc.com/th/about/business/ptt-owned-business/oil-unit/pages/transport-logistics.aspx>.
- Oil Business. (2018). *Procurement and delivery of petroleum*. August 26, 2018, Available from:
<http://www.pttplc.com/th/about/business/ptt-owned-business/oil-unit/pages/transport-logistics.aspx>. [in Thai]
- นิติเดช คูหาทองสัมฤทธิ์. (2560). การเลือกเส้นทางการขนส่งสินค้าที่เหมาะสม โดยตัวแบบโปรแกรมเป้าหมาย
แบบศูนย์หนึ่ง. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, ปีที่ 12 (ฉบับที่ 2), 78-
91.

- Koohathongsumrit, N. (2017). Selecting optimal distribution route by zero-one goal programming model. *Phranakhon Rajabhat Research Journal (Science and Technology)*, Vol 12 (No 2), 78-91. [in Thai]
- รถไฟไทย. (2561). *ชนิดรถสินค้า Freight Cars*. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม, จาก http://trainthai.blogspot.com/2013/02/blog-post_1.html.
- Thai Railway. (2018). *Type of Freight Cars*. August 26, 2018, Available from: http://trainthai.blogspot.com/2013/02/blog-post_1.html. [in Thai]
- เพชรยุทธ แซ่หลี่, วชิระ วิจิตรพงษา และหทัยชนก พวงแย้ม. (2560). การจัดเส้นทางรถขนส่งน้ำดื่มโดยใช้การโปรแกรมเชิงเส้น กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด รัศมี 2015. *วารสารวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, ปีที่ 10 (ฉบับที่ 2), 48-59.
- Saelee, P., Vijitpongsa V., & Puongyeam, H. (2017). The case study of “Ratsamee 2015 limited partnership” : a vehicle routing problem solved using Linear Programming. *Industrial Technology Lampang Rajabhat University Journal*, Vol 10 (No 2), 48-59. [in Thai]
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2561). *สถานการณ์การใช้น้ำมันและไฟฟ้า ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2561*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2561, จาก [http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-oil-electric?orders\[publishUp\]=publishUp&is-search=1](http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-oil-electric?orders[publishUp]=publishUp&is-search=1)
- Energy Policy and Planning Office Ministry of Energy. (2018). *Situation Oil and electrical in the first eight months of the year*. August 25, 2018, Available from: [http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-oil-electric?orders\[publishUp\]=publishUp&is-search=1](http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/situation-oil-electric?orders[publishUp]=publishUp&is-search=1). [in Thai]

**พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของ
ประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น**
BEHAVIOR AND FACTORS AFFECTING THE DECISION TO PURCHASING ECOLOGY CAR
(ECO-CAR) OF PEOPLE IN AMPHOE MUANG OF KHON KAEN PROVINCE

ปนัดดา จันทะกล¹ ชัยฤกษ์ เพชรทอง² และกรรณก อ่อนศรีชัย³
Panadda Chanthako¹ Chairoek Phetthong² and Kronkranok Onsrichai³

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น¹
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น^{2,3}

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้อรถยนต์ Eco-Car ของประชากรในเขต เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมในการซื้อรถยนต์ ประเภท Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น 2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น และ 3. ศึกษาลักษณะของรถยนต์ประเภท Eco-Car ที่เป็นที่ต้องการของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ด้านประชากรศาสตร์ ส่วนประสมการตลาดบริการ 7P พฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อ และแรงจูงใจ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco-Car จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรถยนต์ Eco-Car ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีจำนวนสมาชิก ในครอบครัว 4 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท สถานภาพโสด ลักษณะการใช้งานรถยนต์ คือ ใช้งานในเขตอำเภอเมืองขอนแก่นเป็นส่วนใหญ่ และใช้เดินทางต่างจังหวัดบ้างเป็นบางครั้ง เลือกซื้อรถยนต์ภายในปี พ.ศ.2558 ราคารถยนต์อยู่ระหว่าง 500,000 – 750,000 บาท และเลือกตัดสินใจด้วยตนเอง โดยยี่ห้อรถที่เลือกซื้อ คือ Honda สถานที่ๆ เลือกซื้อ คือ โชว์รูมรถยนต์ Honda ส่วนใหญ่เลือกซื้อรถยนต์เป็นครั้งแรก แต่หากมีการซื้อรถยนต์อีกครั้งในอนาคตก็ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car เลือกวิธีการชำระเงินแบบผ่อนชำระกับสถาบันการเงิน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านกายภาพ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ : รถยนต์ Eco Cars พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ABSTRACT

This research aims to study the consumer behavior and related factors for purchasing an Eco-car of people in Amphoe Muang Khon Kaen, Thailand. The objectives: 1) Study the behavior to purchasing an Eco-car of people in Khon Kaen Municipality. 2) Study the factors that affect the decision to purchasing Eco-car of people in Khon Kaen Municipality. And 3) Study the characteristics of Eco-car in demanded of people in Khon Kaen Municipality. This research is conducted by using the theory of marketing environment, demographic, marketing mix (7P), consumer behavior, buying decision, and motivation. The data is collected by using self-administered questionnaire. The sample size of this study is 400 respondents. The data is analyzed using standard deviation (S.D.), average, and percentage. From the results, it is found that most of the Eco-car is bought by female between the ages of 21 to 30 which graduated with bachelor degree in the field of government officer and state enterprise. Furthermore, the results also reveal the common things of a person who bought Eco-car which are family with four members, monthly income ranging from 20,001 to 30,000 baht and single status. People usually use the Eco-car in the area of Amphoe Muang Khon Kaen, Thailand and sometimes use outside the areas. The approximate price of the Eco-car in 2015 is between 500,000 to 750,000 Baht. The Eco-car of Honda is the most one that people choose to buy. People prefer to buy the Eco-Car from the showrooms for the first time. If people need to buy more cars in the future people will probably buy or not buy the Eco-car. Most of people bought the Eco-car by installment loans that pay with financial institutions like investments bank. The most important related factors to the decisions of buying an Eco-car are emphasized the marketing mix which including product, price, place, promotion, process, people, and physical.

Keyword : Eco Cars, Consumer Behavior

บทนำ

ในอดีตปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแสวงหาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการดำรงชีพ แต่ในปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น รถยนต์เป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่ได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีพของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งความจำเป็นที่จะต้องมีการขนส่งและการเดินทางในชีวิตประจำวัน ซึ่งรถยนต์เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้

บริโภคในด้านความสะดวกสบายและการเดินทางได้เป็นอย่างดี (ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น, 2555) แต่ในปัจจุบันราคาน้ำมันที่มีราคาแพงขึ้นกว่าอดีต เพราะเป็นผลมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมันดิบ ของตลาดโลกที่มีการปรับตัวสูงขึ้นจึงทำให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้รถมากขึ้น รัฐบาลไทยจึงมีโครงการ Eco-Car โดยคุณสมบัติของ Eco-Car ที่ประหยัดน้ำมันและช่วยลดปัญหามลพิษในอากาศ รถยนต์ประหยัดพลังงานตามมาตรฐานสากล ชื่อโครงการอย่างเป็นทางการของโครงการที่เรียกว่า Eco-Car มา

ตลอด ในระยะเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา เป็นโครงการที่มีรถยนต์รุ่นใหม่ที่มีขนาดกะทัดรัดและประกอบขึ้นด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ผลิตในประเทศไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานของคณะกรรมการเศรษฐกิจยุโรปแห่งสหประชาชาติ (UNECE) ซึ่งค่ายรถยนต์ Nissan ได้เข้าร่วมโครงการและเป็นค่ายแรกที่บุกเบิกเปิดตลาดรถยนต์ Eco-Car ในประเทศไทยและการเกิดขึ้นของ Eco-Car ในประเทศไทยนั้นถือเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ ในเรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโลกในระดับรัฐบาลอีกด้วย คณะกรรมการการลงทุน (BOI) ได้กำหนด คุณสมบัติสำหรับรถยนต์ Eco-Car ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2558)

1. ด้านการประหยัดพลังงาน ต้องมีอัตราการใช้หรือสามารถใช้น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตร/100 กิโลเมตร

2. ด้านสิ่งแวดล้อม ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับ euro 4 คือ ปล่อก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมาไม่เกิน 120 / 1 กิโลเมตร

3. ด้านความปลอดภัย ต้องมีคุณสมบัติในการป้องกันผู้โดยสาร กรณีเกิดอุบัติเหตุจากการชนด้านหน้า และด้านข้าง ตามมาตรฐาน UNECE หรือระดับที่สูงกว่า

4. ด้านขนาดเครื่องยนต์ ต้องมีความจุกระบอกสูบไม่เกิน 1300 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน และไม่เกิน 1400 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล

ด้วยเงื่อนไขดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงข้อดีของรถประเภท Eco-Car ที่ส่งผลกับเรื่องใกล้ตัวของผู้ใช้ซึ่งชัดเจนอยู่แล้วในเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่ายที่ถือว่าเป็นการประหยัดลงได้มาก เช่น ค่าใช้จ่ายในบำรุงรักษา และรวมถึงความคล่องตัวในการใช้งานเพราะขนาดของรถที่มีขนาดกะทัดรัด สามารถควบคุมได้ง่าย รวมถึงความคล่องตัวในการหาสถานที่จอดซึ่งกำลังเป็นปัญหาที่เมืองใหญ่ต้องเผชิญ เช่น จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประชากรประมาณ 1,798,014 คน

(ระบบสถิติการลงทะเบียน, 2559) จะเห็นได้ว่าภายในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่นจะมีปัญหาเกี่ยวกับการจราจรติดขัดเป็นอย่างมาก ซึ่งการใช้รถยนต์ Eco-Car จะช่วยในการประหยัดน้ำมัน และมีประชากรบางส่วนเลือกที่ใช้รถยนต์แบบ Eco-Car ซึ่งรถยนต์ประเภทนี้ตอบโจทย์ในเรื่องความคล่องตัว และช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุที่เกิดจากการควบคุมรถยนต์ลงไปได้อย่างมาก อย่างไรก็ตามเนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนยังคงใช้รถยนต์ระบบเดิมทำให้ยังไม่รับรู้คุณประโยชน์ของรถยนต์ Eco-Car สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการยอมรับของประชากรที่จะตัดสินใจซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car (กิตติยา หนูมี, 2557)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้อรถยนต์ Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ว่ามีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเป็นอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้าง ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์ Eco-Car เพื่อให้ผู้ประกอบการนำผลไปใช้ในการทำการตลาดให้กับรถยนต์ Eco-Car การศึกษาในครั้งนี้ยังสามารถนำไปเป็นบทเรียน ที่ไปประยุกต์ใช้กับองค์กรอื่นๆต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น

3. เพื่อศึกษาลักษณะของรถยนต์ประเภท Eco-Car ที่เป็นที่ต้องการของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดทฤษฎี ดังนี้

- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้าน ประชากรศาสตร์ (Demographic)
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสม การตลาดบริการ 7P (Service Marketing Mix)
- แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น

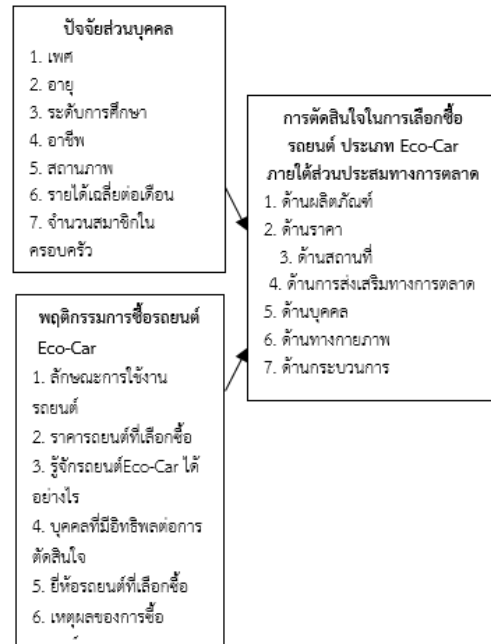
กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ตัดสินใจจะซื้อรถยนต์ Eco-Car ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

สถานที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ โชว์รูมรถยนต์ Toyota Honda Nissan Mitsubishi Suzuki และ MG ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา มกราคม 2560 -กันยายน 2560

กรอบแนวคิดการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้าน ประชากรศาสตร์ (Demographic)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ 7P (Service Marketing Mix)
4. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการศึกษา

ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลประชากร โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ซื้อรถยนต์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1 ถึงค่าคะแนน มากที่สุดคือ 5

3. ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ร่างแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบแก้ไข ข้อเสนอแนะ

3.2 นำแบบสอบถาม มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบภาษาเนื้อหา และสถิติ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข

3.3 ปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ และนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับผู้ที่ตัดสินใจจะซื้อรถยนต์ Eco-Car ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .269-.753 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.95

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้ค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Eco-Car ของประชากรในเขต

เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปรากฏ ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรถยนต์ Eco-car คิดเป็นร้อยละ 80.0 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.0 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 82.0 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.0 สถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 54.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.0 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

2. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะการใช้งานรถยนต์ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่นและใช้เดินทางต่างจังหวัดบ้างเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 73.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์ Eco-Car ในปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นร้อยละ 51.3 ราคาารถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ครอบครองอยู่คือ 500,000-750,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.3 ในการซื้อรถยนต์ครั้งต่อไปผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ ที่จะเลือกซื้อรถยนต์ Eco-Car คิดเป็นร้อยละ 46.3 ยี่ห้อรถยนต์ Eco-Car ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อคือ ฮอนด้า คิดเป็นร้อยละ 33.8 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ Eco-Car ส่วนใหญ่ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 60.0 เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ซื้อเป็นรถยนต์ครั้งแรก คิดเป็น ร้อยละ 53.8 วิธีชำระเงินค่ารถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ผ่อนชำระกับสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 96.3

3. จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเภทซื้อรถยนต์ Eco-Car โดยในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการเลือกซื้อรถยนต์ Eco-Car แบ่งเป็น 7 ด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ เทคโนโลยีของรถยนต์ Eco-Car ดีไซน์รูปลักษณ์ภายนอกและภายในในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และราคาอะไหล่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ สถานที่ จัดจำหน่ายอยู่ในทำเลที่เข้าถึงสะดวกในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การให้ ส่วนลด เงินสดหรือของแถม ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ มีความเชี่ยวชาญให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ พนักงานให้ข้อมูลของ สินค้าตรงตามความเป็นจริงและเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การจัดโชว์รูมมีความ สวยงาม ทันสมัย มีแผนกงานที่ชัดเจนและเป็นระบบ โชว์รูมมีความสะอาด มีบรรยากาศที่ปลอดโปร่งในระดับมากที่สุด

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ เทคโนโลยี

ของรถยนต์ Eco-Car ดีไซน์รูปลักษณ์ภายนอกและภายในในระดับมากที่สุด ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท และยี่ห้อของรถยนต์ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของนิดา ดิษฐ์บุญเชิญ (2553) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ในกรุงเทพมหานครในด้านรูปลักษณ์ภายนอกความสวยงาม การตกแต่ง มีสีภายนอก/ภายในให้ เลือกได้ และระบบเบรก

2. ปัจจัยด้านราคา จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาและราคาอะไหล่ ในระดับมากที่สุด ราคาขายของรถยนต์ Eco-Car และค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่า ราคาที่ผู้บริโภคให้การยอมรับและยินดีจ่ายเพราะผู้บริโภคมองว่าราคานั้นมีความคุ้มค่ากับการใช้งาน

3. ปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายจากการวิจัย พบว่าจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในทำเลที่เข้าถึงสะดวกในระดับมากที่สุด จำนวนศูนย์บริการโชว์รูมและตัวแทนจำหน่าย และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในศูนย์บริการโชว์รูม และตัวแทนจำหน่ายในระดับมากที่สุด มาก ซึ่งสอดคล้องกับยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2541: 28) กล่าวว่า ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาด ดังนั้น ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการอีกด้วย

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การให้ส่วนลดเงินสดหรือของแถม ในระดับมากที่สุด มีเงื่อนไขการวางเงินดาวน์ต่ำ และมีความประทับใจเมื่อได้ทดลองขับในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงาน

วิจัยของ พรรณนุช นาขวา (2548) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็ก พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่ง ขนาดเล็กของผู้บริโภค ไม่ใช่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพียงด้านเดียว แต่เป็นปัจจัยทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันคืออยู่ในระดับมากต่อปัจจัยทุกกลุ่ม

5. ปัจจัยด้านการให้บริการ จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ มีความเชี่ยวชาญให้คาปรึกษาด้านรถยนต์ ในระดับมากที่สุด การให้บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง และการดูแลเอาใจใส่ของพนักงานในระดับมาก นิดา ดิษฐ์บุญเชิญ (2553) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีกระบวนการด้านการชำระเงินที่รวดเร็ว มีกระบวนการสั่งซื้อทันสมัย กระชับ รวดเร็ว และมี กระบวนการส่งมอบที่ประทับใจ

6. ปัจจัยด้านบุคลากร จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ พนักงานให้ข้อมูลของสินค้าตรงตามความเป็นจริงและเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในระดับมากที่สุด พนักงานต้อนรับ มีความสุภาพ พุดจาไพเราะ มีความเป็นมิตรกับลูกค้า และพนักงานคอยสังเกต ให้ความช่วยเหลือทันทีเมื่อมีปัญหาหรือมีข้อสงสัยในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิดา ดิษฐ์บุญเชิญ (2553) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีความสำคัญ ต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ใน

ด้านการติดต่อกับพนักงานขายมีความสะดวก พนักงานขายมีความเป็นมืออาชีพในการจัดการการซื้อขาย พนักงาน ขายให้ความเอาใจใส่ติดตาม ก่อน/หลังการขาย และพนักงานในโชว์รูมหรือศูนย์บริการมีความใส่ใจ ให้การต้อนรับที่ดี

7. ปัจจัยด้านกายภาพ จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การจัดโชว์รูมมีความสวยงาม ทันสมัย มีแผนกงานที่ชัดเจน และเป็นระบบ โชว์รูมมีความสะอาด มีบรรยากาศที่ปลอดโปร่งในระดับมากที่สุด และมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง เข้า – ออก สะดวกสบายในระดับมาก กิตติยา หนูมี (2557) ทำการวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์ในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องรับรองลูกค้า การ จัดวางสิ่งของให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด สวยงาม และสะอาดตา บรรยากาศการตกแต่งโชว์ รูม/ศูนย์บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์Eco-Car ของประชากรในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ Eco-Car ควรจะคำนึงถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นถึงความประหยัดน้ำมัน ความปลอดภัย การรักษาสิ่งแวดล้อม ระบบการซื้อแบบผ่อนชำระ

2. แนะนำให้ศึกษากับตัวแปรอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษานี้

- ตัวแปรด้านภาพลักษณ์ของรถยนต์เช่น ภาพลักษณ์สินค้าที่มีต่อผู้บริโภค

- ตัวแปรด้านการออกแบบรถยนต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือไลฟ์สไตล์ที่มีต่อผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า รุ่นพริอุส ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อำนาจ พนาคุณากร (2554). การศึกษาปัจจัยแวดล้อมในการดำรงชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการซื้อรถยนต์ Eco-Car ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กิตติยา หนูมี (2557). ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. (2557). ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์โตโยต้า ยาริส. สืบค้นจาก <http://www.toyota.co.th/switch.php>
- บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล(ประเทศไทย) จำกัด. (2557). ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ฮอนด้า บริโอ อเมซ. สืบค้นจาก <https://www.honda.co.th/th/abouthonda>
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2558). ข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการรถยนต์ Eco-Car. สืบค้นจาก www.boi.go.th/upload/content/BOI_March58_93611.pdf
- บริษัท ในเครือหน่วยธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ปตท. (2560). สถานการณ์ราคาน้ำมันดิบและน้ำมันสำเร็จรูป สืบค้นจาก <http://www.pttplc.com/th/Media-Center/Activity/Pages/news-2017-02-14.aspx>
- กิตติยา หนูมี (2557) ทำการวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์ในกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นิตา ดิษฐ์บุญเชิญ (2553) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กลยุทธ์การตลาด: การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเทรค จำกัด.
- พรรณนุช นาขวา (2548) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ขนาดเล็ก. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2541). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

การรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการประกอบ
อาชีพกับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน
THE EFFECTS OF SELF-EFFICACY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN
OCCUPATION STRESS AND WORK BEHAVIOR

ชีวัน ทองสอดแสง¹ และ โสภิตา สัมปัตติกร²
Cheewan Thongsodsang¹ and Sopida Sampattikorn²

¹สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

²สาขาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

¹Major of Management, Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Isan, Khon Kaen Campus

²Major of Business Administration, Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of
Technology Isan, Sakonnakorn Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองในบทบาทของตัวแปรแทรก ที่ มีอิทธิพลร่วมกับความเครียดจากการประกอบอาชีพกับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน ตามแบบจำลอง EVLN Model ของพนักงานบริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิมเทม จำกัด กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 186 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สัมภาษณ์เกี่ยวกับทัศนคติ ที่มีต่อความเครียดจาก การประกอบอาชีพ, การรับรู้ความสามารถของตนเอง และพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การวิเคราะห์องค์ประกอบ, การวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิคการจัดลำดับขั้น ผลการวิจัย พบว่า พนักงานตอบสนองต่อความเครียดจากการประกอบอาชีพด้วยพฤติกรรมการร้องเรียน จงรักภักดี และ ละเลย เพิกเฉยในงานแทนการลาออกจากองค์กร ผลของการทดสอบการรับรู้ความสามารถของตนเองก็เช่น เดียวกัน พนักงานที่มีความสามารถในการรับรู้สูง เลือกที่จะร้องเรียนและจงรักภักดีต่อองค์กรแทนการลาออก ส่วนผลของการทดสอบตัวแปรแทรกนั้นไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ไม่ว่าจะสูงหรือต่ำ ไม่มีผลต่อความเครียดในการประกอบอาชีพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน ของพนักงานระดับปฏิบัติการ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของบลูคอลลาร์

คำสำคัญ: ความเครียดจากการประกอบอาชีพ, พฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน, การรับรู้ความสามารถของ ตนเอง

Corresponding Authors

E-mail: cheewan.th@gmail.com, sam_sopida@hotmail.com

Abstract

The purposes of this research were to study of self-efficacy in the role of moderating effects on occupation stress and work behavior that based on EVLN model of the employee of Ek-Chai Distribution System Company Limited. The operation staffs were selected as a sampling group totally as 186 persons. The instrument of this research is a questionnaire to survey the attitude of occupation stress, self-efficacy, and work behavior. Moreover, statistics to data analyze including percentage, mean, standard deviation, factor analysis, Pearson's correlation coefficient, and hierarchical multiple regression analysis. The results found that employees respond occupational stress in behavior of voice, loyalty, and neglect instead exit. Furthermore, the outcome of self-efficacy testing showed that employees have a high ability to recognize and select make a complaint (voice) and dormant (loyalty) instead of resignation (exit). Besides, the moderating effects do not according to the hypothesis, because high or low of self-efficacy has not to impact on occupation stress that might be influenced on work behavior in operation level of employee which congruence with principle of Blue Collar Worker.

Keywords: occupation stress, work behavior, self-efficacy

บทนำ

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาประเทศ ทำให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างอาชีพ ประสิทธิภาพในการทำงานของคนในสังคมทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ ความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมการแสดงออก ทำให้คนไทยเกิดปัญหาภาวะความเครียด จากการสำรวจปัญหาความเครียดของคนไทยพบว่า มีสาเหตุมาจากความเครียดในการทำงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 65 โดยเฉพาะงานที่ต้องรองรับอารมณ์ผู้อื่น อาชีพหรือประเภทของงานที่มีความเครียดมากที่สุด คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ, บุคลากรทางการแพทย์, วิศวกร, ฝ่ายขายและการตลาด อาชีพหรือประเภทของงานที่มีความเครียดน้อย คือ บุรุษไปรษณีย์, บรรณารักษ์, ช่างทำผม (เทอดศักดิ์ เดชคง, 2553)

ความเครียดกับคุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญที่คนเราควรตระหนัก ความเครียดที่เกี่ยวข้องกับงานมีอยู่หลายปัจจัย เช่น สิ่งแวดล้อมในการทำงาน, บทบาทในองค์กร, ความต้องการส่วนบุคคล, ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน, โครงสร้างองค์กร เป็นต้น หากมีมากเกินไปจะนำมาซึ่งพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ (Misbehavior) เช่น ความวิตกกังวล อารมณ์หงุดหงิด ก้าวร้าว ท้อแท้ รู้สึกว่าตนเองด้อยคุณค่า เบื่อหน่าย และไม่พอใจในการปฏิบัติหน้าที่ มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อวิชาชีพและสุดท้ายต้องลาออกจากองค์กร (จุฑามาศ แก้วพิจิตร, 2548) จากบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบจะมีความสัมพันธ์กับความเครียดในการทำงานบุคคลที่มีความกังวลต่ำ (Neuroticism) จะมีบุคลิกภาพที่แสดงออกอย่างเหมาะสม (Extraversion) และเป็นผู้ที่มีจิตสำนึกสูง (Conscientiousness) จะเปิดรับแรงกดดันได้ต่ำ (Grant & Langan-Fox, 2006) ตรงข้ามกับบุคคลที่มีความกังวลสูงเป็นผู้ที่ไม่มีจิตสำนึกจะเปิดรับแรงกดดันได้สูง ซึ่ง

ความเครียดในการทำงานเป็นปัญหาของทั้งบุคคลและองค์กร ทำให้องค์กรเสียต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น วันทำงานที่ขาดหายไป ค่าใช้จ่ายในเรื่องของสุขภาพ และเทคโนโลยีก็มีผลทำให้บุคลากรเกิดความเครียดในการทำงาน (Lim & Teo, 1999)

ความเครียดในการทำงานไม่ได้หมดไปเมื่อสิ้นวันทำงาน แต่ยังคงอยู่กับคนเรา และส่งกระทบเป็นวงกว้าง ทำให้รู้สึกไม่มั่นคงในอาชีพ ซึ่งภาวะความเครียดในการทำงานหรือความไม่พึงพอใจนี้ มักจะส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพ (Byrne, 2002) ดังนั้น เพื่อที่องค์กรจะรักษาการทำงานของพนักงานให้มีความก้าวหน้า ควรที่จะปรับปรุงลักษณะการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการประกอบอาชีพและลักษณะของบุคคล การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกของพนักงานในเชิงลบ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รับทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน และลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ที่อาจจะเกิดจากความเครียดในการทำงาน ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานมีความเชื่อมั่นและเห็นคุณค่าในตัวเอง มีทัศนคติที่ดีในการทำงานรวมถึงการตัดสินใจที่ดีในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการประกอบอาชีพ (Occupation stress) กับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน ซึ่งเป็นทางเลือกของพนักงานที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมาเมื่อได้รับความเครียดจากการทำงาน มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ ความต้องการลาออก (Exit), การร้องเรียน (Voice), ความจงรักภักดี (Loyalty), และการละเลย เพิกเฉย ต่องาน (Neglect) พร้อมทั้งได้ดำเนินการทดสอบการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ในบทบาทของตัวแปรแทรก (Moderator) ซึ่งผลการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการจัดการ

ทรัพยากรบุคคลและบริหารจัดการความเครียดในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีสุขภาพจิตที่ดีและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

คำถามงานวิจัย

การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการประกอบอาชีพกับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงานของพนักงานบริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เทสโก้ โลตัส) จังหวัดขอนแก่น หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการประกอบอาชีพกับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการประกอบอาชีพกับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน

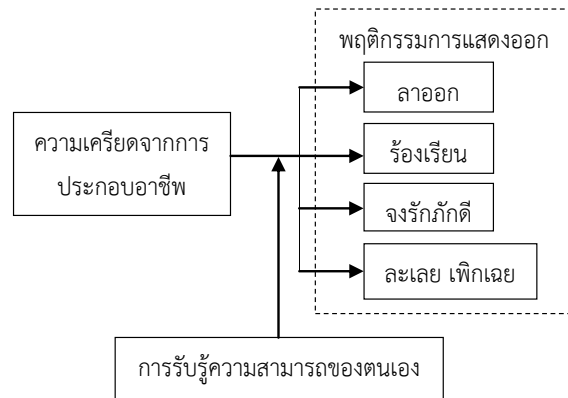
ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของ Ajzen and Fishbein (1980) กล่าวว่า การกระทำของคนเรานั้นส่วนใหญ่เกิดขึ้นภายใต้การควบคุมของจิตใจและมีความเกี่ยวข้องกับสังคม ทฤษฎีนี้จะช่วยสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมของบุคคลว่าอะไรคือปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสิ่งที่บุคคลจะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมามี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางด้านเจตคติต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านอารมณ์ ความคิดในลักษณะปัจเจกบุคคล และอีกด้านหนึ่ง คือ ปัจจัยทางด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งความเครียดจากการประกอบอาชีพของพนักงานบริษัท มีสาเหตุมาจากปริมาณงานมาก (Work overload) ในแต่ละวัน การได้รับบทบาทหน้าที่ที่ไม่ชัดเจน (Role conflict) ซึ่ง

ทำให้เกิดความขัดแย้งในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal) ก็มี ส่วนที่ทำให้เกิดความเครียดในงานได้เช่นกัน (Jimmie-son, 2000) ซึ่งอาจจะมาจากการไม่ได้รับการยอมรับ การแสดงความคิดเห็นในงานได้ค่อนข้างน้อย การประสานงานรวมถึงการรับฟังปัญหาซึ่งกันและกัน ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในงานและตอบสนองความไม่พึงพอใจด้วยการแสดงออกซึ่ง พฤติกรรม 4 ด้านตามแบบจำลอง EVLN Model แบบ จำลองดังกล่าวจะช่วยอธิบายพฤติกรรมตอบสนอง ของพนักงานที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่าง หนึ่ง หากบุคคลมีระดับความเครียดสูงในการรับรู้ อันดับแรกของคนเราอาจประสบอารมณ์เชิงลบนำไป สู่ความไม่พึงพอใจ (Lu et al., 2005) สำหรับการพัฒนากรอบแนวคิด EVLN Model จาก Hirschman’s theory (1970) ความไม่พึงพอใจที่เป็นผลมาจาก ความเครียดในการทำงานนำไปสู่พฤติกรรมลาออก (Exit) ไม่ว่าจะเป็นการมองหาตำแหน่งใหม่หรือลาออก องค์กร หรือพฤติกรรมร้องเรียน มีปากเสียง (Voice) พนักงานต้องการที่เสนอความคิดเห็น แลก เปลี่ยน ร่วมปรึกษาหารือกับหัวหน้างานถึงปัญหา เพื่อ ที่จะปรับปรุงและค้นหาแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม ส่วน ทางด้านของพฤติกรรมความจงรักภักดี (Loyalty) จะ เป็นไปในลักษณะที่แสดงออกด้วยความเฉื่อยชาแต่ มองโลกในแง่ดี ไม่เดือดร้อนกับปัญหา ยอมรับความ เป็นจริงเพื่อรอให้สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ ดี เชื่อมั่นตามแนวทางของผู้บริหาร หรือพฤติกรรมที่ ละเลยเพิกเฉย (Neglect) ไม่สนใจต่อสิ่งใด มีการขาด งานเป็นประจำ ลดการทุ่มเท และมีข้อผิดพลาดเพิ่ม ขึ้น (Wille, 2001)

การรับรู้ความสามารถของตนเองพัฒนามา จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social learning theory) เป็นความเชื่อของบุคคลในการตัดสินใจ ที่เชื่อ ว่าตนเองมีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมใน สถานการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าและสามารถบรรลุ

ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้ (Bandura and Wood, 1989) การรับรู้ความสามารถของตนเอง แต่ละบุคคลมีพื้นฐานมาจากปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ, การได้เห็น ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จของผู้อื่น, การ ชักชวนด้วยวาจา จะทำให้บุคคลมีกำลังใจ และมีความ เชื่อมั่นในการแสดงพฤติกรรมมากขึ้น และสภาวะทาง อารมณ์ เป็นแรงผลักดันการรับรู้ความสามารถของ บุคคลให้สูงหรือต่ำได้ จากที่กล่าวมาการรับรู้ความ สามารถของบุคคลอาจจะเกิดจากปัจจัยทั้ง 4 ประการ หรือปัจจัยบางประการก็ได้ สามารถนำ เสนอด้วย กรอบแนวคิดงานวิจัย ดังภาพด้านล่างนี้



วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจประชากรเป็นพนักงาน ระดับปฏิบัติการ บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เทสโก้ โลตัส) จังหวัดขอนแก่น ทำการเก็บ ข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงกรกฎาคม 2561 จำนวนประชากร 220 คน เมื่อเทียบสัดส่วนตามตาราง สำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน (1970) ขนาดของ กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการอย่างน้อย 140 คน โดยกำหนด ค่าความคลาดเคลื่อนของประชากรที่ระดับ 0.05 ผู้ วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) เนื่องด้วยจำนวนกลุ่ม ตัวอย่างมีขนาดเล็กและพนักงานมีการพลัดเปลี่ยน หมุนเวียนการทำงานหลายช่วงเวลา (ช่วงเช้าและช่วง

บาย) จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection) โดยการให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้มอบหมายให้ผู้ช่วยวิจัยที่ได้รับการฝึกฝนและมีการทำความเข้าใจเป็นอย่างดีแล้ว ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรอรับกลับทันที ซึ่งพบว่าแบบสอบถามที่ตอบกลับมาสมบูรณ์ ใช้ได้จริง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 84.54

เมื่อทำการตรวจสอบ Assumption ของข้อมูลในเบื้องต้นพบว่า ข้อมูลมี Outliers และข้อมูลมีการกระจายแบบไม่ปกติ จึงทำการแก้ปัญหาด้วยการตัด Outliers ออก แล้วตรวจสอบใหม่อีกครั้งพบว่า การตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้กราฟ (Histogram, Stem and leaf, and Normal probability plot) มีการแจกแจงข้อมูลเป็นปกติ และมีความเป็นเส้นตรง นอกจากนี้ได้ทดสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการทดสอบทางสถิติ (Kolmogorov - Smirnov test and Shapiro - Wilk test) พบว่าไม่ Sig ทั้งสองการทดสอบ แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบโค้งปกติอย่างสมบูรณ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณนั้น ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ที่เป็นอิสระต่อกัน เมื่อพิจารณาจากค่า VIF เท่ากับ 1 ซึ่งไม่เกิน 10 นั่นคือไม่มีปัญหา Multicollinearity

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) การวัด 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับที่ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 4 = เห็นด้วย, 3 = ไม่มีความเห็น, 2 = ไม่เห็นด้วย, 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงตามลำดับ จำนวน 42 ข้อ และได้แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ความคิด

เห็นเกี่ยวกับความเครียดจากการประกอบอาชีพ (Occupation Stress) (2) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) และ (3) พฤติกรรมการแสดงออกในการทำงาน (Work Behavior) ได้แก่ ลาออก, ร้องเรียน, จงรักภักดี, และละเอียด เพิกเฉย ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ ตัวแปรความเครียดจากการประกอบอาชีพ ข้อคำถามปรับปรุงและพัฒนามาจาก วิจิต ปานอุทัย (2547) จำนวน 12 ข้อ, ตัวแปรพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน ข้อคำถามปรับปรุงและพัฒนาจากงานของ Locke (1983) อ้างใน พิเชิต พิทักษ์เทพสมบัติ จำนวน 20 ข้อ, และตัวแปรการรับรู้ความสามารถของตนเอง ข้อคำถามปรับปรุงจาก วิจิต ปานอุทัย (2547) จำนวน 10 ข้อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis), การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis), และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยเทคนิคการจัดลำดับชั้น (Hierarchical Technique) และการทดสอบสมมติฐานความเป็นตัวแปรแทรกซ้อนของความเครียดจากการประกอบอาชีพขัดขวางการทดสอบของ Brockner and Wiesenfeld (1996)

ทั้งนี้ การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีการใช้เทคนิควิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่า มีค่า Factor loading อยู่ระหว่าง 0.50 - 0.80 มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.40 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) ของตัวแปรพฤติกรรมการร้องเรียนมีค่า $\alpha = 0.59$ ซึ่งค่า α มีค่าใกล้เคียง 0.60 (Hair et al., 2006) ส่วนตัวแปรอื่น ๆ มีค่า α ไม่ต่ำกว่า 0.60 อธิบายได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่า Factor loading และค่าความเชื่อมั่น (α) ของเครื่องมือวัด

ตัวแปร	Factor loading	ความเชื่อมั่น (α)
1. ความเครียดจากการประกอบอาชีพ	0.54 – 0.72	0.77
2. พฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน		
ลาออก	0.68 – 0.78	0.60
ร้องเรียน	0.49 – 0.69	0.59
จ้องรักภักดี	0.58 – 0.70	0.63
ละเอียด เพิกเฉย	0.68 – 0.80	0.77
3. การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.50 – 0.70	0.80

ผลการวิจัย

จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ระยะ

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 57 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 สถานภาพโสด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 6) เวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 ระดับเงินเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และปฏิบัติงานอยู่ในแผนกบริการลูกค้า จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	Mean	S.D.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1) ความเครียด	3.22	0.68	1					
(2) การรับรู้ความสามารถของตนเอง	3.74	0.55	0.080	1				
(3) ลาออก	2.63	0.73	-0.295**	-0.182*	1			
(4) ร้องเรียน	3.39	0.61	0.456**	0.258**	-0.517**	1		
(5) จ้องรักภักดี	3.39	0.64	0.474**	0.275**	-0.363**	0.483**	1	
(6) ละเอียด เพิกเฉย	3.28	0.84	0.451**	0.139	-0.250**	0.287**	0.597**	1

** p < 0.01, * p < 0.05, (N = 186)

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ =3.74, S.D.=0.55) รองลงมา จะเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงานนั้นคือ ความจ้องรักภักดี ($\bar{x}$ =3.39, S.D.=0.64) พฤติกรรมการร้องเรียน ($\bar{x}$ =3.39, S.D.=0.61) การละเอียด เพิกเฉย ($\bar{x}$ =3.28, S.D.=0.84) ความเครียดจากการทำงาน ($\bar{x}$ =3.22, S.D.=0.68) และพฤติกรรมการลาออก ($\bar{x}$ =2.63, S.D.=0.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเครียดจากการประกอบอาชีพ พฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ตัวแปร	พฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน ()			
	ลาออก	ร้องเรียน	จงรักภักดี	ละเลย
ขั้นตอนที่ 1				
ความเครียดจากการประกอบอาชีพ	-0.282***	0.438***	0.455***	0.443***
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	-0.159*	0.223***	0.239***	0.103
R ²	0.112	0.258	0.281	0.214
ขั้นตอนที่ 2				
Interaction	-0.030	-0.156	0.194	-0.760
R ²	0.112	0.258	0.281	0.214
R ² Change	0.000	0.000	0.000	0.006

*** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05, (N = 186) Interaction คือ ความเครียดจากการประกอบอาชีพ x การรับรู้ความสามารถของตนเอง

จากตารางที่ 3 ขั้นตอนที่ 1 ตัวแปรที่นำเข้ามาประกอบด้วย ความเครียดจากการประกอบอาชีพและการรับรู้ความสามารถของตนเอง พบว่า ตัวแปรความเครียดจากการประกอบอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความจงรักภักดี ($\beta=0.455$, $p<0.001$, $R^2=0.281$), พฤติกรรมการละเลย เพิกเฉย ($\beta=0.443$, $p<0.001$, $R^2=0.214$), และพฤติกรรมการร้องเรียน ($\beta=0.438$, $p<0.001$, $R^2=0.258$) ตามลำดับ ความสัมพันธ์แต่ละตัวแปรเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความเครียดจากการประกอบอาชีพกับพฤติกรรมการลาออก มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta=-0.282$, $p<0.001$, $R^2=0.112$)

และตัวแปรการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความจงรักภักดี ($\beta=0.239$, $p<0.001$) และพฤติกรรมการร้องเรียน ($\beta=0.223$, $p<0.001$) อย่างมีนัยสำคัญ ตามลำดับ ซึ่งการรับรู้ความสามารถของตนเองกับพฤติกรรมการลาออก มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta=-0.159$, $p<0.05$) และการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

ละเลยเพิกเฉยในงาน

ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบความเครียดจากการประกอบอาชีพที่มีอิทธิพลร่วมจากการรับรู้ความสามารถของตนเองกับพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงาน พบว่า ความเครียดจากการประกอบอาชีพไม่มีอิทธิพลร่วมกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง (ค่า R^2 ไม่เปลี่ยนแปลง)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า ความเครียดจากการประกอบอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการร้องเรียน, พฤติกรรมความจงรักภักดีและพฤติกรรมการละเลยเพิกเฉย ซึ่งแต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกันความเครียดจากการประกอบอาชีพกับพฤติกรรมการลาออก มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อพนักงานเกิดความเครียดในการทำงานจะทำให้มีโอกาสที่จะแสดงพฤติกรรมการร้องเรียน จงรักภักดี หรือละเลยต่องานได้เท่าๆ กัน ซึ่งแม้ว่าจะได้รับความเครียดในการทำงานมากหรือน้อย แต่พนักงานก็เลือกที่จะไม่ลาออก สอดคล้องกับหลัก

การของบลูคอลลาร์ (Blue Collar Worker) ที่กล่าวถึงกลุ่มผู้ใช้แรงงานในที่นี้คือ พนักงานระดับปฏิบัติการว่าการประกอบอาชีพของกลุ่มผู้ใช้แรงงานนี้ขึ้นอยู่กับ Connection หรือคนรู้จักแนะนำงานให้ทำ มีทางเลือกในการประกอบอาชีพไม่มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของการศึกษาที่ส่วนมากจบการศึกษาในระดับ ม.6 และมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน แต่อย่างน้อยพนักงานก็ยังมีโอกาสที่จะแสดงออกถึง 3 ทางเลือกซึ่งเป็นการส่งสัญญาณอย่างหนึ่งให้องค์กรรับทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานและความต้องการของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Kramer (1995) ที่ได้อธิบายไว้ว่า Blue Collar นี้จะจัดให้สภาพแรงงานเป็นตัวแทนในการเจรจาต่อรองกับนายจ้าง สามารถทำได้ในประเทศที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตยมากกว่าระบบคอมมิวนิสต์ที่อำนาจตกไปเป็นของกลุ่มบุคคล ซึ่งเหมาะสมกับบริบทในประเทศไทยและ Blue Collar เลือกที่จะร้องเรียนเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมมากกว่าการลาออก ในทำนองเดียวกับ Ersoy et al., (2010) อธิบายว่า Blue Collar มีความเครียดในการทำงานสูงกว่า White Collar และสิ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของพวกเขามาจากความเชื่อทางศาสนา มากกว่าระดับการศึกษา ทำให้เข้าใจได้ว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลร่วมกับความเครียดจากการประกอบอาชีพ เนื่องจาก Blue Collar เชื่อในความสามารถของตนเองน้อยกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น ศาสนา, วัฒนธรรม, บุคคลที่น่าเชื่อถือ อีกนัยหนึ่งที่กำลังกล่าวถึงการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในกลุ่มของ Blue Collar Worker นี้ พนักงานบางคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเอง นั่นคือมีการศึกษาสูงกว่าระดับ ม.6 จะทำให้มีการตัดสินใจที่ดีกว่าและมีมุมมองต่อความเครียดในการทำงานอีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งต่างจากกลุ่มแรกที่ได้กล่าวมา ในกลุ่มนี้พนักงานที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง เลือกที่จะไม่ลาออกจากงาน แต่มีโอกาที่จะร้องเรียนเพื่อปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น และมี

ความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยเลือกที่จะไม่เปลี่ยนงานแต่มองถึงโอกาสความก้าวหน้าในงาน เพราะมีความเชื่อมั่นในความสามารถตนเองและมีกำลังใจที่ดี ซึ่งหากผู้บริหารได้รับฟังปัญหาและร่วมกันแก้ไข คนกลุ่มนี้เชื่อว่าสถานการณ์ที่เกิดความเครียดในการทำงานจะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีได้ ส่วนการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่ว่าจะสูงหรือต่ำก็ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการละเลย เพิกเฉยต่องาน เนื่องจากว่า Blue Collar นี้ มีพฤติกรรมขาดงาน มาสาย อาจจะเนื่องมาจากปัญหาครอบครัวหรือไม่สามารถจัดการความเครียดที่เกิดขึ้นกับตนเองได้ ต้องหันไปดื่มสุราหรือสูบบุหรี่ ทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ ที่สำคัญคนกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่จะไม่แก้ไขปัญหาด้วยตัวเอง แต่รอให้ผู้อื่นแก้ไขปัญหาให้ ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้บริหารหรือพนักงานในกลุ่ม White Collar Worker นั่นคือพนักงานออฟฟิศที่จะต้องประสานงาน สั่งการ ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานให้เกิดความถูกต้อง เรียบร้อยและเป็นธรรม ผลของการทดสอบตัวแปรการรับรู้ความสามารถของตนเองในฐานะของตัวแปรแทรก ซึ่งตามทฤษฎีเชื่อว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองจะช่วยปรับให้ความเครียดจากการประกอบอาชีพส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงลบที่แสดงออกในการทำงานตามแบบจำลอง EVLN Model นั้นลดลง ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลร่วมกับความเครียดจากการประกอบอาชีพ สอดคล้องกับงานของ Chen & Scannapieco (2010) ที่กล่าวว่าพนักงานที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะรับรู้สภาพแวดล้อมในการทำงานได้ดีและควบคุมความต้องการของตนเองได้ดีกว่าเมื่อเทียบกับพนักงานที่มีความสามารถในการรับรู้ต่ำ และยังสอดคล้องกับ Blue Collar ที่ว่าพนักงานที่มีความสามารถในการรับรู้ต่ำ จะไม่สามารถควบคุมความต้องการของตนเองได้เนื่องจากไม่เข้าใจสภาพแวดล้อมในการทำงาน ไม่สามารถปรับตัวเองได้ ทำให้แสดงพฤติกรรมออกมาในเชิงลบ และจากการสนับสนุนงานของ Gist & Mitch-

el (1992) ที่ศึกษาแนวคิดของ Bandura & Wood (1989) ที่ว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะส่งผลให้บุคคลมีความเครียดในระดับที่ต่ำนำไปสู่ความพึงพอใจในงาน เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในงานก็จะแสดงพฤติกรรมในเชิงลบออกมาน้อยหรือไม่มีเลย

สรุปผล

เมื่อเกิดความเครียดจากการประกอบอาชีพหรือการทำงาน สิ่งที่มาคือความไม่พึงพอใจในงาน โดยพนักงานมักจะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อต้องการให้องค์กรได้รับรู้ปัญหาและเลือกตัดสินใจแก้ไขปัญหาเหล่านั้นด้วยวิธีการที่เหมาะสม โดยพนักงานจะทำการร้องเรียน เพื่อสอบถามและชี้แจงในประเด็นที่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน หรืออาจจะเลือกแสดงออกในลักษณะของการจ้องรักภักดีต่อองค์กร เพื่อรอให้สถานการณ์เปลี่ยน เนื่องด้วยพนักงานมีความเชื่อว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น สามารถเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นได้ รวมถึงการแสดงออกโดยการละเลยในหน้าที่บางประการ ที่สำคัญคือความเครียดจากการประกอบอาชีพมิได้ส่งผลกระทบให้พนักงานลาออกจากองค์กรทำนองเดียวกันกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง พนักงานก็จะมีพฤติกรรมการร้องเรียนและจ้องรักภักดี

อย่างไรก็ตาม การรับรู้ความสามารถของตนเองในบทบาทของตัวแปรแทรกซ้อนนั้นไม่มีอิทธิพลต่อใดๆ ต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการประกอบอาชีพและพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงานของพนักงาน แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการทำงานเท่านั้น ดังนั้น จึงไม่มีความเหมาะสมในการทำหน้าที่เป็นตัวแปรแทรกในงานวิจัยนี้

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

ควรศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเครียดในการประกอบอาชีพ เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของความเครียดในการทำงานกับตัวแปรอื่นๆ เช่น กลยุทธ์ในการเผชิญความเครียดแรงจูงใจในการทำงาน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาความเครียดในการประกอบอาชีพและการรับรู้ความสามารถของตนเองที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ เช่น Blue collar กับ White collar เพื่อดูว่าผลมีความแตกต่างหรือสอดคล้องกันหรือไม่ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง

เอกสารอ้างอิง

- จุฑามาศ แก้วพิจิตร. (2548). คอลัมน์ Human Conner. โครงการบัณฑิตศึกษา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สำนักบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. *ประชาชาติธุรกิจ*, 28(3654): 6 จาก <http://www.nidambe11.net>
- เทอดศักดิ์ เดชคง. (2553). จิตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. เทคนิคพิชิตความเครียดเพื่อความสุขของคนทำงาน. คลังปัญญาไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561, จาก <http://www.panyathai.or.th>
- พิชิต พัทธกะเทพสมบัติ และคณะ. (2552). ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร. *คณะรัฐประศาสนศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- วิจิต ปานอุทัย. (2547). *ความเครียดของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)*. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A., & Wood, R. E. (1989). Effect of perceived controllability and performance standard on self-regulation of complex decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56: 805-814.
- Brockner, J. & Wiesenfeld, B.. (1996). An integrative framework for explaining reactions to decisions: Interactive effects to outcomes and procedures. *Psychological Bulletin*, 120(2): 189-208.
- Byrne, D. G.. (2002). Occupational stress, occupational structure and occupational morbidity. *International Congress Series*, 1241: 151-154.
- Chen, S. & Scannapieco, M.. (2010). The influence of job satisfaction on child welfare worker's desire to stay: An examination of the interaction effect of self-efficacy and supportive supervision. *Children and Youth Service Review*, 32: 482-486.
- Ersoy, N. C., Born, M. Ph., Derous, E., & Molen, H. T.. (2010). Antecedents of organizational citizenship behavior among blue-and white-collar worker in Turkey. *International Journal of Intercultural Relations*.
- Gist, M. E. & Mitchel, T. R.. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management Review*, 17(2): 183-211.
- Grant, S. & Langan-Fox, J.. (2006). Occupational stress, coping and strain: The combined/interactive effect of the Big Five traits. *Personality and Individual Differences*, 41: 719-732.
- Hair J. F., Black, W.C., Babin B. J., Anderson, R.E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (6th ed)*. New Jersey: Pearson Education International.
- Jimmieson, N. L.. (2000). Employee reactions to behavioural control under conditions of stress: the moderating role of self-efficacy. *Work & Stress*, 14(3): 262-280.
- Kramer, M.. (1995). Blue-collar workers and the post-communist transitions in Poland, Russia, and Ukraine. *Communist and Post-Communist Studies*, 28(1): 3-11.
- Lim, V. K. G. & Teo, T. S. H.. (1999). Occupational stress and IT personal in Singapore: factorial dimensions and differential effects. *International Journal of Information Management*, 19: 277-291.
- Locke, E.A.. (1993). “*The nature and causes of job satisfaction*” in Dinnette, A.D. Handbook of industrial and organizational psychology. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Lu, C., Sui, O., & Cooper, C. L.. (2005). Managers' occupational stress in China: the role of self-efficacy. *Personality and Individual Difference*, 38: 569-578.
- Wille, A. (2001). Political responses to dissatisfaction in Russia. *Journal of Happiness Studies*, 2: 205-235.

แนวทางการพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์ THE GUIDELINE OF SURIN TO BE MICE DESTINATION INDUSTRY

อิสระพงษ์ เขียนปัญญา
ISSARAPONG KHIANPANYA

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์ และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสุรินทร์ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ อุตสาหกรรมไมซ์ และการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดมีศักยภาพทางด้านการเป็นที่ตั้งและจุดเชื่อมโยงของเส้นทางและการเดินทางของกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ ของจังหวัดขอนแก่น กรุงเทพมหานคร และกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ที่สามารถสร้างเส้นทางเชื่อมโยงที่สามารถรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ และยังเป็นศูนย์กลางในด้านการค้า การลงทุน การศึกษา และการบริการทางการแพทย์ ควรที่จะพัฒนาให้จังหวัดเป็นเมืองไมซ์ที่มีศักยภาพด้วยการพัฒนาในเรื่อง บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ การยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ การสร้างความร่วมมือในพื้นที่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการปรับตัวต่ออุตสาหกรรมไมซ์

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมไมซ์ การพัฒนาศักยภาพ

Abstract

This article aims to study and analyze for The Guideline of Surin to be MICE Destination Industry and also to propose suggestions on how to potentials of Surin for MICE city. The process in the study it was found that Surin has great potential of it, location which connects MICE industry city to go local (Khon Kaen and Bangkok) and it is the center of commerce, investment, academic and medical care. In the overall of potential for MICE industry it was should be improved are MICE personnel and standard of MICE industry. Cooperation with in the area infrastructure and facilities for prepare capacity development in the Mice industry.

Keywords : MICE Industry, Capacity Development

บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นกลุ่มธุรกิจสำคัญของโลกที่เติบโตเร็วกว่าธุรกิจ การท่องเที่ยวโดยทั่วไป ในปี 2556 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมไมซ์มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนในตลาดการท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 54 (ITB Berlin, 2014) และในภูมิภาคเอเชียยังเป็นศูนย์กลางของการจัดงานตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมไมซ์ของเอเชียขยายตัวต่อเนื่องตามลำดับ (MICE4business, 2014) ในกลุ่มอาเซียนให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง เช่น ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม เพื่อให้ประเทศของตนมีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ในอาเซียน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

ประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการให้มีศักยภาพสามารถเข้าสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยกำหนดแนวทางและนโยบายในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของประเทศ ผลักดันให้เกิดการพัฒนาและตื่นตัวทั้งทางด้านสินค้าบริการ และทักษะของผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและตลาดโลกได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ซึ่งหนึ่งในโครงการสำคัญที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ดและสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศ คือ โครงการไมซ์ซิตี้ (MICE City) ซึ่งเป็นนโยบายที่ทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการได้เล็งเห็นศักยภาพของเมืองที่มีความพร้อม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น (กองบรรณาธิการแบรนด์

เอจ, 2555) โดยได้พิจารณาความพร้อมของจังหวัดต่างๆใน 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านการจัดกิจกรรมไมซ์ในแต่ละประเภท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคหนึ่งของประเทศไทยที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ให้จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองไมซ์ ของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) และจากการศึกษาตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของการพัฒนาจังหวัดเพื่อศึกษาถึงจุดขายที่มีความแตกต่างกันในการพัฒนาเป็นเมืองไมซ์ ยังส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของเมืองไมซ์ ที่เป็นเมืองรองระดับภูมิภาค เชียงราย อุดรธานี นครราชสีมา ระยอง และหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และจังหวัดใกล้เคียงกลุ่มเมืองรอง สะท้อนถึงความไม่เพียงพอด้านสถานที่รองรับการจัดประชุมขนาดใหญ่ในระดับภูมิภาค หากแต่ต้องการขยายอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโต เพิ่มศักยภาพการจัดประชุมเพื่อเป็นการขยายการลงทุนและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว (มติชน, 2561)

จากแผนพัฒนาจังหวัดสุรินทร์ ยังส่งเสริมยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่ชายแดน กลุ่มนครชัยบุรินทร์ (สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, 2560) และยังสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกที่เป็นการสร้างรายได้ด้านธุรกิจการจัดประชุมและการแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดที่มีความพร้อมทางด้านการส่งเสริมการพัฒนการจัดประชุมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางการศึกษาความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์ ผู้เขียนมีแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร เว็บไซต์ และบทความที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ
2. ผู้ศึกษาได้มีการนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ในเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์และนำเสนอในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์
3. สรุปผลที่ได้จากการศึกษาและข้อเสนอแนะ

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรม MICE (MICE: Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) หรือเรียกว่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ถือเป็นส่วนประกอบหนึ่งของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นมูลค่ามหาศาล (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงมีระดับการใช้จ่ายที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 2-3 เท่า (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2554) อุตสาหกรรม MICE โดยถ้ามองในแง่ของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่าสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้จัดประชุมได้อย่างน่าสนใจ เช่น ค่าลงทะเบียน นอกจากนี้แล้วผู้เข้าร่วมประชุมยังอาจต้องจ่ายค่าโรงแรมที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหารและค่าของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งนั่นหมายถึงตัวเงินที่สะพัดอยู่ในระบบเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ประมวล สุธีจารุวัฒน์, 2548) อุตสาหกรรมไมซ์คือเมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมในการเป็นจุดหมาย

ปลายของการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์โดยเมืองดังกล่าวนี้จะต้องมีศักยภาพในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ใน 4 กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ การประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ รวมถึงสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานในแต่ละประเภทได้อย่างเต็มศักยภาพของเมืองเหล่านั้น จากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (Thailand Convention and Exhibition Bureau หรือ สสพ.) เนื่องจากธุรกิจด้านการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีลักษณะเฉพาะตัวและมีการแข่งขันสูง จึงมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการขึ้น เพื่อการทำงานเป็นระบบ โดยแยกงานด้านนี้ออกมาจากโครงสร้างองค์กรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มีพันธกิจ “เพื่อพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้าน MICE บนพื้นฐานของการประสานศักยภาพที่มีอยู่ของประเทศ” โดยวัตถุประสงค์ คือ เพื่อพัฒนาสร้างเสริมโอกาสในการจัดกิจกรรม MICE ตลอดจนประสานและสนับสนุนกิจกรรม MICE ที่จัดขึ้นในประเทศไทยและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นตัวแทนของประเทศในระดับสากลในการให้บริการในลักษณะเบ็ดเสร็จ (Onestop service) สำหรับผู้ต้องการพัฒนากิจกรรม MICE ในประเทศ เพื่อเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการประกอบกิจกรรมการตลาดสำหรับ MICE ตลอดจน การดำเนินกิจกรรม MICE

ดังนั้นขอบเขตการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจากที่กล่าวมานั้นจะประกอบไปด้วย ด้านการตลาด ด้านประสานงาน และอำนวยความสะดวกและด้านการส่งเสริมจากข้อมูลข้างต้นจะสามารถสรุปประเภทของอุตสาหกรรมไมซ์ได้ดังนี้

ไมซ์ (MICE)	ประเภทย่อย
Meeting หรือการจัดประชุมองค์กร	1) Association Meeting - Conference - Congress - Seminar - Symposium 2) Corporate Meeting - International Meeting - Regional Meeting - Domestic Meeting 3) Government Meeting
Incentive Travel หรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	1) Individual Incentives 2) Group Incentives - User Incentives - Channel Incentives - Inner Incentives
Convention หรือการจัดประชุมวิชาชีพ	ลักษณะคล้าย Meeting แต่มีความแตกต่างกันและ มีคำที่ใช้เรียกหลายแบบ ได้แก่ 1) Conferences 2) Congress 3) Conventions
Exhibition หรือการแสดงสินค้าและนิทรรศการ	1) Public Show 2) Trade Show 3) Trade and Public Show

(ปรับปรุงจาก The International Congress and Convention Association, n.d.; Backman and Sheila, 1995; Chloe, n.d.; Zhou, 2006; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554; แบรนด์เอจ, 2555; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, ม.ป.ป.; ราณี อีสัยกุล และจุฑามาศ วิศวาสังห์, 2550)

ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. ธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้อง

- ธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) เป็นผู้ที่ได้รับการว่าจ้างให้วางแผนและจัดงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด นำมาซึ่งความพึงพอใจของเจ้าของงาน (Beier, 2012) มีการดำเนินงานแบบมืออาชีพ ดำเนินการจัดงานทั้งหมดหรือแล้วแต่ความตกลงกับเจ้าภาพจัดงาน (สุณีย์ บริสุทธ์ และคณะ, 2548) โดย

เป็นผู้ประสานงาน จัดการ ดำเนินการหรือให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมงาน ผู้แสดงสินค้า (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการและสมาคมแสดงสินค้าไทย, 2553)

- ธุรกิจที่พักแรม (Hotel) เป็นสถานที่สำหรับให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ใช้บริการในระหว่างเข้าร่วมกิจกรรม เป็นโรงแรมระดับ มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้เข้าพัก

- ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Restaurants and Caterers) เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

- ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง (Transporters) ที่ให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ (MICE) เช่น ธุรกิจสายบินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ธุรกิจการขนส่งภายในเมืองที่จัดงาน ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าในงานจัดแสดง ทั้งก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจากจัดงานเสร็จแล้ว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554; สุณีย์ บริสุทธ์ และคณะ, 2548; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการและสมาคมแสดงสินค้าไทย, 2553)

- ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operators) ธุรกิจที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการเป็นผู้ผลิตรายการนำเที่ยว โดยนำเอาบริการท่องเที่ยวมาผสมผสานเข้าด้วยกันออกมาในรูปแบบของรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย โดยกำหนดระยะเวลาท่องเที่ยว ราคา และสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบของรายการนำเที่ยว (พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์, 2553)

2. ธุรกิจสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจความบันเทิง (Entertainment) เป็นผู้ให้บริการด้านความบันเทิงและนันทนาการแก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ซึ่งจะจัดรายการบันเทิงหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมในช่วงเวลากลางวัน ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรมของกิจกรรมไมซ์ (Chloe, n.d.; Aurélie, 2009) ธุรกิจค้าขาย (Trading Business) คือ ธุรกิจที่ให้บริการด้านการค้าทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นการค้าส่ง การค้าปลีก การส่งออกสินค้าและบริการจัดแสดงหรือนิทรรศการ ซึ่งได้แก่ ร้านขายของที่ระลึก (Souvenir suppliers) ร้านขายของปลอดภาษี (Duty free business) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554; สุณีย์ บริสุทธ์ และคณะ, 2548) และธุรกิจรับเหมาตกแต่งสถานที่ คูหาแสดงสินค้า เวทีแสดง ระบบเสียงและแสง ธุรกิจรับเหมาให้เช่าอุปกรณ์ ธุรกิจสื่อโฆษณา บริษัทรักษาความปลอดภัย บริษัทรับทำความสะอาด

จากการสรุปศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ทั้ง 6 ด้าน ผู้วิจัยจึงนำมาปรับปรุงและเชื่อมโยงใช้กับการศึกษาความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

(1) ด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นการพิจารณาศักยภาพในด้านความทันสมัยของโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่ง (Indian Express Newspapers, 2001) รวมทั้งสภาพแวดล้อมของโดยรอบของเมืองเอื้อต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับชาติและนานาชาติ เดินทางสะดวกสบาย (Xin, 2008) สามารถเชื่อมโยงภายในเมืองได้อย่างทั่วถึง (แสนดี สีสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.) รวมทั้งระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน

(2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการศึกษาของ Tan Cheong Su (2007) ซึ่งพบว่า เมืองที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ จะต้องมียี่สิบสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการ และการเป็นศูนย์กลางของการค้าและการลงทุน (Jae-ho and Narui, 2012) รวมทั้งมีความพร้อมของสถานที่จัดงานและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (มนัสชัยสวัสดิ์ และคณะ, 2552) ซึ่งจะต้องมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีการขยายอย่างเพิ่มขึ้น (Li-Ting and Zheng, 2012) โดยที่การให้บริการด้านที่พัก สถานที่จัดงาน และสาธารณูปโภคต่างๆ เพียงพอต่อความต้องการ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

(3) ความมั่นคงและปลอดภัย จากการศึกษาพบว่า ในด้านความมั่นคงและปลอดภัยนี้ พบว่าประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยในอุตสาหกรรมไมซ์โดยการนำมาตรฐาน MICE Security Management Standard (MSMS) หรือ TISI 22300 มุ่งเน้นให้ ให้บริการจัดงาน ผู้จัดงาน และผู้ให้บริการอื่นๆ จัดทำนโยบายความ

ปลอดภัยที่ครอบคลุมทุกส่วนงาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2556) พร้อมทั้งมีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคาม ความเสี่ยง และอันตรายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย (ภูมิวิวัฒน์ เดชอุ่ม, 2553)

(4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น Xin (2008) กล่าวไว้ว่า ในการพัฒนาเมืองให้มีศักยภาพสู่การเป็นไมซ์ซิตี้ขึ้นนั้น จะต้องมีการสนับสนุนในด้านนโยบาย ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งมีการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของงานแสดงสินค้าหรืองานไมซ์อื่นๆ พร้อมกับการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้จัดงาน และนอกจากนี้ก็ต้องมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับท้องถิ่น (Malaysia Convention & Exhibition Bureau, 2012) และความร่วมมือทางด้านวิชาการจากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2548)

(5) ภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ในการที่จะพัฒนาเมืองให้เป็นไมซ์ซิตี้ขึ้นนั้น จะต้องมีความคำนึงถึงภาพลักษณ์ของเมือง ซึ่งจะต้องมีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของเมืองให้อยู่ในรูปแบบของไมซ์แต่ละประเภท เช่น เมืองแห่งการจัดประชุมสัมมนา เมืองแห่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเมืองแห่งงานแสดงสินค้านิทรรศการโดยการนำจุดเด่นของตนเองมาปรับปรุงและพัฒนา ซึ่งรวมไปถึงการพัฒนาให้เป็นเมืองศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน หรือเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นนครแห่งไมซ์ในรูปแบบอื่นๆ ได้ (Tan Cheong Su, 2007) และมีการพัฒนาและปรับปรุงภาพลักษณ์ของไมซ์ซิตี้ให้มีความยั่งยืนด้วยการนำแนวคิดและการปฏิบัติไปสู่ผู้จัดงานประชุมหรือผู้จัดงานประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต (Jumyong, 2011) พร้อมกับการมีสิ่งดึงดูดใจและแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (ปรับปรุงจาก ญัฐกานต์ รองทอง, 2552) และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อน

และหลังเข้าร่วมกิจกรรม (มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ, 2552)

(6) บุคลากรด้านไมซ์ Sanjay and Aliana (2007) และ แสนดี สีสุทธิโพธิ์ (ม.ป.ป.) กล่าวว่าบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์นั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีความเป็นมืออาชีพสูงและมีทักษะในการให้บริการที่มีคุณภาพสามารถให้บริการครอบคลุมและช่วยเหลือในการวางแผนให้กับนักท่องเที่ยว (Indian Express Newspapers, 2001) มีคุณสมบัติด้านการตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการ ความน่าเชื่อถือ และความสามารถทางวิชาการและการบริการ (วิโรจน์ ระจิตดำรงค์, 2553) พร้อมกับการกระตุ้นการพัฒนาบุคลากรไมซ์/สร้างหลักสูตรการเรียนรู้ด้านไมซ์ (Nguyen, 2012) (ดุขฎิ ช่วยสุข, 2557)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาแนวทางความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดสุรินทร์ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดยังอยู่ในระดับท้องถิ่น และเป็นช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งตลาดกลุ่มไมซ์มีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้นเนื่องด้วยปัจจัยด้านพื้นที่ที่เป็นจุดเชื่อมโยงของกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เป็นเมืองรองของภาคอุตสาหกรรมดังกล่าวที่เป็นจุดเชื่อมโยงของภาคอุตสาหกรรมจากเมืองไมซ์ ขอนแก่น และ กรุงเทพมหานครที่จะสามารถเชื่อมต่องานและส่งเสริมการพัฒนาให้กลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ขยายตัวมาตามภูมิภาคที่เป็นเมืองรอง เช่นจังหวัดสุรินทร์ ที่มีความสามารถในการพัฒนาเพื่อสร้างการรองรับธุรกิจไมซ์กลุ่มการจัดประชุมและสัมมนาขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเป็นกลุ่มวิชาชีพและวิชาการ กลุ่มแสดงสินค้าและนิทรรศการ การจัดกิจกรรมในกลุ่มนี้เป็นลักษณะของการกระตุ้นให้เกิดการค้าการลงทุนในพื้นที่ และกลุ่มการประชุมและการ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นกลุ่มที่ยังมีจำนวนค่อนข้างน้อย ซึ่งเป็นประเภของการจัดเลี้ยงมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว และในปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสุรินทร์ มีความกระตือรือร้นในการวางแผนเพื่อรองรับการเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องและ ธุรกิจทางอ้อมของอุตสาหกรรมไมซ์

ลักษณะสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการศึกษาแนวทางความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสุรินทร์

จุดแข็ง จังหวัดสุรินทร์ เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งอารยธรรมและวัฒนธรรมและพื้นที่อุทยานแห่งชาติ และเป็นพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางการเดินทางสู่ประเทศกัมพูชาที่เป็นพื้นที่จุดผ่อนปรนที่สามารถเดินทางมายังพื้นที่เขตกลุ่ม นครชัยบุรีรินทร์ ซึ่งส่งผลดีต่อจังหวัดสุรินทร์ในการเป็นแนวเส้นการคมนาคม และโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงสู่เส้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้เป็นศูนย์กลางการบริการด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ศูนย์กลางบริหาร และบริการหน่วยงานภาครัฐ และในอุตสาหกรรมไมซ์นั้นไม่มีสถานที่จัดงานที่หลากหลายทั้งในรูปแบบศูนย์ประชุม ห้องประชุม ภายในพื้นที่มหาวิทยาลัย โรงแรมต่างๆสถานที่จัดงานในรูปแบบกลางแจ้ง และมีที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร และสถานบันเทิงต่างๆ ที่รองรับผู้เข้าร่วมอุตสาหกรรมไมซ์พร้อมด้วยค่าใช้จ่ายในการจัดงาน และเข้าร่วมงานในพื้นที่จังหวัดยังมีราคาที่ถูกกว่าและมีความคุ้มค่าในการใช้จ่ายต่ออุตสาหกรรมนี้

จุดอ่อน เกิดปัญหาทางด้านการเดินทางที่ยังขาดการเชื่อมโยง เช่นสายการบินที่ให้บริการเส้นทางบินในประเทศ แต่ในปัจจุบันการเดินทางใช้พื้นที่ของสนามบินสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสุรินทร์ ยังอยู่ในระดับท้องถิ่นที่ยังไม่มีความชำนาญในการจัดงาน ที่เป็นเชิงธุรกิจซึ่ง

บุคลากรที่เป็นนของหน่วยงานภาครัฐที่มีระบบการจัดการที่มีระเบียบ ยากต่อการติดต่อพร้อมทั้งการประสานงานและ ความเชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ยังไม่มีอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมไมซ์

โอกาส ได้รับโอกาสในการพัฒนาให้เป็นเมืองไมซ์ ที่เป็นเมืองรองที่สามารถสร้างการเชื่อมโยงต่อเมืองไมซ์ ของประเทศไทย และยังเป็นเมืองเทคโนโลยีสารสนเทศจากการศึกษาของสถาบันการศึกษาที่มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยี และสถาบันการศึกษาดังกล่าวกำลังยื่นขอเอกสารเพื่อได้รับการรับรองเป็นสถานที่จัดประชุมที่ได้รับรองมาตรฐาน และตลาดกลุ่มธุรกิจไมซ์ของจังหวัดมีความน่าสนใจและมีความแตกต่างจากเมืองรอง แห่งอื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยงต่อเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอารยธรรม และกลุ่มการท่องเที่ยวเฉพาะ เช่นกลุ่มบำเพ็ญประโยชน์ที่ยังถือว่าเป็นตลาดกลุ่มใหม่ที่เข้ามาในอุตสาหกรรมไมซ์

อุปสรรค การดำเนินงานของนโยบายภาครัฐที่ขาดต่อเนื่อง การสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ยังไม่มีชัดเจนเท่าใดนัก และการประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มตลาดเป้าหมาย ธุรกิจยังไม่ได้มีการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้

จะเห็นได้ว่าตำแหน่งที่ตั้งที่มีความเชื่อมโยงสู่กลุ่มเมืองไมซ์ที่สำคัญของประเทศ จำนวนสถานที่จัดงานในพื้นที่ที่สามารถรองรับการจัดงานได้หลากหลาย และการเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ ทั้งด้านการศึกษาด้านการแพทย์ การคมนาคมขนส่ง และสิ่งที่ต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ทักษะของผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาให้มีความน่าสนใจ และความเชื่อมโยงในการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทางตรงและทางอ้อม

การศึกษาความพร้อมเมืองอุตสาหกรรมไม่ซ์ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อรองรับการเป็นเมืองรองไม่ซ์ในการศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไม่ซ์ของจังหวัดสุรินทร์ โดยการศึกษาจากโครงสร้างของการพัฒนาเมืองไม่ซ์ที่จะสามารถส่งเสริมให้เกิดเป็นเมืองไม่ซ์จากโครงสร้างดังกล่าวเพื่อศึกษาความเป็นไปได้และความพร้อมของการพัฒนาเป็นเมืองไม่ซ์ ที่จะพัฒนาจังหวัดสุรินทร์ให้เป็นเมืองรองของอุตสาหกรรมไม่ซ์

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่งทางบกระหว่างจังหวัดที่มีทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 จากกรุงเทพมหานครมายังจังหวัด และเป็นจุดเชื่อมโยงทางผ่านไปยังจังหวัดต่างๆของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ และสามารถเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง รถไฟ และรถยนต์ส่วนบุคคล การคมนาคมทางอากาศ มีสนามบินที่สามารถเปิดให้บริการที่สามารถให้บริการเช่าเหมาลำเครื่องบินมาลงจังหวัดสุรินทร์ได้ และยังมีสนามบินที่มีสายการบินเอกชนรองรับใกล้เคียงของจังหวัดสุรินทร์คือสนามบินจังหวัดบุรีรัมย์ และมีรูปแบบการให้บริการขนส่งภายในจังหวัดอีกหลายประเภท ได้แก่ รถตู้โดยสารประจำทางรถสองแถว รถแท็กซี่ รถสามล้อ และรถจักรยานยนต์ และมีสภาพแวดล้อมในเขตเมืองและนอกเมืองให้เอื้อต่อการจัดกิจกรรมไม่ซ์ที่เป็นทางเลือกในการเดินทางท่องเที่ยว

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการศึกษาศักยภาพของจังหวัดสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นมีความพร้อมและสามารถรองรับการจัดงาน โดยที่มีสถานที่การจัดงานห้องประชุมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และห้องประชุมภายในโรงแรม สถานประกอบการ สวนสาธารณะ และพื้นที่จัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งสถานที่จัดงานเหล่านี้สามารถรองรับการจัดงานได้หลายประเภท และมีจำนวนโรงแรมและที่พัก ที่สามารถรองรับผู้ใช้บริการ รวมทั้งในการบริการด้านอาหารให้กับผู้เข้าร่วมการจัดประชุม

3. ด้านความมั่นคงและปลอดภัย มีการดำเนินด้านความปลอดภัยตามบริเวณสถานที่จัดการประชุม โรงแรมมีความปลอดภัยในระดับหนึ่งจากเป็นพื้นที่ของภาครัฐและเอกชนที่มีการรักษาความปลอดภัย ซึ่งเป็นความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนในจังหวัด รวมทั้งการจัดให้มีการจัดระเบียบการใช้พื้นที่สาธารณะในจังหวัด ซึ่งผู้เข้าร่วมงานเกี่ยวกับศักยภาพอุตสาหกรรมไม่ซ์ มีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ในด้านความมั่นคงและปลอดภัย

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่นสำหรับการสนับสนุนการจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน พบว่าหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไม่ซ์ ที่จะพัฒนาจังหวัดสุรินทร์ให้เป็นเมืองรองทางด้านอุตสาหกรรมไม่ซ์ ที่สามารถสร้างการเชื่อมโยงไปยังกลุ่มเมืองไม่ซ์ จากการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไม่ซ์ และคณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไม่ซ์ของจังหวัด ที่ได้รับการสนับสนุนและสร้างความเชื่อมั่นจากผู้ว่าราชการจังหวัดที่จะสร้างการพัฒนา กลุ่มอุตสาหกรรมไม่ซ์ต่อไป

(5) ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจได้นำเสนอภาพลักษณ์ของเมืองผ่านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด และมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งยังมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานบันเทิง ตลาดสถานที่พักผ่อนยามค่ำคืน สวนสัตว์ ศาลเจ้าพ่อหลัก และห้างสรรพสินค้า ด้วยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทำให้ยังขาดความน่าสนใจ ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นรวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ห่างไกล การเข้าถึงแต่ละแห่งยังไม่สะดวก และใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างนาน จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังเข้าร่วมงานยังน้อยอยู่

(6) ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไม่ซ์ ในจังหวัดสุรินทร์โดยส่วนใหญ่เป็นบุคลากรผู้ที่เป็นเจ้า

ภาพหรือผู้จัดงานหรือเป็นบุคลากรในโรงแรมและที่พักที่มีบริการสถานที่จัดงาน และธุรกิจรับจัดงานอีเว้นท์ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัด แต่ยังคงขาดการสนับสนุนทางด้านการศึกษาและการอบรมพัฒนาบุคลากรทางด้านนี้โดยเฉพาะยังต้องมีการพัฒนาทักษะและความสามารถทางวิชาการเพิ่มเติมมากขึ้น เพื่อให้มีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการด้านนี้ สามารถวางแผนการจัดงาน และการท่องเที่ยวให้กับผู้บริการด้วย และสิ่งที่ช่วยสนับสนุนบุคลากรเหล่านี้ คือการมีอสังหาริมทรัพย์ มีความเป็นมิตรและให้บริการด้วยความเต็มใจต่อการบริการ

สรุปผล

จากการศึกษาการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสุรินทร์เพื่อการพัฒนาเป็นเมืองรองทางด้านธุรกิจไมซ์ นั้น จะต้องมีการพัฒนาโดยการนำแผน และนโยบายที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการพัฒนา ซึ่งประเทศไทยได้วางนโยบายการพัฒนา ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ภาคการท่องเที่ยว และการบริการที่มุ่งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศ พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดกิจกรรม และการสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยระบุถึงอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่ม

จากภาพรวมของศักยภาพ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่มีระบบการคมนาคมระบบสาธารณูปโภค ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่เพียงพอ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีสถานที่จัดงานที่รองรับการจัดงานได้ โดยเฉพาะพื้นที่จัดประชุม พร้อมด้วยธุรกิจบริการ

อาหารที่มีเพียงพอ ด้านความมั่นคงและปลอดภัย สถานที่จัดงาน และเส้นทางการจราจรที่สำคัญเพราะพื้นที่จัดประชุมโดยส่วนมากจะใช้พื้นที่ของสถานที่ราชการ โดยเฉพาะพื้นที่มหาวิทยาลัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ชุมชน แต่ในด้านบุคลากรด้านไมซ์ ต้องมีการพัฒนาเพิ่มทักษะการให้บริการที่เป็นสากล ทักษะในด้านภาษาอังกฤษและภาษาของกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และยังสามารถนำรายได้เข้าประเทศไทยผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ และสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่ตลาดโลกในแผนงานการเป็นศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน การบริการ และการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการจัดประชุม ของกลุ่มท่องเที่ยวเมืองรอง เขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัด ร่วมกันผลักดันให้มีการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ ของจังหวัดเพื่อพัฒนาเน้นการท่องเที่ยวทางเลือกที่สามารถรองรับธุรกิจการจัดประชุมอย่างจริงจัง และการสร้างความร่วมมือที่เพิ่มขึ้นของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ และการสนับสนุนโครงการอย่างจริงจังในการเดินทางพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมนี้ต่อไป

บรรณานุกรม

- ดุขฎิ ช่วยสุข. (2557). แผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อรองรับการเป็นไมซ์ที่ดีของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ณัฐกานต์ ร่องทอง. (2552). ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เทวีวรรณ ปทุมพร. (2548). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลการแสดงสินค้าวัฒนธรรม (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไทยพีอาร์. (2554). สสพ. เปิดตัวเฟส 2 กิจกรรม “CREATIVE MICE ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์”. วันที่ค้นข้อมูล 17 มีนาคม 2561 จาก <http://goo.gl/Cjr6Hf>
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2553). การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย. E-TAT Tourism Journal, (1),1-12.
- มนัส ชัยสวัสดิ และคณะ. (2552). ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต. [ม.ป.ท.: ม.ป.พ.].
- วิโรจน์ ระจิตดำรง. (2554). ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE). สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- แสนดี สีสุทธิโพธิ์. [ม.ป.ป.]. จับตามองนครเชียงใหม่: ตลาด MICE แห่งใหม่ของเอเชีย. วันที่ค้นข้อมูล 4 มีนาคม 2561 จาก <http://goo.gl/Y97RJC>
- สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2554). คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี. วันที่ค้นข้อมูล 30 มีนาคม 2561 จาก <http://goo.gl/P9aiz>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559).วันที่ค้นข้อมูล 10 มิถุนายน 2561, จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2554). รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2555 - 2559. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์.
- _____. (2556). รายงานตลาดการแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก. วันที่ค้นข้อมูล 18 มิถุนายน 2561, จาก <http://goo.gl/f7xph8>
- _____. (พฤษภาคม-มิถุนายน 2556). ขอนแก่น :ประตูสู่อินโดจีนและจีนตอนใต้. MICE Journal. (3),4-5.
- _____. (2555). เปิดกลยุทธ์ภาคเอกชนมั่นใจ ไมซ์ไทยยังแข็งแกร่ง. TCEB Newsletter. 8(33), 6-9.
- _____. (2556, 2 มิถุนายน). Khonkaen MICE city: why how and what's next?. วันที่ค้นข้อมูล 3 มิถุนายน 2561, จาก <http://goo.gl/lhu6Wz>

- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น. (2556). **ยุทธศาสตร์จังหวัดขอนแก่น**. วันที่ค้นข้อมูล 3 มิถุนายน 2561, จาก <http://goo.gl/mV4RDT>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). **คดีอาญาที่สำคัญ**. วันที่ค้นข้อมูล 3 มิถุนายน 2561, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries13.html>
- Indian Express Newspapers. (2001). **The secret of Japan’s MICE success**. Retrieved July 14, 2017 from <http://travel.financialexpress.com/200801/edge04.shtml>
- ITB Berlin. (2014). **ITB World Travel Treds Report 2013/2014**. Retrieved February 23, 2018 from <http://goo.gl/2TLDhY>
- Jaeho, L. & Narui, P. (2012). **Major Industry in Singapore: MICE , Medical Tourism Industry**. Retrieved August 18, 2017, from <http://goo.gl/FsQ3LA>
- Jumyong, L., Deborah, B. & Youngsoo, C. (2011). **Quality of a Green Destination as Perceived by Convention Attendees: The Relationship between Greening and Competitiveness**. Retrieved August 18, 2017, form <http://goo.gl/eLuDmW>
- Kashif Hussain, R.M. (2012). **Micro Impacts And Benefits Of Business Tourism In Malaysia: A Case Study Of Kuala Lumpur Convention Centre**. Retrieved August 10, 2017, from International Proceedings of Economics Development and Research: <http://goo.gl/F5cNPM>
- Li-Ting, Y. & Zheng, G. (2012). Capacity optimization analysis for the MICE industry in Las Vegas. **International Journal of Contemporary Hospitality**, 24(2), 335-349.
- Malaysia Convention&Eehibition Bureau. (2012). **Presentation on Malaysia MICE Industry**. Retrieved July 20, 2018, from <http://goo.gl/jw2xD5>
- MICE4business. (2014, February). **Asia Pacific: a world leader in the MICE industry**. Retrieved March 1, 2018 from <http://goo.gl/0qDTGn>
- Nguyen, T.Q. (2012). **MICE Tourism in Vietnam**. Retrieved July 20, 2018, from <http://goo.gl/cFk4la>
- Sanjay, N. & Aliana, L.M.W. (2007). Macao’s MICE Dreams: Opportunities and Challenges. **International Journal of Event Management Research**. (3), 47-57.
- Tan Cheong Su, R. (2007). **A Comparative Analysis of MICE Destinations between Macau and Singapore**. Las Vegas: University of Nevada.
- Thailand convention and Exhibition Bureau. (2012). **Introduction to MICE Industry**. Thailand: Thailand Convention and Exhibition Bureau.
- Xin, J., Thomas, B. & Weber, K. (2008). China’s second-tier cities as exhibition destinations. **International Journal of Conternporary Hospitality Management**, 552-568.

ผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน
บริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้า กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

THE EFFECT OF PERCEIVED OF QUALITY MANAGEMENT ON JOB SATISFACTION IN THE
EMPLOYEES OF TOYATA DISTRIBUTOR FIRM IN SAKONNAKHON PROVINCE.

สุญาดา พุ่มเกตุ¹ สาลินี ยันตะพันธ์² อรุณชัย กุลชาติ³ และสุภาวิตา อินทรพานิชย์⁴

SUYADA PHUMKE ¹ SALINEE YUNTAPUN ² AROONCHAI KUNCHAT³ AND SUPAWITA INTARAPANICH⁴

คณะอุตสาหกรรมเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัท โตโยต้าเบสท์ ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัดในจังหวัดสกลนครจำนวน 164 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบ 4 สมมติฐานของงานวิจัย

ผลการศึกษาผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร พบว่า เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใน 4 มิติของการจัดการคุณภาพ ได้แก่การรับรู้นโยบายและแผนงานการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานทุกข้อ

คำสำคัญ : การรับรู้การจัดการคุณภาพความ พึงพอใจในการปฏิบัติงาน

Abstract

This research aims to test the effects of perceived of quality management on job satisfaction in the employees of once Toyota distributor in SakonNakhon province. The employee of Toyota Best (Distributor) firm 164 use to analyze by simple regression analysis to test 4 hypothesizes. Questionnaire is tool to collected data, it is Likert scale to created to colecting.

The results show that 4 dimensions of the perceived of quality management including perceived of policies and plan, perceived of operational process, perceived of job evaluation, and perceived of job performance and improvement. That are related on job satisfaction. Ensure to confirm all hypothesized. Therefore, the employees that to perceived on quality management they probability to good job satisfaction.

Keyword: Perceived of Quality Management, Job Satisfaction

บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ การติดต่อสื่อสารได้ทำการแข่งขันที่จำกัดอยู่ในระดับประเทศกลายเป็นการแข่งขันระดับโลก ซึ่งก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ พร้อมกับการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ตลอดจนสภาพแวดล้อมของการแข่งขันทางด้านธุรกิจได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ การเปิดเสรีเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงโดยมีผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่เป็นแรงกระตุ้นเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงต่างๆ การปรับตัวขององค์กรต่างๆ เพื่อความอยู่รอดในการเผชิญกับการท้าทายในศตวรรษใหม่ ด้วยการเร่งเสริมสร้างศักยภาพของตนเอง เพื่อเพิ่มสมรรถภาพขององค์กรทั้งในด้านการบริหารจัดการและการบริหารด้านกลยุทธ์ผู้บริหารองค์กรต่างๆ จึงพยายามที่จะหาทางพัฒนาองค์กรให้สามารถเอาชนะคู่แข่ง หรือดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงส่งผลให้มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด (ภัสพร บุญศิลป์, 2559, หน้า 2)

โดยอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันทางการตลาด และการผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลกกระบวนการผลิตรถยนต์ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านในการปฏิบัติงาน ประกอบกับอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ทันสมัยมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อให้ตอบสนองกับสถานการณ์ อุตสาหกรรมรถยนต์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นในตลาดโลกที่มีการแข่งขันอย่างสูง คู่แข่งที่มีความสามารถมากมาย จำนวนผู้ผลิตรายใหม่ที่เพิ่มขึ้นรวมทั้งนโยบายภาษี

ของรัฐบาล การส่งเสริมการค้าเสรี และความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียน (AFTA) จึงเป็นเหตุให้ต้องมีการพัฒนาองค์การอย่างมีระบบ และมีการจัดการคุณภาพโดยมีการปรับโครงสร้างการบริหารให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การบริหารองค์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด องค์การในอุตสาหกรรมรถยนต์ จึงนำระบบการจัดการคุณภาพมาใช้ในการดำเนินการทุกขั้นตอนในการปฏิบัติงานประจำวันของพนักงาน เพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจในการสร้างผลงานทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน และบริการที่ถูกต้อง ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้บริการ และเพื่อนร่วมงานทุกคนได้เป็นอย่างดี (ภัสพร บุญศิลป์, 2559, หน้า 2)

แนวทางที่จะทำให้เกิดคุณภาพนั้นมาจากความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำงานในปัจจุบัน เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ เป็นต้นทุนทางสังคมที่มีคุณค่า ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่เข้าสู่ระบบการทำงาน ต้องทำงานเพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ได้และตอบสนองความต้องการพื้นฐาน เมื่อคนต้องทำงานอยู่ในที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่จึงควรมีสถานะที่เหมาะสม ทำให้เกิดความสุขทั้งร่างกายและจิตใจ มีความมั่นคงทั้งทางกายทางอารมณ์ทางจิตวิญญาณและทางสังคม และอีกทั้งการทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตของคนทุกคน เนื่องจากการทำงานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและต้องปฏิบัติตามกฏมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ การทำงานเป็นสิ่งที่ให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าของชีวิตคน เพราะเป็นโอกาสที่ได้เกิดการพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้ใช้แรงงานกับบุคคลอื่นๆ และกับสถานที่ทำงาน (น้ำผึ้ง นวลผ่อง, 2557, หน้า 3) ดังนั้นการทำงานจึงเปิดโอกาสในการแสดงออกถึงสติปัญญา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อันนำมาสู่เกียรติยศและความพึงพอใจในชีวิต เมื่อแต่ละบุคคลได้ใช้ชีวิตการทำงานกับสิ่งที่ตนพอใจก็จะทำให้มีสภาพจิตใจและอารมณ์ที่ดีซึ่งส่งผลให้ทำงานดีไปด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่ง

ที่แต่ละองค์กรจะต้องศึกษาแสวงหาแนวทางให้เกิดความสอดคล้องของความพึงพอใจระหว่างพนักงานและองค์กร เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายสูงสุด นอกจากนี้ความพึงพอใจยังมีผลต่อการทำงานอย่างมาก กล่าวคือ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่องาน และทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมความเจริญก้าวหน้า มีการพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพต่อองค์กร และยังช่วยลดปัญหาการขาดงาน การลาออก ลดอุบัติเหตุ และส่งเสริมให้ได้ผลผลิตและการบริการที่ดีทั้งคุณภาพและปริมาณ โดยคำนึงถึงความเป็นมนุษย์ที่มีความรู้สึกนึกคิด ความพึงพอใจ ความเป็นส่วนตัว มีความต้องการทางสังคม ความต้องการการยอมรับ และมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ดังนั้นหากองค์กรสามารถหาคนที่มีความรู้ ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานและดึงดูดให้บุคคลเหล่านั้นอยู่ปฏิบัติงานกับองค์กรนั้นให้เจริญก้าวหน้าและสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษางานวิจัยเรื่องการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้า กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร เพื่อเป็นแนวทางเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก้ไขปรับปรุงการทำงานตลอดจนการจัดการคุณภาพขององค์กรเพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพโดยจำแนกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้นโยบายและแผนงาน การรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงานการรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานและการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน ที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่าย

โตโยต้า กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

สมมติฐานของการวิจัย

การรับรู้การจัดการคุณภาพโดยจำแนกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้นโยบายและแผนงาน การรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงานการรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานและการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้า กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดวงจรคุณภาพ PDCA

เดมมิง (Deming อ้างถึงในกนิษฐา สนเผือก, 2555) กล่าวว่า การจัดการอย่างมีคุณภาพเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพขึ้นโดยหลักการที่เรียกว่าวงจรคุณภาพ (PDCA) หรือวงจรเดมมิงซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1) การวางแผน (Plan: P) เป็นการเตรียมการไว้ล่วงหน้าเพื่อจะทำงานให้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ในการวางแผนจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายแนวทางการดำเนินงานผู้รับผิดชอบระยะเวลาและทรัพยากรที่ต้องใช้เพื่อทำงานให้บรรลุ

2) การปฏิบัติตามแผน (Do: D) เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากการวางแผนโดยมีการมอบหมายผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงานตามลักษณะงานเวลาและภารกิจของแต่ละส่วนงานโดยมีการนิเทศแนะนำกำกับติดตามเพื่อให้งานเป็นตามที่กำหนด

3) การตรวจสอบประเมินผล (Check: C) เป็นการประเมินผลการดำเนินงานในเวลาหนึ่งว่างานสำเร็จมากน้อยแค่ไหนเด่นด้วยแค่ไหนถ้าเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้กับสิ่งที่ทำได้จริงการประเมินผลในขั้นตอนนี้ก็เพื่อต้องการทราบสภาพการดำเนินงานจริงว่าเป็นเช่นไรจะต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างไร

4) การปรับปรุงงาน (Action: A) เป็นการนำผลจากการประเมินมาปรับปรุงพัฒนาต่อไปเช่นถ้าผลการปฏิบัติในห้วงเวลาที่ผ่านมายังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ก็ต้องปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินการใหม่ให้เหมาะสมหรือถ้าผลการปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายแล้วในการดำเนินการต่อไปจะได้ปรับเปลี่ยนเป้าหมายให้สูงขึ้นกว่าเดิมเพื่อให้องค์กรพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เป็นต้น

แนวคิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

Glimmer (1971 อ้างถึงใน สุธานี นุกูลอึ้งอารี, 2555) ได้สรุปมิติที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไว้ 10 ด้านดังนี้

1. ลักษณะของงานที่ทำ มีความสัมพันธ์กับความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานหากได้ทำงานตามที่เขาคาดหวัง หรือตามความสามารถ เขาจะเกิดความพอใจ คนที่มีความรู้สูงมักจะรู้สึกชอบงาน เพราะองค์ประกอบนี้มาก

2. การบังคับบัญชา มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่องานได้และการบังคับบัญชาที่ไม่ดี อาจเป็นสาเหตุอันดับหนึ่ง ที่ทำให้เกิดการขาดงานและลาออกจากงานได้ ในเรื่องนี้พบว่า ผู้หญิงมีความรู้สึกไวต่อการบังคับบัญชามากกว่าผู้ชาย

3. ความมั่นคงในการทำงาน ได้แก่ ความมั่นคงในการทำงาน การได้ทำงานตามหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ การได้รับความเป็นธรรมจากผู้บังคับบัญชา คนที่มีพื้นความรู้น้อยหรือขาดความรู้ย่อมเห็นว่า ความมั่นคงในการทำงานมีความสำคัญต่อเขามาก แต่คนที่มีความรู้สูงจะรู้สึกว่าไม่มีความสำคัญมากนัก และคนที่อายุมากขึ้น จะมีความต้องการความมั่นคงในการทำงานสูงขึ้น

4. บริษัทและการดำเนินงาน ได้แก่ ขนาดขององค์กร ชื่อเสียง รายได้และการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายของสถานที่ทำงานนั้น ๆ องค์ประกอบนี้ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน ผู้ที่มีอายุมากจะมีความ

ต้องการเกี่ยวกับเรื่องนี้สูงกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

5. สภาพการทำงาน ได้แก่ แสง เสียง อากาศ ห้องอาหาร ห้องน้ำ ห้องสุขา ชั่วโมงการทำงานมีการวิจัยหลายเรื่องที่แสดงว่า สภาพการทำงานมีความสำคัญต่อผู้ชายมากกว่าลักษณะอื่น ๆ ของการปฏิบัติงาน และในระหว่างผู้หญิงโดยเฉพาะผู้ที่แต่งงานแล้ว จะเห็นว่าชั่วโมงการทำงานมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

6. ค่าจ้าง หรือรายได้จะมีความสัมพันธ์กับเงินซึ่งผู้ปฏิบัติงานมักจะจัดอันดับค่าจ้างนี้ไว้ในอันดับเกือบสูง แต่ก็ยังให้ความสำคัญน้อยกว่าโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน และความมั่นคงปลอดภัย องค์ประกอบนี้มักจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจมากกว่าความพึงพอใจ ผู้ชายจะเห็นค่าจ้างเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าผู้หญิง และผู้ที่ปฏิบัติงานในโรงงานจะเห็นว่าค่าจ้างมีความสำคัญสำหรับเขามากกว่าผู้ที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน หรือหน่วยงานของรัฐบาล

7. ความก้าวหน้าในการทำงาน เช่น การได้เลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น การได้สิ่งตอบแทนจากความสามารถในการทำงานของเขา จากงานวิจัยหลายเรื่องสรุปได้ว่า การไม่มีโอกาสก้าวหน้าในการทำงานย่อมก่อให้เกิดความไม่ชอบงาน ผู้ชายมีความต้องการเรื่องนี้สูงกว่าผู้หญิง และเมื่ออายุมากขึ้นความต้องการเกี่ยวกับเรื่องนี้จะลดลง

8. ลักษณะทางสังคม องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือการให้สังคมยอมรับตน ซึ่งจะก่อให้เกิดทั้งความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจได้ ถ้างานใดผู้ปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้นองค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์กับอายุและระดับงาน ผู้หญิงจะเห็นว่าองค์ประกอบนี้สำคัญมากกว่าชาย

9. การติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การรับ-ส่งข้อมูลสารสนเทศ คำสั่ง การทำรายงาน การติดต่อทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์ประกอบนี้มีความสำคัญมากสำหรับผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง

10. ผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงาน ได้แก่ เงินบำเหน็จตอบแทนเมื่อออกจากงาน การบริการและการรักษาพยาบาล สวัสดิการอาหาร ที่อยู่ วันหยุดพักผ่อนต่าง ๆ

ทฤษฎีแรงจูงใจ ERG ของ Alderfer (ERG Theory)

ผู้สร้างทฤษฎีแรงจูงใจ ERG ของ Alderfer ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer (Alderfer's ERG theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

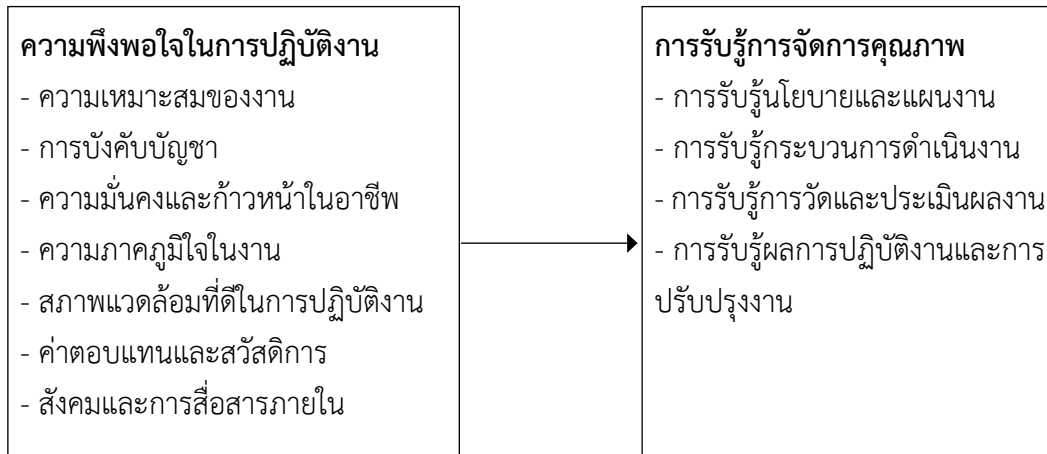
1. ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence needs : E) เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้เช่น ความต้องการ

อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุดประกอบด้วยความต้องการทางร่างกาย บวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness needs : R) เป็นความต้องการที่จะให้และได้รับไม่ตรีจิตจากบุคคลที่อยู่แวดล้อมเป็นความต้องการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลงประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม)

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth needs : G) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคลซึ่งมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุด ประกอบด้วยความต้องการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต

กรอบแนวคิด



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงานในบริษัท โตโยต้าเบสท์ ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัดกรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 184 คน (อ้างอิงจาก ฝ่ายบุคคลบริษัทโตโยต้าเบสท์ ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด, 2561) จาก 2 แห่ง ดังนี้ สาขาสว่างแดนดิน จำนวน 100 คน และสาขาพังโคน จำนวน 84 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้การจัดการคุณภาพ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด

เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้โดยเริ่มจาก ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก ระดับมากที่สุด โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการจัดการคุณภาพ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.366 – 0.869 ด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) 0.556 – 0.903 โดยมีค่ามากกว่า 0.2 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ (สุวิมลศิริภานันท์, 2550, น. 175) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค ซึ่งการจัดการคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าระหว่าง 0.781-0.877 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงเป็นไปตามเกณฑ์ของ (Hair et al., 2006)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Correlation) (Hafner, 1998) ค่า r อยู่ระหว่าง 0.00 – 1.00 สำหรับทิศทางความสัมพันธ์พิจารณาโดยถ้าค่าสัมประสิทธิ์ (r) มีค่าเป็นบวกแสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทางบวกและมีทิศทางเดียวกัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเป็นลบแสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทางลบหรือทิศทางตรงกันข้าม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ถึงผู้จัดการฝ่าย

บุคคลของบริษัทโตโยต้าเบสท์ ผู้จัดการฝ่ายโตโยต้า จำกัด เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากบุคลากรในบริษัท

2. ผู้วิจัยประสานงานกับผู้จัดการฝ่ายบุคคลของบริษัทโตโยต้าเบสท์ ผู้จัดการฝ่ายโตโยต้า จำกัด เพื่อนัดวันนำแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบเครื่องมือเรียบร้อยแล้วไปให้ฝากไว้ เป็นเวลา 1 สัปดาห์ จากนั้นจึงกลับไปเก็บแบบสอบถามจากพนักงานในบริษัท

3. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้บริษัท โตโยต้าเบสท์ ผู้จัดการฝ่ายโตโยต้า จำกัด ที่เป็นกลุ่มประชากรจำนวน 184 ชุด โดยให้ฝ่ายบุคคลของแต่ละแห่งเก็บแบบสอบถามให้โดยผู้วิจัยจะกลับมาเก็บแบบสอบถามที่ตอบเรียบร้อยแล้วในอีก 1 สัปดาห์

4. เมื่อครบกำหนดผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่ตอบเรียบร้อยแล้วกลับมา จำนวน 164 ชุด จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 164 ชุด ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบกลับสมบูรณ์ จำนวน 164 ชุด คิดเป็นร้อยละ 89.13 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไป

6. นำข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 และเป็นเพศชาย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 มีอายุระหว่าง 26-30 มากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 อายุระหว่าง 35 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 อายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 คืออายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี 62 จำนวน คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 มีสถานภาพโสด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 มีสถานภาพสมรส จำนวน

78 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 มีสถานภาพอย่าร้าง/หม้าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 9,001-15,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 9,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่างต่ำ 5-10 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่าง 10-15 ปี จำนวน 13

คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานสูงกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ส่วนใหญ่อยู่ฝ่ายศูนย์บริการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 ฝ่ายศูนย์ซ่อมตัวถังและสี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 ฝ่ายการตลาดและการขาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 ฝ่ายธุรการ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ฝ่ายการเงินและบริหาร จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ฝ่ายบริการหลังการขาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์และคอลเซ็นเตอร์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ฝ่ายทรัพยากรบุคคล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตาราง การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน	pp	dp	cp	ap	jc	sc	gc	jp	ew	cb	sc
Mean	3.92	3.90	3.84	3.95	4.05	3.93	3.93	3.93	3.94	3.80	3.93
S.D.	.685	.626	.662	.657	.623	.696	.677	.668	.685	.805	.666
pp	-										
dp	0.76**	-									
cp	0.64**	0.72**	-								
ap	0.64**	0.60**	0.61**	-							
jc	0.55**	0.61**	0.47**	0.64**	-						
se	0.62**	0.67**	0.63**	0.59**	0.67**	-					
gc	0.55**	0.61**	0.58**	0.50**	0.60**	0.68**	-				
jp	0.56**	0.55**	0.50**	0.52**	0.59**	0.56**	0.67**	-			
ew	0.47**	0.55**	0.52**	0.49**	0.52**	0.53**	0.62**	0.72**	-		
cb	0.53**	0.58**	0.67**	.48**	0.45**	0.66**	0.71**	0.50**	0.64**	-	
sc	0.53**	0.49**	0.49**	0.52**	.49**	.56**	.56**	.50**	.58**	.62**	-

**นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในมิติของการรับรู้การจัดการคุณภาพ (การรับรู้นโยบายและแผนงานการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ทั้ง 5 มิติ ได้แก่ ความเหมาะสมของงาน การบังคับบัญชา ความมั่นคงและก้าวหน้าในอาชีพ ความภาคภูมิใจในงาน สภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานค่าตอบแทนและสวัสดิการ สังคมและการสื่อสารภายใน รวมทั้งตัวแปรประสิทธิภาพการดำเนินงาน พบว่า การรับรู้การจัดการคุณภาพการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย $r = 0.55, p < 0.05$ $r = 0.61, p < 0.05$ $r = 0.47, p < 0.05$ $r = 0.64, p < 0.05$ ตามลำดับซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

การรับรู้การจัดการคุณภาพการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย $r = 0.62, p < 0.05$ $r = 0.67, p < 0.05$ $r = 0.63, p < 0.05$ $r = 0.59, p < 0.05$ ตามลำดับซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

การรับรู้การจัดการคุณภาพการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย $r = 0.57, p < 0.05$ $r = 0.61, p < 0.05$ $r = 0.58, p < 0.05$ $r = 0.50, p < 0.05$ ตามลำดับซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

การรับรู้การจัดการคุณภาพการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย $r = 0.56, p < 0.05$ $r = 0.55, p < 0.05$ $r = 0.50, p < 0.05$ $r = 0.52, p < 0.05$ ตามลำดับซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

การรับรู้การจัดการคุณภาพการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย $r = 0.47, p < 0.05$ $r = 0.55, p < 0.05$ $r = 0.52, p < 0.05$ $r = 0.49, p < 0.05$ ตามลำดับซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

การรับรู้การจัดการคุณภาพการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย $r = 0.53, p < 0.05$ $r = 0.58, p < 0.05$ $r = 0.67, p < 0.05$ $r = 0.48, p < 0.05$ ตามลำดับซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

การรับรู้การจัดการคุณภาพการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย $r = 0.53, p < 0.05$ $r = 0.49, p < 0.05$ $r = 0.49, p < 0.05$ $r = 0.52, p < 0.05$ ตามลำดับซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 การรับรู้นโยบายและแผนงานที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่าย
โตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

ตัวแปร	ตัวแปรตามความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
การรับรู้นโยบายและแผนงาน	.533*** (.047)
R ²	.458

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ว่า การรับรู้นโยบายและแผนงานที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้นโยบายและแผนงาน มีความสัมพันธ์ต่อพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_1 = .533; p < 0.01$) นั้นแสดงให้เห็นว่า

พนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ที่มีการรับรู้นโยบายและแผนงานที่มากจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมาก เมื่อพิจารณาค่า R-Squared สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรการรับรู้นโยบายและแผนงานมีความสามารถความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ 45.8 % ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 2 การรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงานที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

ตัวแปร	ตัวแปรตามความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
การรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน	.643*** (.048)
R ²	.519

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่ตั้งไว้ว่าการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน ที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_2 = .643; p < 0.01$) นั้น

แสดงให้เห็นว่า พนักงานในบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ที่มีการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงานที่มากจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากเมื่อพิจารณาค่า R-Squared สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรการรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงานมีความสามารถความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ 51.9 % ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 3 การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้
จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

ตัวแปร	ตัวแปรตามความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงาน	.584*** (.048)
R ²	.477

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ที่ตั้งไว้ว่าการรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_3 = .584$; $p < 0.01$) นั้นแสดงให้เห็นว่า พนักงานในบริษัท ผู้

จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ที่มีการรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานที่มากจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากเมื่อพิจารณาค่า R-Squared สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรการรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานมีความสามารถความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ 47.7 % ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

ตารางที่ 4 การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงานที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

ตัวแปร	ตัวแปรตามความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน	.561*** (.050)
R ²	.433

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 การทดสอบสมมติฐานที่ 4 ที่ตั้งไว้ว่าการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน ที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_4 = .561$; $p < 0.01$) นั้นแสดงให้เห็น

ว่าพนักงานในบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ที่มีการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงานที่มากจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากเมื่อพิจารณาค่า R-Squared สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีความสามารถความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ 43.3 % ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานวิจัย

ตาราง สรุปผลการทดสอบสมมติฐานวิจัย

สมมติฐาน	คำอธิบาย	ผลที่ได้รับ
1	การรับรู้นโยบายและแผนงานมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร	ยอมรับสมมติฐาน
2	การรับรู้ถึงกระบวนการดำเนินงานมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร	ยอมรับสมมติฐาน
3	การรับรู้ต่อการวัดและประเมินผลงานมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร	ยอมรับสมมติฐาน
4	การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงานมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร	ยอมรับสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษา

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 26-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีสถานภาพโสด รายได้ต่อเดือน 9,001-15,000 บาท มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5 ปี และอยู่ฝ่ายศูนย์บริการ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค ซึ่งการจัดการคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าระหว่าง 0.781-0.877 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงเป็นไปตามเกณฑ์ของ(Hair et al., 2006)

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. จากการศึกษารับรู้การจัดการคุณภาพ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้านคือ การรับรู้นโยบายและแผนงานการรับรู้กระบวนการดำเนินงานการรับรู้การวัด

และประเมินผลงาน การรับรู้ผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงานอยู่ในระดับมากเช่นกัน

2. จากการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อจำแนกเป็นรายด้านทั้ง 8 ด้าน คือ ความเหมาะสมของงานการบังคับบัญชาความมั่นคงและก้าวหน้าในอาชีพความภาคภูมิใจในงานสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานค่าตอบแทนและสวัสดิการสังคมและการสื่อสารภายในอยู่ในระดับมากเช่นกัน

3. การทดสอบสมมติฐานทั้ง 4 สมมติฐานพบว่า 4 มิติ ของการรับรู้การจัดการคุณภาพ ได้แก่ การรับรู้นโยบายและแผนงานการรับรู้กระบวนการดำเนินงานการรับรู้การวัดและประเมินผลงาน การรับรู้ผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน มีผลกระทบถึงความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาการควบคุมคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร พบว่าการจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งพนักงานสามารถรับรู้นโยบายและแผนงาน การรับรู้กระบวนการดำเนินงาน การรับรู้การวัดและประเมินผล และการรับรู้ผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของกนิษฐา สนเผือก (2558) ศึกษาการมีส่วนร่วมการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะพัฒนาการท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการประเมินผล การมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางสม่ำเสมอ

2. จากการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน พบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากพนักงานมีความความพึงพอใจในเรื่องของความเหมาะสมของงาน การบังคับบัญชา ความมั่นคงและก้าวหน้าในอาชีพ ความภาคภูมิใจในงาน สภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการสังคมและการสื่อสารภายใน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรภัสร์ รุ่งมงคลทรัพย์ (2556) พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน 6 ด้านความพึงพอใจในด้านลักษณะงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมา ได้แก่ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาด้านนโยบายและการปกครองบังคับบัญชาด้านความมั่นคงในงานด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงานตามลำดับและความพึงพอใจในด้านค่าจ้างและสวัสดิการมีค่าเฉลี่ยต่ำ

3. จากการศึกษาผลกระทบของการรับรู้การจัดการคุณภาพที่มีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพนักงานรับรู้ถึงการบริหารจัดการคุณภาพในองค์กรจะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดซึ่งจะทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความรู้สึกที่ดีต่อผลงานและองค์กรส่งผลให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยาประสาสิบุตร(2561) พบว่า เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์มีปัจจัยคุณภาพการจัดการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานได้แก่ด้านการวางแผนด้านการปฏิบัติด้านการตรวจสอบและด้านการแก้ไขปัญหาจะเห็นได้ว่าเมื่อมีการบริหารจัดการที่ดีจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้มาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้นโยบายและแผนงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยา ประสาสิบุตร(2561) พบว่า การจัดการคุณภาพด้านการวางแผนส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานกล่าวคือเมื่อใดก็ตามที่พนักงานรับรู้ถึงเป้าหมายและกระบวนการดำเนินงานที่องค์กรมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้าแล้วนั้นจะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะก่อให้เกิดความพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนั้นๆ

สมมติฐานที่ 2 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้กระบวนการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร

สอดคล้องกับงานวิจัยของวิริยา ประสาธิต(2561) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการจัดการด้านกระบวนการดำเนินงานพนักงานมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องพนักงานสามารถให้ข้อมูลขององค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกันสามารถจัดช่วงเวลาการให้บริการที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านช่องทางต่างๆได้สะดวกและมีกลไกการติดตามการปฏิบัติงานตามแผนงานที่ระบุไว้เมื่อการปฏิบัติงานของพนักงานมีความรู้ความสามารถที่ดีพร้อมย่อมส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้มาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสสายสุขุมวิทและสายสีลม

สมมติฐานที่ 3 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้การวัดและประเมินผลงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร สอดคล้องกับงานวิจัยของนงลักษณ์ เพิ่มชาติ (2554)พบว่า หากพนักงานให้ความสำคัญต่อการวัดและประเมินผลงานจะทำให้พนักงานมีส่วนร่วมในการ

กำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของงานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์วัดความสำเร็จของการทำงานแล้ววิธีการเช่นนี้จะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงาน และทำให้มีความกระตือรือร้นที่จะทำงานบรรลุเป้าหมาย ช่วยลดความสับสนในการทำงาน เพราะพนักงานจะรู้ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรจึงจะบรรลุเป้าหมาย

สมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ผลการปฏิบัติงานและการปรับปรุงงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ผู้จำหน่ายโตโยต้ากรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดสกลนคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยา ประสาธิต(2561) พบว่า เมื่อเจ้าหน้าที่มีการปรับปรุงพัฒนามีการรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นและยังสามารถดำเนินการแก้ไขได้ทันทีและเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินได้ทันตามเวลาที่เร่งด่วน ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและยังสามารถนำผลการปรับปรุงไปพัฒนาในองค์กรซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสสายสุขุมวิทและสายสีลม

บรรณานุกรม

- กนิษฐา สนเผือก. (2555). การศึกษาการมีส่วนร่วมการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรคณะพัฒนาการท่องเที่ยว.คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กนกพร พ่อคำ.(2559).ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดเพชรบุรี.วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- น้ำผึ้ง นวลพ่อง.(2557).ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทไทยสเปเชียลแก๊สจกัดจังหวัดชลบุรี.วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจมหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัสพร บุญศิลป์.(2559).การรับรู้ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวมทั่วทั้งองค์กร(TOM) และความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงาน บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มลทา พัทธ์.(2554).ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน. สังกัดสำนักงานมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิริยา ประสาธิต.(2561).ปัจจัยคุณภาพการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสสายสุขุมวิทและสายสีลม. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2561,125-134.
- สุธานี นุกูลยิ่งอารี.(2555).การศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน)กรณีพนักงานบริษัทการบินไทยสำนักงานใหญ่.วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สมจิต ไชยเชษฐ์.(2560).การบริหารงานโรงเรียนต้นแบบการเรียนรู้รวมในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลำพูน เขต 2 ตามวงจรคุณภาพ (PDCA).วารสารพัฒนศาสตร์ ประจำปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – มิถุนายน 2561)บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2550). การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ.กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Alderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate Data Analysis (6th ed.). New Jersey: Pearson.

ผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

THE EFFECT OF WORK ADAPTATION ON JOB SUCCESS IN THE EMPLOYEES OF THE
GARMENT FIRM IN BANGKOK, THAILAND.

ปณัฏดา คิตตุโคต¹ สุมินตรา สีนานวล² ณัฐธยาน์ กองจันทร์³ และสุภาวิตา อินทรพาณิชย์⁴
Panudda kidtukhot¹ Sumintra Sinanual² Natthaya Kongchan³ and Supawita Intarapanich⁴

สาขาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร

บทคัดย่อ

การศึกษา ผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการปรับตัวในการปฏิบัติงานของพนักงาน (2) เพื่อศึกษาความสำเร็จในงานของพนักงาน (3) เพื่อศึกษาผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของบริษัท เซลซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จำนวน 97 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การปรับตัวในการปฏิบัติงานทั้ง 4 มิติ ได้แก่ การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การปรับตัวตามสภาพแวดล้อม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความสำเร็จในงานทั้ง 5 มิติ ได้แก่ คุณภาพของงาน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ วินัยในการทำงาน ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานของผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงานทั้ง 4 มิติ ได้แก่ การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จในงาน แสดงผลว่ายอมรับสมมติฐานทั้ง 4 มิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การปรับตัวในการปฏิบัติงาน ความสำเร็จในงาน

Abstract

This research aims to test 4 dimensions of work adaptation including crisis management, relational creation and organizational culture consensus, learning and created problem solving, and situational adaptation. That are related on job successes in the employee of one garment

firm in Bangkok, Thailand. The questionnaire to collected from 97 employees to use in simple regression analysis.

The results show that all hypothesizes are supported. Explain that the worker have a crisis management, relational creation and organizational culture consensus, learning and created problem solving, and situational adaptation, to probability a successful job.

Keyword: Work Adaptation, Job Success

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว แต่ละองค์กรต้องปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ มีความทันสมัย มีความโดดเด่นให้เหนือกว่าคู่แข่ง เทคโนโลยีสามารถ ช่วยในการผลิต ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของคนในสังคม การเปลี่ยนแปลงต่างๆทำให้เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีการแข่งขันสูงขึ้น ก้าวสู่ระบบทุนนิยมวัตถุ การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่สามารถอยู่รอดในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจได้นั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถและประสิทธิภาพของแต่ละองค์กร ดังนั้นบุคลากรของแต่ละองค์กรจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น คือ การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การปรับตัวตามสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อความสำเร็จในงาน สำหรับปัญหาที่พบในองค์กรส่วนใหญ่บุคลากรในองค์กรจะมีพฤติกรรมต่อต้านเทคโนโลยี เพราะขาดความรู้ในการใช้เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา องค์กรจะต้องมีการอบรมให้ความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน สามารถลดอัตราความเสี่ยงให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงาน โดยจำแนกเป็นสี่มิติ ได้แก่ การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การปรับตัวตามสภาพแวดล้อม ต่อความสำเร็จในงานของพนักงาน บริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

สมมติฐานของการวิจัย

1. การจัดการภาวะวิกฤติมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด
2. การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด
3. การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด
4. การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

บททวนวรรณกรรม

ผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงาน ที่มีผลต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี

อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด

1. การปรับตัว Lazarus (อ้างถึง อภิขยา อินทรสุภา 2547:7) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการปรับตัวว่า มีจุดเริ่มต้นมาจากการปรับตัวทางชีววิทยา เรียกว่า Adaptation ซึ่งเป็นความคิดพื้นฐานทางทฤษฎีวิวัฒนาการของ ดาร์วิน ที่เชื่อว่า เผ่าพันธุ์ที่แข็งแรงเท่านั้น จะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งต่าง ๆ และสามารถดำรงเผ่าพันธุ์อยู่ได้ นักจิตวิทยาได้ยืมความคิดนี้มาใช้แล้วใช้คำว่า Adjustment แทนคำว่า Adaptation พร้อมทั้งให้ความหมายใหม่ว่า เป็นความพยายามของแต่ละคนในการดำเนินชีวิตหรืออยู่รอดในสภาพแวดล้อมทางสังคม สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และความจำเป็นที่ต้องมีการศึกษาเรื่องการปรับตัวนั้น เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม อันเป็นผลมาจากการปรับตัวที่ไม่ดีมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหา

ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้พนักงานมีความต้องการที่จะปรับตัวเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานให้มากขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบของการปรับตัวในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยปรับตามแนวคิดการปรับตัวในการปฏิบัติงานของ (Plamondon, 2000 : 612-617) โดยได้จำแนกออกเป็น 4 มิติ ดังนี้ **มิติที่ 1** การจัดการภาวะวิกฤติ มาจากการรวมกลุ่มระหว่าง ความสามารถในการจัดการกับสถานะฉุกเฉิน ความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน **มิติที่ 2** การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร มาจากการรวมกลุ่มระหว่าง ความสามารถในการจัดการกับความเครียด ความสามารถในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม **มิติที่ 3** การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ มาจากการรวมกลุ่มระหว่าง ความสามารถในการเรียนรู้งาน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ **มิติที่ 4** การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงมาจาก ความสามารถในการ

ปรับตัวทางกายภาพ และผู้วิจัยได้ให้ความหมายการปรับตัวในการปฏิบัติงานตามกรอบแนวคิดโดยได้จำแนกออกเป็น 4 มิติ ดังนี้ **(1) การจัดการภาวะวิกฤติ** การทำงานเมื่ออยู่ในสถานการณ์ฉุกเฉินหรือความไม่แน่นอน สามารถปรับเปลี่ยนแผนงาน มีเป้าหมายและวิธีการรับมือกับปัญหากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการวิเคราะห์ประเมินความเสียหาย มีการตัดสินใจที่ชัดเจน **(2) การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร** การปรับตัวให้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นและพร้อมที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความสามัคคีในการปฏิบัติงาน และยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน การควบคุมอารมณ์เมื่อเจอเหตุการณ์ที่ซับซ้อน ยุ่งยากซับซ้อน หรืองานที่มีความคาดหวังสูงไม่ให้เกิดความเครียด ยึดถือปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร **(3) การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์** การศึกษาค้นคว้า การแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาทักษะการทำงาน การสังเกตปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์วิธีการใหม่ๆ การปรับปรุงวิธีการทำงาน การใช้องค์ความรู้และทักษะที่มีอยู่เรียนรู้งานด้วยความรวดเร็ว เพื่อแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในการทำงาน **(4) การปรับตัวตามสภาพแวดล้อม** การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ สถานการณ์ต่าง เวลา สถานที่ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด ๆ มีสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี แต่สามารถปรับตัวให้ปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

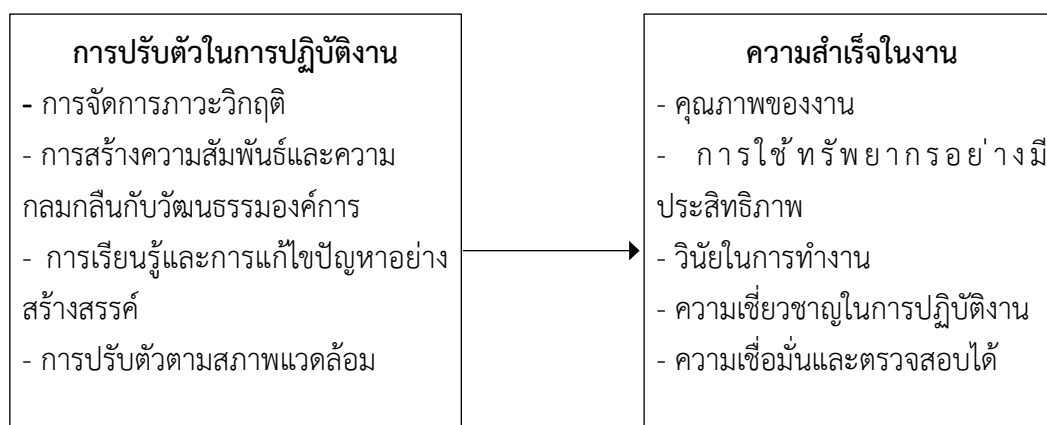
2. ความสำเร็จในงาน การพัฒนาตนเอง เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงานนั้น ต้องมีความรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักคิดแก้ปัญหา โดยใช้สติปัญญาประกอบในการตัดสินใจ วางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ ความชำนาญในงาน มีความรับผิดชอบ ทำงานได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ถูกต้อง และมีความคิดที่กว้างไกล การวัดความสำเร็จในงาน โดยทั่วไปการประเมินผลการปฏิบัติงานจะใช้วิธีการใช้

เกณฑ์การให้คะแนน ซึ่งแสดง รายการคุณลักษณะ และช่วงผลการปฏิบัติงานสำหรับพนักงานแต่ละคน ซึ่งพนักงานจะได้รับการจัด ระดับด้วยการให้คะแนน ที่จะอธิบายถึงระดับการปฏิบัติงานสำหรับแต่ละคุณลักษณะ โดยจะมีการแสดงคุณลักษณะต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยปรับตามแนวคิดการวัดความสำเร็จในการปฏิบัติงานของ (สมชาย หิรัญกิตติ.2542 : 205-206) โดยได้จำแนกออกเป็น 5 มิติ ไว้ดังนี้ **มิติที่ 1** คุณภาพของงาน เปลี่ยนแปลงมาจาก คุณภาพ **มิติที่ 2** การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เปลี่ยนแปลงมาจาก การเพิ่มผลผลิต **มิติที่ 3** วินัยในการทำงาน เปลี่ยนแปลงมาจาก การเรียกใช้ได้ง่าย **มิติที่ 4** ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน เปลี่ยนแปลงมาจาก ความรู้ในงาน **มิติที่ 5** ความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้ มาจากการรวมกลุ่มระหว่าง ความเชื่อถือได้ และความเป็นอิสระ และผู้วิจัยได้ให้ความหมายความสำเร็จในงานตามกรอบแนวคิด โดยได้จำแนกออกเป็น 4 มิติ ดังนี้ (1) คุณภาพของงาน การปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง การทบทวนการปฏิบัติงาน การได้รับความพึงพอใจ งานมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการ (2) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ นำวิธีใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อลดการสูญเสียในด้านการใช้อย่างประหยัด การนำกลับมาใช้ซ้ำอีก การบูรณซ่อมแซม การบำบัดและการฟื้นฟู การ

ใช้สิ่งอื่นทดแทน การเฝ้าระวังดูแลและป้องกัน(3) **วินัยในการทำงาน** การมีวินัยในตนเอง ยอมรับและถือปฏิบัติตามกฎ กติกา มารยาท ขนบธรรมเนียม การตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ ทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคคลอื่น รักษาความสามัคคี (4) **ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน** การปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลมีทักษะความรู้ความสามารถ การจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องด้านต่าง ๆ สามารถปฏิบัติงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ได้ รวมทั้งสามารถนำความรู้จากประสบการณ์ในการทำงานมาถ่ายทอดให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นและรายงานให้หัวหน้าเข้าใจถึงปัญหานั้นได้ การเชื่อมโยงความรู้ด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ (5) **ความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้** ได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้าในการทำงาน พนักงานสามารถทำงานตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ ไม่ละทิ้งงาน มีความรับผิดชอบสามารถติดตามผลได้ ทำงานได้ตามเวลาและตามแผนงานที่กำหนด

จากการทบทวนวรรณกรรมตำรา วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการปรับตัวในการปฏิบัติงาน ทำให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่น่าเชื่อถือและกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ ดังแสดงในภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัท เซลซีอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จำนวน 97 คน ตัวแปรที่นำเข้ามาศึกษามีทั้งหมด 2 ตัวแปร ประกอบด้วย (1) การปรับตัวในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม (2) ความสำเร็จในงาน ได้แก่ คุณภาพของงาน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ วินัยในการทำงาน ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน และความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการปรับตัวในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในงาน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้ โดยเริ่มจาก ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก ระดับมากที่สุด โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.401 – 0.785 โดยมีค่ามากกว่า 0.2 แต่ไม่เกิน 0.8 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ (สุวิมล ติรกา นันท์, 2551) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามของทุกตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.780– 0.842 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงเป็นไปตามเกณฑ์ของ (Hair et al., 2006)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Correlation) (Hafner , 1998) ค่า r อยู่ระหว่าง 0.00 – 1.00 สำหรับทิศทางความสัมพันธ์พิจารณาโดยถ้าค่าสัมประสิทธิ์ (r) มีค่าเป็นบวกแสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทางบวกและมีทิศทางเดียวกัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเป็นลบแสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทางลบหรือทิศทางตรงกันข้าม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลโดยดำเนินงานตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ขออนุญาตรับรองกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร เพื่อส่งถึงบริษัท เซลซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้ฝ่ายบุคคล บริษัท เซลซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ตามจำนวนประชากร จำนวน 130 ชุดทางไปรษณีย์และกำหนดวันส่งแบบสอบถามกลับคืนภายใน 1 สัปดาห์

3) เมื่อครบกำหนด ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยบริษัทเซลซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ตอบกลับมา 120 ฉบับ

4) ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 120 ชุด ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ จำนวน 97 ชุด คิดเป็นร้อยละ 74.61 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

5) นำข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีโดยจำแนกตามเพศพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 78.39 และเป็นเพศชายจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.61 จำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 47.39 อายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.78 อายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.65 และอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.18 จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 55.63 ระดับปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.71 และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.66 จำแนกตามสถานภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 56.51 มีสถานภาพโสด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 และมีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.37 จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 64 คน คิด

เป็นร้อยละ 66.04 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.51 มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.28 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 และมีรายได้ต่อ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.05 จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่างต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.93 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ระหว่าง 10-15 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.92 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.83 และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานสูงกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.32 จำแนกตามตำแหน่งงานพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่แผนกเย็บ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 28.78 แผนกแพ็ค จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 18.48 แผนกขาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.32 แผนกสต็อกสินค้า แผนกจัดส่งสินค้า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.31 แผนกบุคคล แผนกรีด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.22 แผนกบัญชี/การเงิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.19 แผนกดีไซด์เนอร์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.05 และแผนกแพทเทิร์น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.12 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานและค่า สัมประสิทธิ์สห สัมพันธ์แบบเพียร์สัน	CM	R&CO	L&PS	AE	QJ	ER	DW	EO	CC
Mean	3.62	3.63	3.86	3.68	3.95	3.70	3.74	3.76	3.81
S.D.	0.62	0.64	0.52	0.61	0.50	0.59	0.53	0.55	0.56
CM	-								
R&CO	0.56**	-							
L&PS	0.51**	0.52**	-						
AE	0.55**	0.50**	0.56**	-					
QJ	0.50**	0.43**	0.63**	0.55**	-				
ER	0.44**	0.31**	0.40**	0.45**	0.47**	-			
DW	0.50**	0.35**	0.45**	0.47**	0.48**	0.66**	-		
EO	0.46**	0.25*	0.39**	0.51**	0.55**	0.62**	0.62**	-	
CC	0.53**	0.31**	0.47**	0.55**	0.56**	0.67**	0.64**	0.67**	-

**นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

*นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Correlation Pearson Product Moment) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ศึกษาซึ่งยืนยันว่าตัวแปรที่ศึกษามีด้านร่วมกัน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมี นัยสำคัญที่ระดับ .05 และ .01 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่ในภาพรวม พบว่าค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่ โดยยึดหลักของ (Hafner , 1998) ผลการวิเคราะห์ทั้งหมด แสดงว่าข้อมูลที่ได้อยู่ในระดับมากที่จะนำมาวิเคราะห์ด้านและตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไป วิเคราะห์ด้านเชิงยืนยันต่อไป การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมเกลียวกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของงาน

อย่างมีนัยสัมพันธ์ทางสถิติ โดย $r = 0.50, p < 0.05$, $r = 0.43, p < 0.05$, $r = 0.63, p < 0.05$, $r = 0.55, p < 0.05$ ตามลำดับ

การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมเกลียวกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างมีนัยสัมพันธ์ทางสถิติ โดย $r = 0.44, p < 0.05$, $r = 0.31, p < 0.05$, $r = 0.40, p < 0.05$, $r = 0.45, p < 0.05$ ตามลำดับ

การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมเกลียวกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับวินัยในการทำงานอย่างมีนัยสัมพันธ์ทางสถิติ โดย $r = 0.50, p < 0.05$, $r = 0.35, p < 0.05$, $r = 0.45, p < 0.05$, $r = 0.47, p < 0.05$ ตามลำดับ

การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมเกลียวกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสัมพันธ์ทางสถิติ โดย $r = 0.46, p < 0.05$, $r = 0.25, p < 0.01$, $r = 0.39, p < 0.05$, $r = 0.51, p < 0.05$ ตามลำดับ

การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมเกลียวกับวัฒนธรรมองค์กร การ

เรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้อย่างมีนัยสัมพันธ์ทางสถิติ โดย $r = 0.53, p < 0.05$ $r = 0.31, p < 0.05$ $r = 0.47, p < 0.05$ $r = 0.55, p < 0.05$ ตามลำดับ ซึ่งสรุปได้ว่าไม่พบปัญหาตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต้นมากเกินไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 2 การจัดการภาวะวิกฤติมีผลต่อความสำเร็จในงาน ของพนักงาน บริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตามความสำเร็จในงาน
การจัดการภาวะวิกฤติ	0.428*** (0.060)
R ²	0.352

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ว่า การจัดการภาวะวิกฤติมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ผลการศึกษาพบว่า การปรับตัวในการปฏิบัติงาน ในมิติการจัดการภาวะวิกฤติ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta = 0.428; p < 0.05$) นั้นแสดงให้เห็นว่า พนักงานในบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ที่มีการจัดการภาวะวิกฤติได้ดี จะมีความสำเร็จในงานได้ดี และ R² แสดงให้เห็นว่า การจัดการภาวะวิกฤติสามารถอธิบายความผันแปรในความสำเร็จในงานได้ 35.20% ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 3 การสร้างความสัมพันธ์และความกลมเกลียวกับวัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อความสำเร็จในงาน ของพนักงาน บริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตามความสำเร็จในงาน
การสร้างความสัมพันธ์และความกลมเกลียวกับวัฒนธรรมองค์กร	0.285*** (0.066)
R ²	0.163

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่ตั้งไว้ว่า การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์การมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด ผลการศึกษาพบว่า การปรับตัวในการปฏิบัติงาน ในมิติการสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์การ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (β

$2=0.285$; $p<0.05$) นั้นแสดงให้เห็นว่า พนักงานในบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ที่มีการสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์การได้ดี จะมีความสำเร็จในงานได้ดี และ R^2 แสดงให้เห็นว่า การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์การสามารถอธิบายความผันแปรในความสำเร็จในงานได้ 16.30% ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 4 การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จในงาน ของพนักงาน บริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

ตัวแปร	ตัวแปรตามความสำเร็จในงาน
การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์	0.490*** (0.073)
R^2	0.321

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ที่ตั้งไว้ว่า การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ผลการศึกษาพบว่า การปรับตัวในการปฏิบัติงาน ในมิติการเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (β $3=0.490$;

$p<0.05$) นั้นแสดงให้เห็นว่า พนักงานในบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ที่มีการเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้ดี จะมีความสำเร็จในงานได้ดี และ R^2 แสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์สามารถอธิบายความผันแปรในความสำเร็จในงานได้ 32.10% ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

ตารางที่ 5 การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

ตัวแปร	ตัวแปรตามความสำเร็จในงาน
การปรับตัวตามสภาพแวดล้อม	0.458*** (0.060)
R^2	0.383

***นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 การทดสอบสมมติฐานที่ 4 ที่ตั้งไว้ว่า การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด ผลการศึกษาพบว่า การปรับตัวในการปฏิบัติงาน ในมิติการปรับตัวตามสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta_4 = .458$;

$p < 0.05$) นั้นแสดงให้เห็นว่า พนักงานในบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด ที่มีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมได้ดี จะมีความสำเร็จในงานได้ดี และ R^2 แสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์สามารถอธิบายความผันแปรในความสำเร็จในงานได้ 38.30% ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	คำอธิบาย	ผลที่ได้รับ
1	การจัดการภาวะวิกฤติมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด	ยอมรับสมมติฐาน
2	การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด	ยอมรับสมมติฐาน
3	การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานงานฝ่ายผลิตบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด	ยอมรับสมมติฐาน
4	การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด	ยอมรับสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษา

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำแนกตามอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 36-45 ปี จำแนกตามระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำแนกตามสถานภาพส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพสมรส จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับส่วนใหญ่อยู่ในระหว่างต่ำกว่า 15,000 บาท จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีอยู่ในระหว่างต่ำกว่า 5 ปี จำแนกตามตำแหน่งงานส่วนใหญ่อยู่ในแผนกเย็บ

1) จากการศึกษาการปรับตัวในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด พบว่า ค่าเฉลี่ยการปรับตัวในการปฏิบัติงาน เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงจากค่ามากไปน้อย คือ การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การปรับตัวตามสภาพแวดล้อม การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การจัดการภาวะวิกฤติตามลำดับ

2) จากการศึกษาความสำเร็จในงานของพนักงาน บริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ต จำกัด พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำเร็จในงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงจากค่ามากไปน้อย คือ คุณภาพของงาน ความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้ ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน วินัยในการทำงาน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

3) ผลการทดสอบสมมติฐานของผลกระทบของการปรับตัวในการปฏิบัติงานทั้งสี่มิติ ได้แก่ การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จในงาน แสดงผลว่ายอมรับสมมติฐานทั้งสี่มิติ

อภิปรายผล

1. ผลการปรับตัวในการปฏิบัติงาน

ผลของค่าเฉลี่ยตัวแปรการปรับตัวในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การจัดการภาวะวิกฤติ การสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สวีสัม ทิพยธร (2552) การปรับตัวในการทำงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความสามารถในการปรับเข้ากับ วัฒนธรรมองค์กร เช่น นักบัญชียึดมั่นปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี นักบัญชีมีความพึงพอใจในค่านิยม กฎระเบียบ ข้อบังคับขององค์กร ด้านความสามารถในการเรียนรู้ เช่น นักบัญชีพยายามเรียนรู้ วิธีการปฏิบัติงานต่าง ๆ ด้วยความตั้งใจ เพื่อให้งานนั้นบรรลุเป้าหมาย นักบัญชีพยายามฝึกหัด และทบทวนการทำงานบ่อย ๆ ด้านความสามารถในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เช่น นักบัญชี ยกย่องชมเชยเพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ด้วย ความจริงใจ โดยปราศจากความอิจฉาริษยา นักบัญชียอมรับความสามารถของเพื่อนร่วมงานและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เช่น นักบัญชีพร้อมเสมอที่จะเผชิญกับปัญหา หรืออุปสรรคที่เกิดจากการปฏิบัติงาน นักบัญชีมีวิธีการทำงานใหม่ๆ รู้จักการแก้ปัญหาในการทำงาน และปรับปรุงแก้ไขได้อย่างเหมาะสม

2. ผลความสำเร็จในงาน

ผลของค่าเฉลี่ยตัวแปรความสำเร็จในงาน ได้แก่ คุณภาพของงาน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ วินัยในการทำงาน ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สวีสัม ทิพยธร (2552) ความสำเร็จในการทำงานโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ เช่น นักบัญชี มีการประพฤติ ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ด้านการเพิ่มผลผลิต เช่น นักบัญชีมีความพยายามในการทำงาน หรือ ใช้ทรัพยากรในการทำงานเป็นไปอย่างคุ้มค่าและประหยัด มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ ด้านคุณภาพ เช่น ข้อมูลหรือรายงานทางการเงินที่นักบัญชีจัดทำ มีความถูกต้องตรงตามมาตรฐานการบัญชี และเชื่อถือได้ และด้านความรู้ในงาน เช่น นักบัญชีสามารถเลือก และ จัดลำดับความสำคัญของการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด และสามารถ จัดสรรได้ตามเวลาที่กำหนด นักบัญชีมีความเข้าใจในการจัดทำรายงานทางการเงิน และวิเคราะห์ ข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ และน่าเชื่อถือ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการจัดการภาวะวิกฤติมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานบริษัท เซลซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา พูลเพชร (2558) กล่าวว่า ภาวะผู้นำด้านการทำทายกระบวนการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความสำเร็จในงาน นั้นแสดงให้เห็นว่า พนักงานที่สามารถดำเนินงาน อย่างทำทาย กล้าได้กล้าเสีย กล้าเสี่ยง ทำให้ ทดลองค้นหาแนวทางใหม่ๆ ในการทำงาน สามารถ จัดการแก้ไขปัญหา กับเหตุการณ์ที่มีความอันตรายได้ จะนำมาเป็นโอกาสไปสู่ความสำเร็จ

สมมติฐานที่ 2 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการสร้างความสัมพันธ์และความกลมกลืนกับวัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงาน

ของพนักงานงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด กับงานวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อร กัญญา พงษ์พิมาย (2557) กล่าวว่า ความสุขในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการทำงาน นั้นแสดงให้เห็นว่า การที่พนักงานยึดถือปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร และมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชา ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน ในองค์กรส่งผลให้การปฏิบัติงานหรือผลผลิตดีตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 3 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานงานฝ่ายผลิต บริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ มะลิวัลย์ ลือชา (2557) ความสามารถในการแก้ไขปัญหา มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จ ในการทำงานโดยรวมและตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความสามารถในการแก้ไขปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทักษะการประมวล

ผลความรู้ ด้านความฉลาดในเนื้อหา ด้านเทคนิคการแก้ปัญหา นั้นแสดงให้เห็นว่า หากพนักงานมีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องด้วยการศึกษาค้นคว้า การแสวงหาความรู้ใหม่ หรือการเรียนรู้จากการสังเกตปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงาน และแก้ไขปัญหาได้ด้วยความรวดเร็วส่งผลให้ งานมีประสิทธิภาพ และเกิดปัญหาน้อยที่สุด

สมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การปรับตัวตามสภาพแวดล้อมมีผลกระทบต่อความสำเร็จในงานของพนักงานงานบริษัท เซลซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชชุดา อมรสิน (2558) กล่าวว่า พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานมาก ย่อมได้ผ่านการเรียนรู้ การสั่งสมความรู้ สถานการณ์ต่าง ๆ และผ่านการปฏิบัติงานในหลายๆ หน้าที่ ส่งผลให้สามารถทำงานในสภาพแวดล้อมหลายๆ แบบได้ โดยไม่ขาดตกบกพร่อง นั้นแสดงให้เห็นว่า หากพนักงานสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมขององค์กรได้ดีก็จะทำให้การทำงานประสบความสำเร็จและมีความสุขในการทำงานในองค์กรนี้

บรรณานุกรม

- เกียรติศักดิ์ จันทร์แดง. (2549). *การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: วิตติกรู๊ป, หน้า 110
- จิตรวี มุสิกสุต. (2556) ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพและคุณลักษณะงานที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- จิตติมา พูลเพชร. (2556) ประสิทธิภาพของการสื่อสารและการเผชิญความเครียดที่พยากรณ์ ความสำเร็จในงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนเครื่องพิมพ์ ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- ณัฐรินทร์ แฉ่นแก้ว (2552) ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ของผู้สอบบัญชีสหกรณ์สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ทศพล สมพงษ์. (2540). *มานุษยวิทยากายภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, หน้า 21-23, 36, 332-342
- ธัชชา วิทวิโรจน์. (2552). *ความสามารถทางการสื่อสารและการปรับตัวทางวัฒนธรรมของต่างชาติ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- นฤมล สุ่นสวัสดิ์. (2549). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*, กรุงเทพฯ : วันทิพย์
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553) *การวิจัยเบื้องต้น* พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น
- ปณยา ทองเหลือง. (2544). *การปรับตัวในการทำงานของพนักงานระดับหัวหน้างานต่อระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท เอคโค (ประเทศไทย) จำกัด*
- ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และสุภาพ นัตรภรณ์ (2543). *การออกแบบการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- พนัส หันนาคินทร์. (2549) *การบริหารบุคลากรในโรงเรียน*. พิษณุโลก: โครงการตำรามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒพิษณุโลก
- พิมพรรณ กวางเดินดง. (2542) *ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้นำ การมองในแง่ดี และ ความสำเร็จในการทำงานของวิศวกรโรงงานอุตสาหกรรม . มหาวิทยาลัยเชียงใหม่/เชียงใหม่.*
- พรเทพ ขำสุภาพ. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม เขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี การบริหารและการพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท; บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต*
- ไพบูลย์ ภูมิเวทย์. (2542). *ชีวิตและระบบนิเวศวิทยา*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, หน้าที่ 133-144
- มนูญ ตนะวัฒน์. (2556). *จิตวิทยาพัฒนาคุณภาพชีวิต*. กรุงเทพฯ: อีรพงษ์การพิมพ์.
- มยุรฉัตร กุลดิลก. (2552). *การปรับตัวของพนักงานภายใต้ระบบการบริหารแบบญี่ปุ่น. พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาดบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*
- มณี อัครานนท์. (2525). *วิวัฒนาการ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศรีเมืองการพิมพ์, หน้าที่ 29-33
- ยุภาพร ไชยเมือง. (2557). *ความสามารถในการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*
- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2545). *สุขวิทยาจิตและการปรับตัว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- วิเชียร วิทญูดม. (2549). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, หน้าที่ 88
- _____. *พฤติกรรมองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, หน้าที่ 123-124, 396-399
- วิชัย แหวนเพชร. (2543). *มนุษย์สัมพันธ์ในการบริหารอุตสาหกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมมล, หน้าที่ 240
- วิชุลดา อมรสิน, ดลใจ ลีตระกูล. (2558). *การศึกษาประสิทธิภาพการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จในงานของผู้สอบบัญชีสหกรณ์สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ใน เขตสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 3, คณะเทคโนโลยีการจัดการ: สุรินทร์*
- วิภาพร มาพบสุข. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ
- วราภรณ์ ตระกูลสฤณี. (2545). *จิตวิทยาการปรับตัว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ
- วิลาวรรณ รพีพิศาล. (2547). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. โรงพิมพ์วิจิตรหัตถกรรม: กรุงเทพมหานคร

- วิสุทธ์ ใบไม้. (2536). *พันธุศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอ็นพีซัพพลายพรีนติ้ง, หน้าที่ 430-433
- สุภารัตน์ เป้ทุ่ง. *Educational Psychology*. ค้นหาคำเมื่อ 8 มิถุนายน 2561, จาก <https://sites.google.com/site/educationalpsychology2555/prawati-phu-cad-tha>
- สุทัศน์ รัตนเกื้อก้างวาลย์. (2548). *การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้าที่ 21
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ. (2548). *ชีววิทยา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ สกสศ. ลาตพรวัว, หน้าที่ 125-127
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเทกซ์
- สมยศ นาวิการ. (2540). *การบริหารและพฤติกรรมองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงพัฒนา จำกัด, หน้าที่ 79
- สมใจ ลักษณะ. (2546). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์
- สุริยงค์ วงศาพัฒนานันท์. (2557). *ผลกระทบของการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของผู้สอนบัญชีภาวชิการในประเทศไทย* หลักสูตรปริญญาบัญชีมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สรายุทธ สุวรรณปักษ์. (2549 : 7). *ผลกระทบของคุรสมบัติของนักบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานในสถาบันอุดมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ. (2542). *พฤติกรรมองค์กร; ทฤษฎีและการประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้าที่ 69-70, 340-341, 348-349
- สุวิมล ตีรทานันท์. (2551). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศุภวรรณ ศรีเกตุ. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างระบบที่เกี่ยวกับการปรับตัวในการทำงานของพนักงาน. (รายงานการวิจัยการพัฒนาคูโดยใช้ระบบที่เลี้ยง, คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด
- อภิญา อินทรสุภา. (2547). *การปรับตัวในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน* หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชามนุษยศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- อรรถสิทธิ์ นุชเปลี่ยน. (2550) *ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการสั่งงานของหัวหน้างานกับความสำเร็จในงานของพนักงาน* หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชามนุษยศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

- อรกัญญา พงษ์พิมาย. (2557) *ผลกระทบของคุณลักษณะของงานที่มีต่อความสำเร็จในงานผ่านความสุขในการทำงานของครูโรงเรียนนาครประสิทธิ์ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม* หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อำนวย วีรรณ. (2549) *การแก้วิกฤติการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York, NY: John Wiley & Son.
- Arkoff. A. (1968) *Adjustment and mental health*. New York : John Wiley & Son
- Barry Render, Jay Heizer. (2551). *การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ*. พิมพ์ครั้งที่ . กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สันเอดูเคชั่นอินโดไชน่า จำกัด, หน้าที่ 109, 348
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Alderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.) New Jersey: Pearson
- Hodgetts S, et al. (1996) *Over-expression of Saccharomyces cerevisiae hsp90 enhances the virulence of this yeast in mice*. FEMS Immunol Med Microbiol 16(3-4):229-34
- Likert, Rensis. (1967). “*The Method of Constructing and Attitude Scale*”. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95).
- NovaBizz. ค้นหาเมื่อ 8 มิถุนายน 2561, จาก https://www.novabizz.com/NovaAce/Learning/Achievement_Needs.htm
- Nunnally, J. and I. Bernstein. 1994 *Psychometric Theory*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill
- Plamondon, K.E. (2000.) *Adaptability in the workplace Development of adaptivePerformance*. Journal of Applied Psychology 4, 612-624

ความสัมพันธ์ระหว่างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความน่าเชื่อถือที่มีต่อ ความตั้งใจใช้เอฟคอมเมอร์ซของผู้บริโภคชาวไทย

RELATIONSHIP AMONG TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL AND PERCEIVED CREDIBILITY TO INTENTION TO USE OF THAI CONSUMERS ON F-COMMERCE

นางสาวอรอนงค์ อัมภา
Miss Ornanong Ampha

สาขาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง
Major of Business Administration, College of Hospitality and Tourism,
Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang Campus

บทคัดย่อ

เฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมถูกนำมาใช้เป็นช่องทางใหม่ในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เรียกว่า เอฟคอมเมอร์ซ โดยงานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความน่าเชื่อถือของการใช้งานกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมอร์ซของผู้บริโภคชาวไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวไทย จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบสอบถามออนไลน์ไปยังผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ และใช้หลักการวิเคราะห์ทางสถิติแบบการถดถอยเชิงเส้น ผลการศึกษาแสดงการรับรู้ความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีค่าสูงที่สุด การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมอร์ซมีค่ารองลงมา ตามลำดับ ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ทางด้านการวิชาการทำให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและความน่าเชื่อถือกับความตั้งใจใช้ของผู้บริโภคชาวไทยในบริบทที่ทันสมัย ซึ่งเป็นการพัฒนาทฤษฎีในบริบทอื่นๆ ต่างจากงานวิจัยที่เคยศึกษามาก่อน ภาครธุรกิจสามารถนำผลงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจ แผนการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถตอบสนองความตั้งใจใช้สินค้าผ่านบริการนี้จนนำไปสู่การบริโภคในที่สุด

คำสำคัญ: เฟซบุ๊ก เอฟคอมเมอร์ซ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความน่าเชื่อถือ

Abstract

Facebook is a popular social network more than a decade ago. Now, it has become a new market channel to sell product or service or called Facebook Commerce: F-commerce that is an initial research. The objectives of this study are 1) to examine the relationship between Perceived Usefulness and Intention to Use F-commerce 2) to examine the relationship between

Corresponding Author

E-mail: Ornanongampha@gmail.com

Perceived Ease of Use and Intention to Use F-commerce 3) to examine the relationship between Perceived Credibility and Intention to Use F-commerce. The collected data via an online questionnaire by the purposive sampling that is Thai who used to buy product or service through Facebook 400 users. The analysis was used SPSS and descriptive statistics; frequency, percentage and linear regression applied for this research. The result of the research showed Perceived Credibility is the highest affecting the intention to use F-commerce in positive consistent all hypotheses, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use are higher respectively. The result can benefit for business and academic in advanced. The one is interesting to be entrepreneur can apply it for their business or marketing plan. While, the academic, the F-commerce is a new context.

Keywords: Facebook, F-commerce, Technology Acceptance Model, Perceived Credibility

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้พฤติกรรมของคนในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป อุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับในการดำรงชีวิต (กษิตศ ใจผาวัง, 2558) อีกทั้งระบบอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย จนส่งผลให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางตรงหรือแบบทางอ้อม การติดต่อสื่อสารของคนที่ได้รับคามนิยมในยุคปัจจุบัน คือ สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเฟซบุ๊กเป็นหนึ่งในช่องทางของสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยม เฟซบุ๊ก ได้เปิดตัวครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2547 ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ให้บริการเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเท่านั้น แต่หลังจากนั้นใน พ.ศ. 2548 จึงอนุญาตให้บุคคลทั่วไปเข้าใช้บริการจากกระแสดังกล่าวทำให้ภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง โดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อในจำหน่ายสินค้า การเพิ่มยอดขาย ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ แจ้งข่าวสาร หรือตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ (ชาคริต อ่องทุน และ ประสพ ชัยพสุนนท์,

2559) ปัจจุบัน เฟซบุ๊กได้ถูกนำมาใช้เป็นอีก 1 ช่องทางของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วทันกับความต้องการของลูกค้า เมทิกา ลีมตระกูล และ ฤทธม พงษ์พานิช (2558) ได้กล่าวว่า เฟซบุ๊ก ได้เป็นช่องทางที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ขายสินค้าหรือบริการเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า เป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้ซื้อได้เป็นอย่างดีและประเทศไทย มีประชากรผู้ใช้เฟซบุ๊กเป็นอันดับ 9 ของโลกเท่ากับประเทศเยอรมนี มีผู้ใช้งานจำนวน 28 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 42 ของประชากรทั้งประเทศไทยแต่การซื้อสินค้าบนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น สิ่งที่ผู้บริโภคกังวล คือ เรื่องความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายสินค้าและเว็บไซต์ (พิรพร สุภักเกียรติกุล, 2558; ชานน จิตระโสภะโน, 2559)

จากข้อมูลข้างต้นจึงเป็นที่มาของงานวิจัยฉบับนี้ โดยการนำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความน่าเชื่อถือที่มีต่อความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซของผู้บริโภคชาวไทย ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวเป็นที่ยอมรับและแพร่หลายในอธิบายหรือทำนายพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ของคนและจะส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับและการปรับใช้

เทคโนโลยีใหม่ซึ่งสอดคล้องกับบริบทเอฟคอมเมิร์ซ วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแบบจำลองการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความง่ายที่มีต่อการตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความน่าเชื่อถือที่มีต่อการตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ

บททวนวรรณกรรม

พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจของภาคเอกชนและการทำงานในภาครัฐ ซึ่งก่อให้เกิดความคล่องตัว สะดวก และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่าง ๆ แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการสื่อสารก็เปลี่ยนแปลงตามจึงส่งผลให้เกิดต่อช่องทางของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายมากขึ้น จากสังคมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ วิภาวี จันทรแก้ว และบุหงา ชัยสุวรรณ (2561) ได้กล่าวว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การซื้อขายสินค้าและบริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่า 2,812,592.03 ล้านบาท ในปี 2560 และคาดการณ์อัตราการเติบโต ปี 2560-2561 อยู่ที่ ร้อยละ 8.76 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) จากการขยายตัวดังกล่าว ส่งผลให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เริ่มหาช่องทางใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง จึงได้นำสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในขณะนี้ อย่างเฟซบุ๊ก เข้ามาใช้เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ซึ่งเรียกว่า เอฟคอมเมิร์ซ

เฟซบุ๊ก ได้เปิดตัวครั้งแรกเมื่อ วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2547 ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด โดยเปิดให้เข้าใช้ได้เฉพาะนักศึกษาของที่นี่เท่านั้น เพื่อใช้ใน

การโหวตทำกิจกรรมระหว่างนักศึกษาด้วยกัน ก่อตั้งโดย มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก เป็นนักศึกษาอยู่ในขณะนั้น และต่อมาได้เปิดให้เป็นสาธารณะ นับได้ว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลอย่างสูงในยุคปัจจุบัน ทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อในจำหน่ายสินค้า การเพิ่มยอดขาย ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ แจ้งข่าวสาร หรือตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ (ชาคริต อ่องทุน และ ประสพ ชัยพสุนนท์, 2559)

เรื่องการศึกษาผลกระทบของสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าในเอฟคอมเมิร์ซของคนไทย พบว่า ทัศนคติและการรับรู้ความง่ายในการใช้ มีผลต่อความตั้งใจซื้อในเอฟคอมเมิร์ซ (Suraworachet, W., Premisiri, S., & Coocharojananone, N., 2012) ในขณะที่ยังงานวิจัยเรื่องอุปสรรคความเสี่ยงต่อเอฟคอมเมิร์ซระหว่างธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ได้เปิดเผยการรับรู้ความเสี่ยงและบุคลิกส่วนบุคคลของเจ้าของธุรกิจ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจ จะเห็นได้ว่าความน่าเชื่อถือในการใช้บริการผ่านช่องทางนี้เป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางให้ความสำคัญ (Jambulingam, S., Sumathi & Rajagopal, 2015).

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ การรับรู้ประโยชน์ (PU: Perceive Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PE: Perceive Ease of Use)

เป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้ในการสำรวจ การอธิบายและพยากรณ์พฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยี ที่ถูกคิดค้น โดย Davis ในปี 1985

1. การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness: PU) เป็นการรับรู้ประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวมีประโยชน์

ต่องานและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน

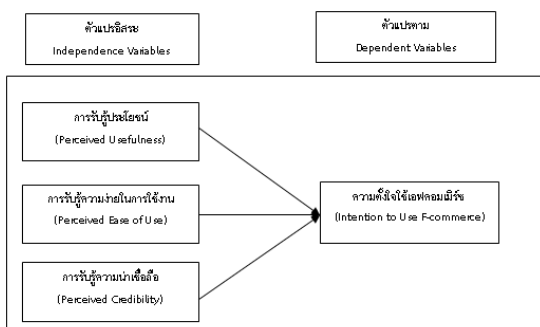
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use: PE) เป็นการรับรู้การใช้งานง่าย สะดวกและไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งาน เทคโนโลยี ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานที่ปฏิบัติ

ใน TAM ถือว่าการรับรู้ประโยชน์ (PU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PE) เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงการยอมรับ (Adoption) หรือความตั้งใจที่จะใช้และการใช้เทคโนโลยี (Usage) ซึ่งมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ โดยส่งผ่านพฤติกรรมการยอมรับ (สุชาดา เกษุระ, 2553)

การรับรู้ความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility: PC) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ถูกเพิ่มเข้ามาในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ที่มีแค่เพียงการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานไม่เพียงพอต่อการทำธุรกรรมผ่านช่องทางนี้ การศึกษาเรื่องการผสมผสานแบบจำลองความน่าเชื่อถือและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของการซื้อสินค้าออนไลน์ ค้นพบผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือมีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางนี้ (Gefen, Karahanna & Straub, 2003)

ดังนั้น ในงานวิจัยฉบับนี้จึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวเข้ามาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความน่าเชื่อถือที่มีต่อความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซของผู้บริโภคชาวไทย

แบบจำลองงานวิจัย



สมมติฐาน

ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ตั้งสมมติฐาน 3 สมมติฐาน ดังนี้

1. การรับรู้ประโยชน์ (PU) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ
3. การรับรู้ความน่าเชื่อถือในการใช้งาน (PC) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Study) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและความน่าเชื่อถือกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซของผู้บริโภคชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนไทยที่ใช้เฟซบุ๊ก จำนวน 400 คน ใช้ส่งแบบสอบถามโดยการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling Technique) ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากวิธีการคำนวณของทาโร่ ยามาเนะ (Taro Yamane, 1967) เป็นสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างง่ายและสูตรนี้เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ที่ขนาดประชากรผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยทั้งหมด จำนวน 28 ล้านคน (ชาคริต อ่องทุน และ ประสพ ชัยพสุนนท์, 2559) แบบสอบถามดังกล่าวมีการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยมีการนำแบบสอบถามไปทดสอบเชิงสำรวจจำนวน 30 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.7

แบบสอบถามถูกแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพฤติกรรมส่วนบุคคลที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการเอฟคอมเมิร์ซ เพื่อเป็นการคัดกรองกลุ่มประชากรให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย หากเคยใช้ซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเอฟคอมเมิร์ซ และสาเหตุการเลือกใช้บริการเอฟคอมเมิร์ซ (คำถามปลายเปิด) จึงจะไปตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3 ต่อไป ส่วนที่ 2 แบบจำลองการยอมรับ

เทคโนโลยีและความน่าเชื่อถือนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการเอฟคอมเมิร์ซใน 4 ด้าน คือ การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับความน่าเชื่อถือและความตั้งใจใช้ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดชนิดเลือกตอบ และส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลทำเป็นแบบสอบถามและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละและใช้หลักการวิเคราะห์ทางสถิติแบบการถดถอยเชิงเส้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าหลายหลากประเภทรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 37.7 ความถี่ในการซื้อสินค้า อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.7 ระยะเวลาใช้บริการเอฟคอมเมิร์ซ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเหตุผลที่เลือกใช้บริการเอฟคอมเมิร์ซ เนื่องจากสะดวก ราคาถูก รู้จักเจ้าของร้านในเอฟคอมเมิร์ซ เป็นสินค้าเฉพาะไม่มีขายในร้านทั่วไป มีรูปภาพแสดงให้เห็น มีการแสดงความคิดเห็นของผู้ซื้อคนก่อนหน้าและสะดวกที่จะติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการ

ส่วนที่ 2 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรงทางสถิติของการรับรู้ประโยชน์ (PU) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ โดยมีค่า PU ($\beta=0.704$, $p<0.05$, และ $t = 3.802$) ส่วนการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ โดยมีค่า PE ($\beta=0.647$, $p<0.05$, และ $t = 5.067$) และการความน่าเชื่อถือในการใช้งาน (PC) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซ โดยมีค่า PC ($\beta=0.738$, $p<0.05$, และ $t = 7.396$)

แบบสอบถามในส่วนที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ

76.3 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.7 อาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59 และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.3

ตารางที่ 1: Regression Result of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Credibility on Intention to Use F-commerce

Independent Variable	Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Credibility on Intention to Use				
	B	SE B	Beta	t	Sig.
(Constant)					
Perceived Usefulness	0.663	0.176		2.062	0.041
	0.704	0.042	0.697	3.802	0.002
Perceived Ease of Use	0.647	0.043	0.655	5.067	0.000
Perceived Credibility	0.738	0.048	0.664	7.396	0.000
R ² Value	0.826			F	270.281
Adjust R ²	0.823			Sig.	0.000*

a. Predictor: (constant), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and
b. Dependent Variable : Intention to Use F-commerce

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความน่าเชื่อถือในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยที่มีการศึกษาก่อนหน้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการเป็นหลักและยังสอดคล้องกับคำถามปลายเปิดว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการเอฟคอมเมิร์ซ คือ รู้จักกับเจ้าของร้านค้าออนไลน์ในเฟซบุ๊ก ส่วนการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมิร์ซรองลงมา ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานช่องนี้เป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าที่กลุ่มตัวอย่างการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และยัง

สอดคล้องกับคำถามปลายเปิดว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการเอฟคอมเมอร์ซ คือ ความมีประโยชน์ต่างๆ เช่น สะดวกไม่ต้องเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ร้านค้าด้วยตัวเอง ติดต่อผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการได้สะดวก และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้เอฟคอมเมอร์ซน้อยที่สุดใน 3 ด้าน

สรุปผล

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ เปิดเผยให้เห็นว่าความตั้งใจใช้บริการเอฟคอมเมอร์ซเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายสินค้าเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและการรับรู้ความง่ายเป็นรองลงมาตามลำดับ ดังนั้นสามารถสรุปประโยชน์ได้รับจากงานสำรวจในครั้งนี้ คือ

ข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ภาคธุรกิจสามารถนำผลที่ได้รับไปบูรณาการกับแผนธุรกิจและแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายสินค้าให้ประจักษ์แก่

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การใช้บริการผ่านช่องทางนี้ลูกค้าสามารถได้รับประโยชน์และมีความง่ายในการใช้บริการฝ่ายเอฟคอมเมอร์ซ

ข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ครั้งต่อไป เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์กำลังเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ใช้บริการสังคมออนไลน์ ดังนั้นไม่เพียงแต่เฟซบุ๊กเท่านั้นที่ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าใหม่ ยังมี ไลน์ อินสตาแกรม ยูทูบ พินเทอเรส ซึ่งนักวิจัยสามารถนำช่องทางต่างๆ มาศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคได้ หรือศึกษาเชิงเปรียบเทียบว่าช่องทางใดมีประสิทธิภาพสูงสุดหรือสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากกว่ากัน

ข้อเสนอแนะการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางช่องทางส่วนตัวของเฟซบุ๊ก เมื่อส่งเกิน 10 ครั้งจะทำให้เฟซบุ๊กที่ส่งนั้น ได้รับการแจ้งเตือนจากผู้ให้บริการและส่งสัญญาณข้อความทางอิเล็กทรอนิกส์จำนวนมาก ที่ไม่ได้รับเชิญ (Spam) และเฟซบุ๊กจะไม่อนุญาตให้ใช้ชื่อบัญชี (Block Account) ดังกล่าว ตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้แบบสอบถาม เพื่อเป็นการป้องกันปัญหานี้ผู้วิจัยจะต้องการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางนี้ก่อนที่จะสรุปวิธีวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2560). มูลค่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, จาก https://www.etda.or.th/app/webroot/content_files/13/files/20180724_Day2_eCommerceValueCEO_Ji_edited2.pdf
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). ธุรกิจดาวรุ่งปี 2560. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2561, จาก http://dbd.go.th/more_news.php?cid=1153
- กษิตศ ใจผาวัง. (2558). ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งช่องทางใหม่ทางการตลาดในยุคที่สังคมเปลี่ยนไป. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 10(1), 123-138.
- ชาคริต อ่องทุน, และ ประสพ ชัยพสุนนท์. (2559). ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านเทคโนโลยีในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเฟซบุ๊กของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ. *Business Review Journal*, 8(2), 21-33

- ชานน จิตรตะโสภะโน. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์และองค์ประกอบของเว็บไซต์กับการตัดสินใจซื้อสินค้ามือสองบนช่องทางออนไลน์ กรณี ศึกษา Kaidee. com.* (สารนิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
- พิรพร สุภักดิ์เกียรติกุล. (2558) *เว็บไซต์สำหรับการประเมินคุณภาพบริการของร้านค้าออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจในประเทศไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- วิภาวี จันทรแก้ว และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2561). ปัจจัยพยากรณ์การใช้งานการพาณิชย์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. *Journal of Mass Communication*, 6(1), 206-236.
- เมธิกา ลิ้มตระกูล, และ ธนอม พงษ์พานิช. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจและพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลีผ่านช่องทางเฟซบุ๊กของนักศึกษาหญิง ในทางภาคเหนือ: กรณีศึกษามหาวิทยาลัย เชียงใหม่. *Journal of Rangsit Graduate Studies in Business and Social Sciences*, 1(1), 137-145.
- สุชาดา เกยระ. (2553). การประยุกต์ใช้ Technology Acceptance Model และ Task-Technology Fit ใน E-Learning, 6-8.
- Chankeaw, V., & Chaisuwan, B. (2018). Factor Predicting Online Transaction through Social Commerce. *Journal of Mass Communication*, 6(1), 206-236.
- Chaiphawang, K. (2015). Digital Marketing: New Market Chanel for the Changed World. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 10(1), 123-138.
- Chittasophano, C. (2016). The Relationship between Electronic Commerce Website Credibility and Elements and Online Purchasing Decision Making on Second-Hand, Used Goods: The Case Study of Kaidee.com. Independent Study, Master of Communication Arts in Digital Marketing (Digital Marketing Communications), Graduate School, Bangkok University.
- Davis, F. D. (1986). *A Technonlogy Acceptence Model For Empirically Testing New End-Iser Information Systems: Theory and Results.* (Ph.D. in Management), Massachusetts Institute of Technology.
- Department of Business Development Ministry of Commerce. (2018). The Stars business of 2018. Retrieved October 20, 2018, from http://dbd.go.th/more_news.php?cid=1153
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS quarterly*, 27(1), 51-90.
- Jambulingamis, M., Sumathi, C., & Rajagopal, G. R. (2015). Barriers of venturing into Facebook commerce among SMEs. *The Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Kayura, S. (2010). The Adoption of Technology Acceptance Model and Task-Technology Fit in E-Learning, 6-8.
- Limtrakun, M. & Pongpanit, T. (2015). Factors Affecting Interesting Purchasing Behavior of Korean Style Dresses Via Facebook for Female University Students in The Northern of Thailand A Case Study of Chiangmai University. *Journal of Rangsit Graduate Studies in Business and Social Sciences*, 1(1), 137-145.

- Ministry of Digital Economy and Society. (n.d). The Value of Thailand e-commerce 2018. Retrieved October 20, 2018, from https://www.etda.or.th/app/webroot/content_files/13/files/20180724_Day2_eCommerceValueCEO_Ji_edited2.pdf
- Oongtun, C ., & Chaipasunon Prasop. (2016). Marketing Factors Influencing Satisfaction Technology to Purchase Goods and Services Via Facebook of Rajamangala University of Technology Tawan-ok Chakrabongse Bhuvanarth Campus Students. *Business Review Journal*, 8(2), 21-33.
- Supakkeittikul, P. (2015).Web Service for Service Quality Assessment of Online Shops on Facebook Fanpage in Thailand. Thesis, Degree of Master of Science Program in Software Engineering, Chulalongkorn University.
- Suraworachet, W., Premisiri, S., & Cooharajanane, N. (2012, July). The study on the effect of Facebook’s social network features toward intention to buy on F-commerce in Thailand. In *Applications and the Internet (SAINT), 2012 IEEE/IPSJ 12th International Symposium on* (pp. 245-250). IEEE.
- Yamane,T. (1973). *Statistic: An introductory analysis*.

การเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง COMPARISON OF COMMUNITY ENTERPRISE MANAGEMENT EFFECTIVENESS OF COMMUNITY ENTERPRISE LEADERS IN TRANG PROVINCE

นุชนาถ ทับครุฑ¹ ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ² ณพิชญา เชิดโฉม³
Nutchanat Tupkrut¹ Sukpitchaya Boonkuea² Napitchya Cherdchom³

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง
College of Hospitality and Tourism Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang Campus

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง และเปรียบเทียบความแตกต่างประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง จำนวน 267 คน สุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนประชากรในแต่ละอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ ANOVA ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-40 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารวิสาหกิจชุมชน 1-5 ปี ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังพบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์การบริหารวิสาหกิจชุมชน มีผลต่อระดับค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ ผู้นำ วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This study aimed at studying on personal status of community enterprise leaders in Trang province, and comparing the differences in community enterprise management effectiveness based on personal factors of community enterprise chiefs in Trang province. The sample in this study consists of 267 community enterprise leaders in Trang province, randomly selected by demographic stratification according to proportion of population in each district. The data collection tool was questionnaire. The acquired data were analyzed by statistical program. The statistics used were frequency, mean, standard deviation, t-test and ANOVA.

Corresponding Author

E-mail: nutchanat_t@hotmail.com

Based on findings, the majority of respondents were female, aged between 20-40 years, having high school/ vocational degree, earning between 10,000-19,999 Baht per month in average, having experience in managing community enterprise for 1-5 years. It was also found that different personal characteristics of the community enterprise leaders such as gender, educational level, monthly income and community enterprise management experience had an influence on effectiveness of the management of community enterprises at the 0.05 significance level. However, the result from this study indicated that the different age range of the leaders did not significantly affect the community enterprise management effectiveness.

Keywords: Effectiveness, Leaders, Community Enterprise

บทนำ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ประเทศไทยต้องประสบกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจเป็นเหตุให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนโดยถ้วนหน้าและเป็นภาวะที่ทุกคน ทุกองค์กรต้องทบทวน และหันกลับมาพิจารณาหาหนทางที่จะทำให้เกิดความพออยู่พอกินของคนในสังคม เพื่อให้เกิดความรุ่งเรืองและความอยู่รอดปลอดภัยของสังคมไทย จากเหตุการณ์ดังกล่าวรัฐบาลได้มีนโยบายแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจโดยส่งเสริมให้มีการสร้างงานสร้างรายได้ให้คนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น วิสาหกิจชุมชน คือการประกอบการขนาดย่อมของชุมชน เพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ โดยมีองค์ประกอบของการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการ มีผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชนที่เกิดจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชนมีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการที่เน้นวิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้ มีความพอเพียงและสามารถพึ่งตนเองได้ ถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยได้น้อมนำหลักปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง เกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม

โดยจังหวัดตรังก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีกลุ่มวิสาหกิจเป็นจำนวนมากถึง 999 กลุ่ม (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561 : ออนไลน์) โดยได้มีการส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นอย่างแพร่หลาย เนื่องจากการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนับว่าเป็นบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพราะเป็นการพัฒนาระบบการจัดการชุมชนเพื่อสร้างขีดความสามารถของคนไทยในชุมชนอย่างเป็นระบบ มั่นคง และยั่งยืน แต่ก็ยังมีกลุ่มวิสาหกิจจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้และได้ปิดตัวไปเนื่องจากประสบกับปัญหาหลายด้าน เช่น การขาดเงินทุนหมุนเวียนไม่สามารถกู้ยืมเงินในระบบตลาดได้ ทำให้ต้องกู้ยืมจากเงินนอกระบบ ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยสูง ขาดทักษะการบริหาร การจัดการตลาด ขาดข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ ขาดแหล่งวัตถุดิบ ขาดการพัฒนาศักยภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติตามข้อตกลงระเบียบวินัย คุณภาพสินค้าและแรงงานไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ได้รับผลตอบแทนต่ำ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้นำวิสาหกิจชุมชนว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังหรือไม่เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นิติบุคคลหรือไม่เป็นิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนดเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน เมื่อองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนพัฒนากิจกรรมแล้ว จะมีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบทำให้เกิด ระบบวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อ

1. สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยชุมชนเพื่อชุมชนแก้จุดอ่อนเสริมจุดแข็งให้ชุมชน ใช้ประโยชน์จากทรัพยากร และทุนทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
2. สร้างกระบวนการเรียนรู้และระบบการพัฒนา เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนที่ครอบคลุมการจัดการทุกด้านให้มีระบบการจัดการการผลิต การแปรรูป การตลาด การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัด

สวัสดิการชุมชน เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการโดยองค์กรชุมชนในการวางแผนการดำเนินงาน และประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

3. พัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนที่มีอิสระ พึ่งตนเองได้ มีระบบการจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน มีต้นทุนการจัดการต่ำและเป็นสถาบันทางสังคมที่ชาวบ้านพึ่งพาอาศัยได้

4. พัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนที่กระจายการพัฒนาไปสู่ทุกส่วนของชุมชน ไม่ใช่ระบบที่ให้โอกาสกับผู้ที่เหนือกว่าทางด้านเศรษฐกิจหรือการเมือง

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหารจัดการ

ชนพงษ์ อารณพิศาล (2560) นิยามความหมายของประสิทธิผลไว้ว่า ประสิทธิผล หมายถึง การปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดผลทั้งปริมาณและคุณภาพสูงสุด บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการปรับตัวและพัฒนาเพื่อความอยู่รอดขององค์กร โดยสามารถวัดได้จากผลลัพธ์ของการบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนต้องสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและหนทางที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจในงานและองค์การโดยรวม และสามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมจนสามารถทำงานบรรลุเป้าหมายต่อเนื่องไปในระยะยาว และพัฒนาให้องค์การอยู่ต่อไปได้

วิธีการวิจัย

การศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้นำวิสาหกิจชุมชน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังในครั้งนี้มีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการผลิตสินค้าในจังหวัดตรัง จำนวน 805 ราย (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561) คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 267 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดตรังโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษาจำนวน 3 ท่าน แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence: IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อ ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไปใช้ในแบบสอบถาม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยให้นำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง และมีการอธิบายคำชี้แจง แนะนำวิธีการตอบแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทุกคนก่อนตอบแบบสอบถาม โดยมีมาตรฐานเดียวกันและส่งคืนแก่ผู้วิจัย และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามทุกฉบับ หากตรวจพบข้อผิดพลาดหรือการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะให้กลุ่ม

ตัวอย่างตอบแบบสอบถามใหม่และรอส่งคืนอีกครั้ง

4.2 นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามดำเนินการบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้นำวิสาหกิจชุมชนเพื่อหาค่าความถี่ และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 การวิเคราะห์ระดับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การแปลความหมายของคะแนนได้กำหนดเกณฑ์ (วิชิต อุ๋อัน, 2553) ดังนี้

ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย	ความหมาย/แปลผล
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

5.3 การเปรียบเทียบประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนลักษณะของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในการวิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติอ้างอิงเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ด้วย Independent-Sample T Test และเปรียบเทียบความแตกต่างกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไปโดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนด้วย One-way ANOVA

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	90	33.71
หญิง	177	66.29
รวม	267	100.00
อายุ		
20 – 40 ปี	144	53.93
41 – 60 ปี	113	42.32
ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป	10	3.75
รวม	267	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	54	20.22
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	154	57.68
อนุปริญญา/ปวส.	20	7.49
ปริญญาตรีขึ้นไป	39	14.61
รวม	267	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	9	3.37
10,000–19,999 บาท	231	86.52
30,000 บาทขึ้นไป	27	10.11
รวม	267	100.00
ประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารวิสาหกิจชุมชน		
น้อยกว่า 1 ปี	37	13.86
1–5 ปี	180	67.41
6–10 ปี	50	18.73
รวม	267	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 66.29 มีอายุ 20–40 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 53.93 มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 57.68 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–19,999

บาท จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 86.52 มีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารวิสาหกิจชุมชน 1–5 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 67.41

2. การวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ระดับประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน ของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง จำแนกตามเพศ

ประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน	ชาย (n = 90 คน)			หญิง (n = 177 คน)		
	Mean	S.D.	แปลผล	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านการพึ่งตนเองได้	3.98	0.61	มาก	4.04	0.16	มาก
ด้านความพึงพอใจของสมาชิก	4.21	0.33	มากที่สุด	4.00	0.20	มาก
ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี	4.07	0.30	มาก	3.94	0.33	มาก
ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.09	0.73	มาก	3.87	0.35	มาก
ภาพรวม	4.09	0.46	มาก	3.96	0.22	มาก

จากตารางที่ 2 ประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่เป็นเพศชายมีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่เป็นเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ระดับประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน ของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง จำแนกตามอายุ

ประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชน	20-40 ปี (n = 144 คน)			41-60 ปี (n = 57 คน)			61 ปีขึ้นไป (n = 72 คน)		
	Mean	S.D.	แปลผล	Mean	S.D.	แปลผล	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านการพึ่งตนเองได้	4.07	0.26	มาก	3.92	0.49	มาก	4.25	0.00	มากที่สุด
ด้านความพึงพอใจของสมาชิก	4.04	0.11	มาก	4.12	0.39	มาก	4.00	0.00	มาก
ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี	3.99	0.21	มาก	3.97	0.44	มาก	4.00	0.00	มาก
ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.04	0.38	มาก	3.80	0.64	มาก	4.25	0.00	มากที่สุด
ภาพรวม	4.04	0.23	มาก	3.95	0.42	มาก	4.13	0.00	มาก

จากตารางที่ 3 ประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีอายุ 20-40 ปี มีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และด้านความสามารถปรับตัวได้ดี ตามลำดับ ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีอายุ 41-60 ปี มีค่า

เฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก รองลงมาคือ ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี ด้านการพึ่งตนเองได้ และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก และด้านความสามารถปรับตัวได้ดี ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ระดับประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง จำแนกตามระดับการศึกษา

ประสิทธิผลการจัดการ วิสาหกิจชุมชน	มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า (n = 54 คน)			มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช. (n = 154 คน)			อนุปริญญา/ปวส. (n = 20 คน)			ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 39 คน)		
	Mean	S.D.	แปล ผล	Mean	S.D.	แปล ผล	Mean	S.D.	แปล ผล	Mean	S.D.	แปล ผล
ด้านการพึ่งตนเองได้	3.68	0.56	มาก	4.05	0.15	มาก	4.08	0.36	มาก	4.33	0.38	มากที่สุด
ด้านความพึงพอใจของ สมาชิก	4.01	0.06	มาก	4.10	0.27	มาก	4.27	0.34	มากที่สุด	3.96	0.33	มาก
ด้านความสามารถปรับตัว ได้ดี	3.88	0.18	มาก	4.10	0.22	มาก	3.80	0.49	มาก	3.77	0.50	มาก
ด้านการพัฒนาอย่างต่อ เนื่อง	3.69	0.57	มาก	3.95	0.42	มาก	3.95	0.48	มาก	4.29	0.63	มากที่สุด
ภาพรวม	3.81	0.33	มาก	4.05	0.23	มาก	4.02	0.41	มาก	4.09	0.46	มาก

จากตารางที่ 4 ประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก รองลงมาคือ ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และด้านการพึ่งตนเองได้ ตามลำดับ

ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ใน

ระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี และด้านความพึงพอใจของสมาชิก รองลงมาคือ ด้านการพึ่งตนเองได้ และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก รองลงมาคือ ด้านการพึ่งตนเองได้ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี ตามลำดับ

ผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีการศึกษาระดับ

ปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการจัดการ วิทยาทักษะของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปน้อย ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ รองลงมาคือ ด้าน การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านความพึงพอใจของ สมาชิก และด้านความสามารถปรับตัวได้ดี ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ระดับประสิทธิผลการจัดการวิทยาทักษะของผู้นำวิทยาทักษะในจังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประสิทธิผลการจัดการ วิทยาทักษะ	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 9 คน)			10,000–19,999 บาท (n = 231 คน)			30,000 บาท ขึ้นไป (n = 27 คน)		
	Mean	S.D.	แปลผล	Mean	S.D.	แปลผล	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านการพึ่งตนเองได้	4.00	0.00	มาก	3.97	0.35	มาก	4.38	0.49	มากที่สุด
ด้านความพึงพอใจของสมาชิก	4.00	0.00	มาก	4.06	0.28	มาก	4.21	0.16	มากที่สุด
ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี	4.00	0.00	มาก	3.98	0.31	มาก	3.96	0.49	มาก
ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.00	0.00	มาก	3.88	0.47	มาก	4.44	0.74	มากที่สุด
ภาพรวม	4.00	0.00	มาก	3.98	0.30	มาก	4.25	0.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ประสิทธิผลการจัดการ วิทยาทักษะของผู้นำวิทยาทักษะในจังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้นำวิทยาทักษะ ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ประสิทธิผลการจัดการวิทยาทักษะของผู้นำโดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านมีค่า เฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ ด้านความพึง พพอใจของสมาชิก ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี และ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผู้นำวิทยาทักษะที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000–19,999 บาท มีค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการ จัดการวิทยาทักษะของผู้นำโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่า เฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของ สมาชิก รองลงมาคือ ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี ด้านการพึ่งตนเองได้ และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติทดสอบ	p-value	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 เพศแตกต่างกัน มีประสิทธิผลการจัดการ วิทยาทักษะของผู้นำ แตกต่างกัน	Independent-Sam- ple T Test	.015*	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ช่วงอายุแตกต่างกัน มีประสิทธิผลการ จัดการวิทยาทักษะของผู้นำ แตกต่างกัน	One-way ANOVA	.063	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีประสิทธิผล การจัดการวิทยาทักษะของผู้นำ แตกต่างกัน	One-way ANOVA	.000*	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีประสิทธิผล การจัดการวิทยาทักษะของผู้นำ แตกต่างกัน	One-way ANOVA	.000*	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 ประสบการณ์การบริหารวิทยาทักษะของ ผู้นำ แตกต่างกัน มีประสิทธิผลการจัดการวิทยาทักษะของ ผู้นำ แตกต่างกัน	One-way ANOVA	.000*	ยอมรับสมมติฐาน

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังพบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสิทธิภาพการบริหารวิสาหกิจชุมชน มีผลต่อระดับค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาอิทธิพลของผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง พบว่า

1. ประธานวิสาหกิจชุมชนที่มีเพศแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ (P-value) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (P-value<0.05) ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ วารุณี ขำสวัสดิ์ และสิทธิเดช สิริสุขะ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการแตกต่างกันด้านการจัดองค์การ และการบริหารงานบุคคล และให้ผลสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพวัล มลิแสง (2553) ที่ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดกระบี่ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกแตกต่างกัน

2. ประธานวิสาหกิจชุมชนที่มีอายุแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านที่มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ (P-value) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (P-value<0.05) ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเอง ด้านความพึงพอใจของสมาชิก และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอายุแตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างกัน และให้ผลสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพวัล มลิแสง (2553) ที่ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดกระบี่ พบว่า อายุ ศาสนา อาชีพ แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกไม่แตกต่างกัน

3. ประธานวิสาหกิจชุมชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ (P-value) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (P-value<0.05) ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของกษมาพร พวงประยงค์ (2556) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า สถานภาพ และระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกัน และให้ผลสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพวัล มลิแสง (2553) ที่ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดกระบี่ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกแตกต่างกัน

4. ประธานวิสาหกิจชุมชนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการวิสาหกิจ

ชุมชนในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ (P-value) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (P-value<0.05) ด้านการพึ่งตนเองได้ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ วารุณี ขำสวัสดิ์ และสิทธิเดช สิริสุขะ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังโดยรวมแตกต่างกัน และให้ผลสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพวัล มลิแสง (2553) ที่ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดกระบี่ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ มะลาง. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน**. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กันยารัตน์ เพ็งพอฐ. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตมินบุรีและเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนพงษ์ อารณพิศาล. (2560) **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ดุขฎี นาคเรือง สุธิดา วัฒนยืนยง และนุชนภา เลขาวิจิตร. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**. วารสารศรีนครินทร์ วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 9 (17).
- ทิพวัล มลิแสง (2553). **การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์ภาคการเกษตรในจังหวัดกระบี่**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- เทวฤทธิ์ วิญญา. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน เขตเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนงานประดิษฐ์ถักโครเชต์**. การค้นคว้าแบบอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

5. **ประธานวิสาหกิจชุมชนที่มีประสบการณ์**
การบริหารวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับนัยสำคัญที่สังเกตได้ (P-value) ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (P-value<0.05) ได้แก่ ด้านการพึ่งตนเองได้ ด้านความพึงพอใจของสมาชิก ด้านความสามารถปรับตัวได้ดี และด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ วารุณี ขำสวัสดิ์ และสิทธิเดช สิริสุขะ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการงานคลัง ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านงบประมาณแตกต่างกัน

นิศารัตน์ สังข์เสื่อ และพลดา เดชพลมาตย์. (2560). การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิต
เมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร อำเภอสรีนคร จังหวัดสุโขทัย. นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13 : วิจัยและนวัตกรรม
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม

ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561 : (ออนไลน์)

วารุณี ขำสวัสดิ์ และสิทธิเดช สิริสุขะ (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานคลังของ
องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดเพชรบุรี วารสารวิชาการ Veridian E.Journal.8(1):565.

วิจิต อุ๋อั่น. (2553). การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ศิริญา ตังนฤมิตร ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row
Publication.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม FACTORS AFFECTING THE DECISION FOR CAREER OF HOSPITALITY STUDENTS

ภูมิพัฒน์ ทองคำ, สุภาวดี พุ่มไสว, กรรณิการ์ บุรพาพิชิตภัย, วาริรัตน์ ทิพวาริ และ หทัยรัตน์ ปัทมาวิวัฒน์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม ของนักศึกษา สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษา คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการโรงแรม ชั้นปีที่ 4 จำนวน 70 คน ผลการวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากที่สุด มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา 7 เทอม ระหว่าง 3.00 – 3.49 เป็นจำนวนมากที่สุด มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯหรือปริมณฑลมากที่สุด โดยผู้ปกครองทำอาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ซึ่งมีความคิดว่าเรียนจบแล้วหางานทำทันทีมากที่สุด และคิดจะประกอบหลังจบการศึกษา แล้วทำงานด้านโรงแรมและที่พักมากที่สุด จากการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็น ต่อปัจจัยด้านสถานประกอบการมากที่สุด

คำสำคัญ: ปัจจัย การเลือกประกอบอาชีพ การโรงแรม

Abstract

This study Factors affecting the decision for career of hospitality students in faculty of liberal arts, Rajamangkala University of technology Phra Nakhon. Research needs to educate the factors education that was effected to make decision for career The population of the study are 70 students who studied in hospitality major. The study of general information of respondents showed that the majority of the respondents were female, they were study communicative achievement for seven semesters representing between 3.00-3.49, They most stayed in Bangkok or suburban, the most parent occupation of respondents are merchants and private business. Moreover, A monthly income less than 30,000 Baht. They need to get job certainly after graduated. The majority of the respondents chose to work in hotel and lodging. Furthermore, the organization factor were effected with students.

Keywords: Factors Decision Career Hospitality

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีและสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก โดยบทบาทดังกล่าวได้เข้าไปมีผลถึงการบริหารงานจัดการในหน่วยงาน ในระดับประเทศ และระหว่างประเทศมากขึ้น ซึ่งบทบาทดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงาน เช่น มีการค้าการบริการข้ามพรมแดน เป็นต้น โดยอิทธิพลของการรวมตัวของประเทศสมาชิกได้ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเกิดในภูมิภาคนั้นๆ ดังเช่น ในกรณีกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียนได้มีการรวมกลุ่มอาเซียน จำนวน 10 ประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนสังคม วัฒนธรรม การศึกษา ความร่วมมือต่าง ๆ ตลอดจนถึงความมั่นคงของกลุ่มภูมิภาค การศึกษายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยเฉพาะการนำความรู้ที่ได้จากการเรียนมาประยุกต์ใช้ให้ตรงกับสายงานที่ปฏิบัติ รวมทั้งการสร้าง และพัฒนางานของบัณฑิต ดังนั้นสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษาจึงได้มีการจัดหลักสูตร สหกิจศึกษาขึ้นมาเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและพัฒนานักศึกษาที่จะสำเร็จให้ไปเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพและเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าต่อประเทศในอนาคต (คู่มือและรายงานสหกิจมหาวิทยาลัยหาดใหญ่, 2555) เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีปัญหาในการจัดการหลายด้าน ได้แก่ คุณภาพของนักศึกษา การจัดการเรียนการสอนที่ไม่ได้มาตรฐาน การผลิตบัณฑิตที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาของ (สุวิมล นาเพีย, 2550) พบว่า การจัดการศึกษามีวิกฤติเรื่องคุณภาพการศึกษาที่ไม่สามารถพัฒนาคนได้อย่างแท้จริง จึงส่งผลให้บัณฑิตไม่มีคุณภาพ มีการผลิตบัณฑิตในสาขาที่ไม่ตรงกับทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่มาจาก 1) หลายหน่วยงานมุ่งที่จะขยายการจัดการศึกษาของตนโดยไม่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2) การจัดการ

ศึกษาเป็นไปตามแรงผลักดันทางการเมือง และความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ มากกว่าที่จะคำนึงถึงทิศทางการพัฒนาอุดมศึกษาและพัฒนาเศรษฐกิจ 3) ตลาดแรงงานมีความต้องการแรงงานระดับพื้นฐานที่มีทักษะวิชาชีพในระดับที่สูงขึ้นเพิ่มคุณภาพในการผลิต แข่งขัน กับตลาดต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่ทำการสำรวจในเดือนธันวาคม 2558 พบว่า มีกำลังแรงงานประมาณ 39.16 ล้านคน เป็นผู้มีงานทำ 38.87 ล้านคน ผู้ว่างงานจำนวน 2.55 แสนคน (คิดเป็นอัตราการว่างงานร้อยละ 0.7) และผู้รอฤดูกาล 3.74 หมื่นคน หากเมื่อพิจารณาผู้ว่างงานจากประสบการณ์การทำงาน พบว่าเป็นผู้ที่ไม่เคยทำงานมาก่อน 0.87 แสนคน และเคยทำงานมาก่อน 1.68 แสนคน ในจำนวนผู้ที่เคยทำงานมาก่อน เคยทำงานอยู่ในภาคการท่องเที่ยวและบริการ และการค้ามากที่สุด จำนวน 0.71 แสนคน รองลงมาอยู่ในภาคการผลิต จำนวน 0.65 แสนคน และภาคเกษตรกรรมน้อยที่สุด จำนวน 0.32 แสนคน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น 3.5 หมื่นคน คิดเป็นร้อยละ 15.91 อัตราการว่างงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 จากร้อยละ 0.6 เป็นร้อยละ 0.7 (สถานการณ์การว่างงาน การเลิกจ้างและความต้องการแรงงาน เดือนมกราคม ,2559) รวมไปถึงภาคการท่องเที่ยวและโรงแรม การประกอบอาชีพนั้นเปิดโอกาสให้บุคคลนั้นได้ทำงานร่วมกันกับผู้อื่นตลอดจนเป็นวิถีทางในการหารายได้มา บำบัดความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological need) และความต้องการด้านจิตใจจนถึง (Psychological need) ยังเป็นกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการด้านสังคม (Social need) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฮอลแลนด์ (Holland, 1996) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกอาชีพใดมักขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ รวมทั้งตัวแปรจากสิ่งแวดล้อม ฮอลแลนด์เชื่อว่าการเลือกอาชีพสะท้อนทางบุคลิกภาพของบุคคล นอกจากนี้ รูปแบบทางบุคลิกภาพของบุคคลมักแสดงออกทางการ

ทำงานของบุคคลด้วย และยังสอดคล้องกับ แนวคิดแรง
จูงใจของเฮิร์สเบอร์ก เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจ
โดยตรง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเป็น
ปัจจัยภายนอกต่องาน ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการ
ทำงาน และสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าจ้าง และค่า
ตอบแทนที่ได้รับ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน(น้ำ
ทิพย์ บุตรทศ ,2558 หน้า 1) พระนคร จึงเห็นความ
สำคัญในการที่จะส่งเสริมนักศึกษาสาขาวิชาการ
โรงแรม ในการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพหลังสำเร็จ
การศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของ
นักศึกษาต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก
ประกอบอาชีพของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยอาชีพของนักศึกษา สาขาวิชาการ
โรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวทางการ
เลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาสาขาวิชาการ
โรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี
และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวทางใน
การวิจัยดังต่อไปนี้ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการ
ตัดสินใจ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจในการ
ทำงาน Shull and others (1970 p. 31) ให้ความ
หมายของคำว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการ
ใช้ความคิดสติของมนุษย์ที่ผูกพันกับปรากฏการณ์อัน
เกิดจากบุคคลและสังคม การตัดสินใจนี้มีพื้นฐานบน
สมมุติฐานของข้อเท็จจริงที่มีคุณค่า และครอบคลุมตัว
เลือกที่ได้รับการเลือกสรรแล้วจาก ตัวเลือกอื่น ๆ ตาม
ความมุ่งหมายที่ต้องการ และHarrison (1981 p.3)
ให้ความหมายของคำว่า การตัดสินใจ หมายถึง
กระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือก หรือ ตัว
เลือก ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย การคาดคะเน

ผลที่เกิดจากทางเลือกปฏิบัติ ที่จะส่งผลต่อการบรรลุ
เป้าหมายได้มากที่สุด โดยเริ่มต้นที่กระบวนการตัดสินใจ
อันประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1. การค้นหา
ข่าวสาร (Intelligent Activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการ
การค้นหาข่าวสารข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อ
นำมาใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจ 2. กิจกรรม
ออกแบบ (Design Activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการ
ค้นหาจัดตั้งและวิเคราะห์หนทางเลือกต่าง ๆ ที่อาจจะ
เป็นทางออกของการตัดสินใจในประเด็นหรือปัญหาที่
ต้องการตัดสินใจนั้น ๆ 3. กิจกรรมเลือก (Choice
Activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการตัดสินใจเลือก
หนทางใดหนทางหนึ่งจากบรรดาหนทางเลือกต่าง ๆ
ที่ได้ค้นหามาแล้วในกิจกรรมออกแบบและเป็นหนทาง
ที่สามารถเป็นไปได้ด้วย 4. ขั้นประเมินและทบทวน
(Review Activity) เป็นขั้นตอนที่จะทบทวนและ
ประเมินผลถึงหนทางที่ได้เลือกไว้แล้วกระบวนการต่าง
ๆ ที่ Simon ได้กล่าวมาแล้วนั้น ก็คือ กระบวนการแก้
ปัญหาซึ่ง Dewey (1976 pp. 101-105) ได้สรุปไว้
เป็น 3 ขั้นตอนง่าย ๆ คือ ปัญหาอะไร มีทางแก้ไขอะไร
บ้าง และทางไหนดีที่สุด Simon (1960 pp. 40-41)
Reeder (1974 อ้างถึงใน สุราทิพย์ ใหม่ชุ่ม, 2550
หน้า 14-15) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลและ
ได้แสดงให้เห็นว่า การกระทำของบุคคลนั้นเป็นผลมา
จากการที่บุคคลมีความเชื่อหรือไม่เชื่อ (Belief of
Disbelief) ในสิ่งนั้น ๆ ดังนั้น ในการตัดสินใจเลือก
กระทำพฤติกรรมทางสังคมของบุคคลทุกเรื่อง จึงเป็น
ผลมาจากการที่มีความเชื่อและไม่เชื่อดังกล่าว โดย
เฉพาะพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวกับการตัดสินใจนั้น
Reeder ได้เสนอความคิดและแนวทางการวินิจฉัยใน
พฤติกรรม โดยการใช้ปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจดังนี้
คือ ปัจจัยดึง (Pull Factors) 1. เป้าประสงค์ (Goals)
ความมุ่งประสงค์ที่ให้บรรลุและให้สัมฤทธิ์ประสงค์ ใน
การกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด ผู้กระทำจะมีกำหนดเป้าหมาย
หรือวัตถุประสงค์ไว้ก่อนล่วงหน้าและผู้กระทำพยายาม
กระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ 2. ความ

เชื่อ (Belief Orientation) ความเชื่อนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวความคิด หรือความรู้ ซึ่งความเชื่อเหล่านี้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2538 อ้างถึงใน วาสนี กฤษณวรรณ, 2539 หน้า 14) ได้ให้คำนิยามไว้ว่าเป็น การยอมรับข้อเสนอใดข้อเสนอนี้ว่าเป็นจริง ความเชื่อจะก่อให้เกิดภาวะทางจิตใจในบุคคล ซึ่งอาจเป็นพื้นฐานสำหรับการกระทำโดยสมัครใจของบุคคลนั้น แต่อย่างไรก็ตาม ความเชื่อนี้จะทำให้บุคคลได้กระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมก็เป็นได้ 3. ค่านิยม (Value Standards) เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและกำหนด การกระทำของตนเอง ค่านิยม นั้น เป็นความเชื่ออย่างหนึ่ง มีลักษณะถาวร ค่านิยมของมนุษย์แสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ในเกือบทุกรูปแบบ ค่านิยมมีผลในการตัดสินใจ ในกรณีที่ว่าการกระทำทางสังคมของบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ยึดถืออยู่ 4. นิสัย และขนบธรรมเนียม (Habits and Custom) คือ แบบอย่างที่ยึดถือปฏิบัติแล้วสืบต่อกันมาด้วยประเพณี และถ้ามีการละเมิดก็จะถูกบังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นด้วยในการตัดสินใจที่จะเลือกพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์นั้น ส่วนหนึ่งมาจากแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้แล้ว ปัจจัยผลัก (Push Factors) 1. ความคาดหวัง (Expectation) คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเองโดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นถือปฏิบัติ และกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้น ในการเลือกกระทำพฤติกรรม (Social Action) ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและทำที่ของบุคคลอื่นด้วย 2. ข้อผูกพัน (Commitments) คือ สิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาถูกผูกมัด ที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำของสังคมเพราะผู้กระทำตั้งใจจะกระทำในสิ่งนั้น ๆ เนื่องจากเขาเชื่อว่าเขามีข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ 3. การบังคับ (Force) คือ ตัวช่วยกระตุ้น

ให้ผู้กระทำตัดสินใจกระทำได้เร็วขึ้นเพราะขณะที่ผู้กระทำตั้งใจจะกระทำสิ่งต่าง ๆ นั้น เขาอาจจะยังไม่แน่ใจว่าจะกระทำพฤติกรรมนั้นดีหรือไม่ แต่เมื่อมีการบังคับก็จะทำให้ตัดสินใจกระทำพฤติกรรมนั้นได้เร็วขึ้น 4. โอกาส (Opportunity) เป็นความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่า สถานการณ์ที่เกิดขึ้นช่วยให้มีโอกาสเลือกกระทำ 5. ความสามารถ (Ability) คือ การที่ผู้กระทำรู้ถึงความสามารถของตนเองซึ่งก่อให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องนั้น ๆ ได้ การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจ และการกระทำทางสังคม โดยทั่วไปแล้วการที่บุคคลกระทำพฤติกรรมใด ๆ บุคคลจะพิจารณาความสามารถของตนเองเสียก่อน 6. การสนับสนุน (Support) คือ สิ่งที่ผู้กระทำรู้ว่าจะได้รับหรือคิดว่าจะได้รับการกระทำนั้น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของเฮอริซเบิร์ก (Frederick Herzberg, 1959) ให้มีความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ “ตัวกระตุ้น” (Motivators) และ “การบำรุงรักษา” (Hygiene) สองปัจจัยดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของงานเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งผู้บริหารองค์กร ควรพิจารณาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารคนและบริหารงาน อันประกอบด้วย 1. ปัจจัยด้านตัวกระตุ้น ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการกระตุ้น ทำให้บุคคลเกิดความพอใจ แต่แม้ว่าการไม่มีปัจจัยนี้ก็ไม่ใช่ว่าเหตุที่ทำให้ไม่พอใจเสมอไป ตัวกระตุ้นประกอบด้วยปัจจัย 6 ประการ ดังนี้ ความสัมพันธ์ผล คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าเขาทำงานได้สำเร็จ ซึ่งอาจจะทั้งหมดหรือบางส่วน การยอมรับนับถือจากผู้อื่น คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าเขาประสบความสำเร็จของเขานั้นมีคนอื่นรับรู้ มีคนยอมรับ ในขณะที่ลักษณะงานที่น่าสนใจ คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าการที่เขาทำมีความน่าสนใจ น่าทำ ซึ่งจำเป็นความรับผิดชอบ คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าเขาจะมีสิ่งที่จะต้องรับผิดชอบต่อตนเองและต่องานของเขา โอกาสที่จะเจริญก้าวหน้า คือ พนักงานควรต้องรู้สึกว่าเขามีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในงานของเขาซึ่งในอนาคต การเจริญเติบโต คือ พนักงานจะต้องตระหนัก

ว่าเขามีโอกาสเรียนรู้เพิ่มขึ้นจากงานที่ทำ มีทักษะหรือความเชี่ยวชาญจากการปฏิบัติงาน จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยได้นำมาสรุปเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถามในการศึกษาต่อไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษา สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) ดังต่อไปนี้กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการโรงแรม ปีที่ 4 มีเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการการเลือกอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2559 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนั้น ผู้วิจัยทำการสรุปแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ จากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสังเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดเป็นแบบสอบถาม สำหรับการศึกษานวทางการพัฒนาการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษา สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกรายการ (Check List) ได้แก่ เพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ภูมิลำเนาเดิม อาชีพผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของคนในครอบครัว หากเรียนจบแล้ว ท่านคิดว่าจะตัดสินใจอย่างไร ลักษณะของอาชีพที่ท่านต้องการจะทำ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ เป็นคำถามแบบปลายปิดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ได้แก่ ด้านตนเอง ด้านครอบครัว และด้านสถานประกอบการ ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแสดงความคิดเห็นแบบปลายเปิด ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามกับระดับ

ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ การตลาดบริการ (IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณแล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มคน 30 คนเพื่อนำคำตอบมาหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbrash's alpha coefficient) (สุวิมล ติรภานันท์. 2550 หน้า 146)เมื่อได้คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นแล้วค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.70 ลงมาก็ต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขจนกว่าจะเป็นเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน แล้วจึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง นำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผล และอภิปรายผลตามลำดับ ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยมีสถิติที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการอธิบาย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาได้แก่ เพศชาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 ตามลำดับ มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา 7 เทอมระหว่าง 3.00 – 3.49 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 2.50 – 2.99 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 สูงกว่า 3.49 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และ ระหว่าง 2.00 – 2.49 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ ภูมิลำเนาเดิมอยู่ในกรุงเทพฯ ฯ หรือ ปริมณฑล จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาได้แก่ ต่างจังหวัด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ผู้ปกครองทำอาชีพ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ รับจ้าง / พนักงานบริษัท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รับราชการ

จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 เกษตรกรรม
จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 แม่บ้าน จำนวน 1
คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 รับจ้างทั่วไป จำนวน 1 คน คิด
เป็นร้อยละ 1.7 และ อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อย
ละ 1.7 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า
30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รอง
ลงมาได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,000 –
49,999 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ราย
ได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,000 – 39,999 บาท
จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ระหว่าง รายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 – 59,999 บาท จำนวน 5 คน
คิดเป็นร้อยละ 8.6 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า
60,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตาม
ลำดับ โดย คิดว่าเรียนจบแล้วหางานทำทันที จำนวน
35 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาได้แก่ คิดว่าเรียน
จบแล้ว ต้องการมีงานทำ และศึกษาต่อไปด้วย จำนวน
22 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 และ คิดว่าเรียนจบแล้ว
ต้องการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็น
ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่มีความคิดที่จะ
ประกอบอาชีพ คือ โรงแรม / ที่พัก จำนวน 34 คน
คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาได้แก่ ทำงานส่วนตัว /
ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ
19.0 บริษัท / ห้างร้านเอกชน จำนวน 7 คน คิดเป็น
ร้อยละ 12.1 รับราชการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ
6.9 และ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ
3.4 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วน
ที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามระดับ
ความคิดเห็นด้านตนเอง โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่า
เฉลี่ย = 3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้จากสาขาที่เรียน และ
เหมาะสมกับอาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมาได้แก่
ระดับการศึกษาที่สามารถประกอบอาชีพ (ค่าเฉลี่ย =
3.98) บุคลิกภาพเหมาะสมกับการประกอบอาชีพ (ค่า
เฉลี่ย = 3.95) และ มีประสบการณ์ตรงในการประกอบ

อาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 3.88) ตามลำดับ มีระดับความคิด
เห็น ด้านครอบครัว โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย
= 3.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่า
เฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ครอบครัวให้คำปรึกษาในการเลือก
ประกอบอาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 4.02) รองลงมาได้แก่ การ
เลี้ยงดูอบรมจากครอบครัวในวัยเด็ก มีผลต่อการ
ตัดสินใจ ในการเลือกประกอบอาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 3.91)
สถานภาพของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ ในการ
เลือกประกอบอาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 3.60) และ มีอาชีพ
ของสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจ ในการ
เลือกประกอบอาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 3.57) ตามลำดับ มี
ระดับความคิดเห็น ด้านสถานประกอบการ โดยรวม
อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06) เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน พบว่า ค่าตอบแทน เงินเดือน และสวัสดิการ
มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกประกอบอาชีพ (ค่า
เฉลี่ย = 4.38) รองลงมาได้แก่ ความมั่นคงของงานมี
ส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพ
(ค่าเฉลี่ย = 4.36) ลักษณะของงานที่ปฏิบัติต้องเป็นที่
ยอมรับและเชื่อถือของสังคม (ค่าเฉลี่ย = 4.16) และ
มีวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมที่ดีมีผลต่อการตัดสินใจ
ในการเลือกประกอบอาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 4.12) ตาม
ลำดับ

สรุปผล

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 คน พบ
ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากที่สุด มี
ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา 7 เทอม ระหว่าง 3.00 –
3.49 เป็นจำนวนมากที่สุด มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ
หรือปริมณฑลมากที่สุด โดยผู้ปกครองทำอาชีพค้าขาย
/ ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างส่วน
ใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ซึ่ง
มีความคิดว่าเรียนจบแล้วหางานทำทันทีมากที่สุด และ
คิดจะประกอบหลังจบการศึกษา คือ โรงแรม / ที่พัก
มากที่สุด

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ ของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็น ต่อปัจจัยด้านสถานประกอบการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านตนเอง และครอบครัวตามลำดับ โดย ปัจจัยด้านตนเอง มีระดับความคิดเห็นอยู่ที่ ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้จากสาขาที่เรียน และเหมาะสมกับอาชีพ และระดับการศึกษาที่สามารถประกอบอาชีพ ตามลำดับ ปัจจัยด้านครอบครัว มีระดับความคิดเห็นอยู่ที่ ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ครอบครัวให้คำปรึกษาในการเลือกประกอบอาชีพ และการเลี้ยงดูอบรมจากครอบครัว ในวัยเด็ก มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกประกอบอาชีพ ตามลำดับ และปัจจัยด้านสถานประกอบการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ที่ ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าตอบแทน เงินเดือน และสวัสดิการมีผลต่อการตัดสินใจ และความมั่นคงของงานมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ ของนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัย ด้านสถานประกอบการมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าตอบแทน เงินเดือน และสวัสดิการมีผลต่อการตัดสินใจ และความมั่นคงของงานมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ศิริวรรณ ไตรสรลักษณ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของบัณฑิต กรณีศึกษา : มหาวิทยาลัยศรีปทุม

วิทยาเขตชลบุรี พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพอยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน โดยค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ด้านความมั่นคงใน การทำงาน รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทน และสวัสดิการ ด้าน ความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านสถานประกอบการ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านตนเอง มีระดับความคิดเห็นอยู่ที่ ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้จากสาขาที่เรียน และเหมาะสมกับอาชีพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพอนันต์ เพียรมั่นคง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกอาชีพของนักศึกษาสาขาการจัดการการบิน มทร. ตะวันออก วิทยาเขตบางพระ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของงาน ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพมากที่สุดตามลำดับ สืบเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา มีความแตกต่างกันด้านวิชาชีพที่เรียน ซึ่งมีผลต่อความคิดเห็นในปัจจัย ที่แตกต่างกัน ในขณะที่ ปัจจัยด้านครอบครัว มีระดับความคิดเห็นอยู่ที่ ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ครอบครัวให้คำปรึกษาในการเลือกประกอบอาชีพ และการเลี้ยงดู อบรมจากครอบครัว ในวัยเด็ก มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกประกอบอาชีพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Reeder (1974 อ้างถึงใน สุชาติพิทย์ใหม่ชุ่ม ,2550 หน้า 14-15) ได้อธิบาย ความคาดหวัง (Expectation) คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นถือปฏิบัติ และกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้น ในการเลือกกระทำพฤติกรรม (Social Action) ส่วนหนึ่ง จึงขึ้นอยู่กับ ความคาดหวังและทำที่ของบุคคล อื่นด้วย ซึ่งการให้คำปรึกษาของครอบครัวนั้นมีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษา และ

ปัจจัยด้านสถานประกอบการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าตอบแทน เงินเดือน และสวัสดิการมีผลต่อการตัดสินใจ และความมั่นคงของงานมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ ไตรสรลักษณ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบ อาชีพของบัณฑิตกรณศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน โดยค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ด้านความมั่นคงในการทำงาน รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านลักษณะงาน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป คณะผู้วิจัยเสนอให้มีการทำวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานประกอบการหลังจบการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางให้นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ในการพิจารณาเลือกสถานประกอบการสำหรับฝึกสหกิจศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษามากที่สุด
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลของนักศึกษาที่จบไปแล้ว และได้ทำงานตรงสายงานที่เรียนมาใช้ในการศึกษา
3. ควรมีการเก็บข้อมูลสถานประกอบการด้านธุรกิจให้บริการ ให้หลากหลาย เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของบัณฑิตที่ประกอบอาชีพทางด้านธุรกิจให้บริการ
5. รูปแบบการทำวิจัย ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพ ให้หลากหลาย เพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับสถานประกอบการ

References

- นพอนันต์ เพียรมั่นคง.(2559).ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกอาชีพของนักศึกษาสาขาการจัดการการบิน สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ.วารสารการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7. วันที่ 23 มิถุนายน 2559 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.จังหวัดสงขลา
- น้ำทิพย์ บุตรทศ.(2558).การตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และความก้าวหน้าในอาชีพปริตตีเอ็ม ซี.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวิมล นาเพีย. (2550). การศึกษาความต้องการของตลาดแรงงานสู่การจัดการระดับอุดมศึกษา: กรณีศึกษา จังหวัด ศรีสะเกษ รายงานวิจัย สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีสะเกษ.
- สุวิมล ติรภานันท์. (2551). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถานการณ์การว่างงาน การเลิกจ้างและความต้องการแรงงาน เดือน มกราคม (2559)
- ศิริวรรณ ไตรสรลักษณ์.(2552).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของบัณฑิต กรณศึกษา : มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุธาทิพย์ ไหมชุ่ม.(2550). การตัดสินใจเข้าเรียนในหลักสูตรการศึกษานอกโรงเรียนสายสามัญระดับมัธยมศึกษา
ของนักเรียนศูนย์บริการการศึกษาโรงเรียน อำเภอเมืองจังหวัดยะลา.วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต. สาขาการบริหารการพัฒนาสังคม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Dewey, J. 1976. Moral Principle in Education. Boston : Houghton Mifflin CoHarrison, E. F. (1981).

The Managerial Decision Making Process (2nd ed). Boston: HoughtonMifflin.

Herzberg, Frederick and others. (1959). The Motivation to work. New York : John Wiley and Sons

Holland, John L. (1973). **Making Vocational Choice: A Theory Career**. New Jersey: Prentice-
Hall.

William W. Reeder. (1974). **Some Aspects of the Informal Social Participation of Farm Fam-
ilies in New York State**. Cornell University. (Unpublished Ph.D.Dissertation)

Shull, F. A. and others. (1970). Organizational Decision Making. NY: McGraw-Hill.

การจัดการต้นทุนที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดตรัง EFFECTIVE COST MANAGEMENT ON SMES IN TRANG PROVINCE

นางกรรณิกา บัวทองเรือง¹ นางสาวจิรัชญา บุญช่วย² นางสาวศุภพิชญ์ บุญเกื้อ
Kannika Buathongrueang¹ Jiratchaya Boonchuay² Sukpitchaya Boonkuer³

¹วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว ²วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว ³วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว
¹College of Hotel and Tourism ²College of Hotel and Tourism ³College of Hotel and Tourism

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาวิธีการจัดการต้นทุนของธุรกิจ SMEs 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตสินค้าในจังหวัดตรัง จำนวน 250 แห่ง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Pearson's Correlation และ Multiple Regressions

ผลการวิจัย พบว่า วิธีการจัดการต้นทุนของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นวิธีการจัดการต้นทุนของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดตรัง สามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดการต้นทุน สำหรับผู้ที่สนใจต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการต้นทุน ประสิทธิภาพ ธุรกิจ SMEs

Abstract

The purpose of this research was to 1) study the cost management of SMEs. 2) to study the effectiveness of business operations. The questionnaire was used as a tool to collect data from accounting executives of 250 manufacturing SMEs in Trang province. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, Pearson's Correlation and Multiple Regressions

The research found that The cost management approach of SMEs has a positive correlation with Effectiveness in business. Statistically significant at the 0.01 level. Cost management of SMEs in Trang Can be used as a cost management approach. For those who are interested.

Keywords: Cost Management Efficiency SMEs

บทนำ

การจัดการต้นทุนของกิจการอย่างมีประสิทธิภาพช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้การแข่งขันที่สูงขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งในปี 2560 จำนวนธุรกิจ SMEs มีจำนวน 3,046,793 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ซึ่งมีจำนวน 3,004,679 ราย ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มธุรกิจ (ที่มา: รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2561 หน้า 4-01) เนื่องจากการลงทุนในธุรกิจ SMEs ใช้เงินลงทุนต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ โดยเฉพาะเมื่อประเทศไทยมีการเปิดเสรีการค้า ภาครธุรกิจจึงมีผู้สนใจลงทุนเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการได้รับแรงสนับสนุนจากรัฐบาล แต่ในทางกลับกันเมื่อมีธุรกิจเพิ่มขึ้น การแข่งขันก็ย่อมสูงขึ้นทั้งการแข่งขันภายในประเทศระหว่างประเทศ และการแข่งขันในตลาดเสรี ส่งผลให้บางธุรกิจที่ไม่มีประสิทธิภาพในการบริหารงานต้องปิดตัวลง เนื่องจากรายรับจากการดำเนินงานไม่เพียงพอ กับต้นทุนที่กิจการจ่ายออกไป การดำเนินงานจึงไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กิจการกำหนดไว้ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้กิจการอยู่รอดและสามารถดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในอนาคต

จังหวัดตรังเป็นเมืองที่มีความพร้อมต่อการทำธุรกิจหลายประเภท เป็นศูนย์กลางการผลิตของอุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดย่อมจึงมีผู้ประกอบการในระดับ SMEs หลายราย เข้ามาลงทุนครอบคลุมกิจการทุกรูปแบบ อาทิ โรงงาน ผลิตภัณฑ์อาหาร ธุรกิจแปรรูปยางพารา เป็นต้น จึงเกิดการแข่งขันทันทุนที่สูงขึ้นในธุรกิจประเภทเดียวกันองค์กรที่สามารถจัดการต้นทุนการผลิตให้อยู่ในระดับต่ำกว่าคู่แข่ง โดยที่คุณภาพสินค้ายังได้รับมาตรฐานย่อมมีความได้เปรียบในการแข่งขันและเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการจัดการต้นทุนโดยไม่ลดคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญ

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิธีการจัดการต้นทุนของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดตรังที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้การแข่งขันที่สูงขึ้น เพื่อเป็นแนวทางการจัดการต้นทุนที่เหมาะสมให้กับ ธุรกิจ SMEs ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการจัดการต้นทุนของธุรกิจ SMEs
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ขอบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs

ตามกฎหมายกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545 กิจการประเภทผลิตสินค้า จำนวนการจ้างงาน สำหรับธุรกิจขนาดย่อม ไม่เกิน 50 คน ขนาดกลาง 50-200 คน จำนวนสินทรัพย์ถาวร สำหรับธุรกิจขนาดย่อม ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลาง 50-200 ล้านบาท (ที่มา:สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน

ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่กิจการต้องสูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการกลับมาโดยมูลค่าของทรัพยากรนั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตราซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการ

ได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้วต้นทุนนั้นจะถือเป็น ค่าใช้จ่าย ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึง ต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในงวดบัญชีนั้นและต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้เป็นประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่าสินทรัพย์ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2546)

1. ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตสินค้า ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต

วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบหลักที่นำมาเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ไม้หรือเหล็กเป็นวัตถุดิบทางตรงของการผลิตเฟอร์นิเจอร์

ค่าแรงงานทางตรง หมายถึง จำนวนเงินที่กิจการจ่าย เป็นค่าตอบแทนแก่พนักงานลูกจ้างที่ช่วยให้วัตถุดิบผ่านเข้ากระบวนการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ค่าแรงลูกจ้างคัดเลือกดอกไม้ ค่าแรงช่างตัดเสื้อสามารถบอกได้ว่าใช้ไปกี่ชั่วโมง ชั่วโมงละกี่บาท

ค่าใช้จ่ายการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า ซึ่งไม่ใช่วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง เช่น วัตถุดิบทางอ้อม วัสดุโรงงาน ค่าแรงงานทางอ้อม รวมถึงค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ เช่น ค่าเสื่อมราคาโรงงานและเครื่องจักร ภาษี ทรัพย์สิน ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นต้น

2. ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิต

ต้นทุนที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าโดยตรงแต่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

ค่าใช้จ่ายในการขาย หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งคำสั่งของลูกค้าหรือต้นทุนในการให้บริการต่าง ๆ จนกว่าสินค้าจะถึงมือผู้บริโภค เช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย ค่าเก็บรักษาค่านายหน้า ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย ต้นทุนของสินค้าตัวอย่าง ค่าขนส่งออก ฯลฯ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการบริหารงานโดยรวม เช่น เงินเดือนผู้บริหารระดับสูง ค่าธรรมเนียมตรวจสอบค่าใช้จ่ายทางกฎหมาย และฝ่ายประชาสัมพันธ์ หนังสือ ค่าสาธารณูปโภค ฯลฯ

ต้นทุนวิจัยและพัฒนา หมายถึง ต้นทุนที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ต้นทุนทางการเงิน หมายถึง ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการจัดหาหรือการบริหารเงินทุนของกิจการ เช่น ดอกเบี้ยจ่าย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการต้นทุน

การจัดการต้นทุน (Cost Management) เป็น กิจกรรมที่จำเป็นสำหรับการควบคุมต้นทุน (Cost Control) และการลดต้นทุน (Cost Reduction) โดยใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการมาประกอบการตัดสินใจ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการบริหารธุรกิจให้เจริญเติบโตและสามารถอยู่รอดได้ตลอดไป

การจัดการต้นทุนมีหน้าที่สำคัญสองประการ คือ การควบคุมต้นทุนและการลดต้นทุน การดำเนินงานจะเริ่มต้นด้วยการวางแผนที่สอดคล้องกับเป้าหมายหรือกลยุทธ์ของธุรกิจแล้วจึงนำแผนการควบคุมและลดต้นทุนนี้ไปปฏิบัติ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการสั่งการและการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เป็นไปตามแผน แล้วจึงทำการประเมินผลด้วยการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับแผนที่วางไว้ อันเป็นข้อมูลย้อนกลับไปให้ฝ่ายบริหารพิจารณาตัดสินใจปรับปรุงแผนกลยุทธ์เพื่อการดำเนินงานในอนาคต (ทิฆัมพร ทวีเดช และสมบัติ ทิฆัมพร, 2547)

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ธงชัย สันติวงษ์ (2537, หน้า 22) กล่าวว่า ประสิทธิภาพเป็นการทำงานที่ได้ผลโดยสามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ การวัดผลงานที่ทำได้เทียบกับเป้าหมาย หากสามารถทำได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ก็แสดงว่าการทำงานมีประสิทธิภาพสูง

รุ่ง แก้วแดง และ ชัยณรงค์ สุวรรณสาร (2536, หน้า 169) ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานที่เป็นไปหรือบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ

ประสิทธิภาพขององค์การ คือ การเน้นไปที่ผลรวมขององค์การ ซึ่งกิบสันและคณะ (Gibson and Other, 1982) อธิบายถึงเกณฑ์ของความสำเร็จขององค์การว่าประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 5 ตัว คือ

1. การผลิต (Production)
2. ประสิทธิภาพ (Efficiency)
3. ความพึงพอใจ (Satisfaction)
4. การปรับเปลี่ยน (Adaptiveness)
5. การพัฒนา (Development)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลชญา แฉ่นแก้ว (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตการค้าชายแดน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า กลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง นั้นคือการที่กิจการสามารถวิเคราะห์กิจกรรม ลักษณะการดำเนินงานของกิจการในภาพรวมโดยเฉพาะการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานของธุรกิจในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เหมาะสม นอกจากนั้นกิจการยังต้องมีความเข้าใจเทคนิคหรือวิธีการคิดต้นทุน และการวางแผนการดำเนินงานของกิจการรวมถึงความสามารถในการใช้ข้อมูลดังกล่าวในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานได้

ธัญญธร ศรีวิเชียร (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารต้นทุนเป้าหมายที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การบริหารต้นทุนเป้าหมาย มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการออกแบบการผลิตรวมถึงการผลิตที่จัดต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า

จิฎิกานต์ สุริยะสารและคณะ (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพ ที่มีต่อการพัฒนาการบริการและความพึงพอใจ ของ

ลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การบริหารต้นทุนคุณภาพด้านการประเมิน มีผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านความผิดพลาดภายใน มีผลกระทบเชิงลบกับความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนั้นต้นทุนคุณภาพด้านการป้องกันไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนต้นทุนคุณภาพ ด้านความผิดพลาดภายนอก มีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าของธุรกิจโรงแรม และการพัฒนาคุณภาพการบริการมีผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ดังนั้นผู้บริหารของโรงแรมควรให้ความสำคัญต่อการบริหารต้นทุนคุณภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการวางแผน และการตัดสินใจของธุรกิจให้มากที่สุด

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตสินค้า จำนวน 670 แห่ง (ที่มา: สภาอุตสาหกรรมจังหวัดตรัง ในปี 2559) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด จำนวน 670 แห่ง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและแบบเจาะจง ประมาณการกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 250 แห่ง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยแบ่งเป็นธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตในแต่ละอำเภอของจังหวัดตรังและสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตในแต่ละอำเภอโดยใช้การพิจารณาจากผู้วิจัย

2. เครื่องมือและคุณภาพเครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับ

- วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ชนิด 3 ระดับ

- ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

2. ผู้วิจัยได้พัฒนาและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของข้อคำถามตลอดจนภาษาที่ใช้ รวมทั้งได้ปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยทดสอบความเที่ยงตรง ของแบบสอบถาม โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เมื่อคำนวณค่า IOC ในแต่ละข้อคำถามจะมีคะแนน 0.67 – 1.00

3. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนั้นนำผลการตอบวัดค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค เท่ากับ 0.869

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ณ สถานประกอบการ ได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Science (SPSS for Windows) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และ ค่าร้อยละ

- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และ ค่าร้อยละ

- วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของวิธีการจัดการต้นทุนกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดย

ใช้สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

- ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions) ในการทดสอบวิธีการจัดการต้นทุนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ผลการวิจัย

1. วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ เกี่ยวกับวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร เป็นดังนี้

ด้านวัตถุดิบ

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ด้านวัตถุดิบ อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับดังนี้ เมื่อกิจการมีการวางแผนการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.84 กิจการมีการควบคุม/จัดบันทึกการเกิดของเสียจากการผลิต มีค่าเฉลี่ย 2.76 กิจการซื้อวัตถุดิบจำนวนมากต่อครั้งในกรณีมีส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 2.67 กิจการเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายหลายรายก่อนซื้อวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ย 2.59 และ กิจการทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ย 2.46 สรุปในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 2.66 ผลการเลือกใช้อยู่ในระดับมาก

ด้านแรงงาน

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ด้านแรงงาน อยู่ในระดับมาก ปานกลางและระดับน้อย เรียงตามลำดับดังนี้ กิจการจ่ายค่าจ้างตามหน้าที่และเวลาที่รับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย 2.69 กิจการให้สวัสดิการอื่นๆแทนค่าจ้างแก่พนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.35 กิจการนำเครื่องจักร หรือเทคโนโลยีมาใช้ทดแทนแรงงานคน มีค่าเฉลี่ย 2.14 กิจการลดการจ้างทำงานล่วงเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.12 และ กิจการมีการจ้างแรงงานต่างด้าวที่มีค่าแรงงานต่ำกว่าแรงงานไทย ล่วงเวลา มีค่าเฉลี่ย 1.31 สรุปในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 2.12 ผลการเลือกใช้อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านค่าใช้จ่ายการผลิต

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ด้านค่าใช้จ่ายการผลิต อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับดังนี้ กิจการมีการวางแผนซ่อมบำรุงเครื่องจักร/อุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 2.74 กิจการมีการกำหนดนโยบายการประหยัดพลังงาน/สาธารณูปโภคในสถานที่ผลิตสินค้ามีค่าเฉลี่ย 2.64 กิจการมีการเปรียบเทียบการซ่อมแซมเครื่องจักร/อุปกรณ์กับการซื้อใหม่ มีค่าเฉลี่ย 2.57 กิจการมีระบบการควบคุมให้เครื่องจักรทำการผลิตอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 2.48 และกิจการออกแบบโรงงานที่ช่วยประหยัดพลังงาน มีค่าเฉลี่ย 2.47 สรุปในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 2.58 ผลการเลือกใช้ อยู่ในระดับมาก

ด้านค่าใช้จ่ายในการขาย

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ด้านค่าใช้จ่ายในการขาย อยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ กิจการมีการกำหนดปริมาณหรือน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุทุกครั้งมีค่าเฉลี่ย 2.38 กิจการเลือกใช้บริการบริษัทอื่นในการจัดส่งสินค้ามีค่าเฉลี่ย 2.21 กิจการลดการวิ่งเที่ยวเปล่าหลังจากขนส่งสินค้ามีค่าเฉลี่ย 2.06 กิจการใช้สื่อประชาสัมพันธ์/

จำหน่ายสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 1.99 และ กิจการติด GPS เพื่อช่วยในการเดินทางขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย 1.86 สรุปในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 2.10 ผลการเลือกใช้ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร อยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ กิจการมีการวางแผนการจ่ายชำระหนี้ มีค่าเฉลี่ย 2.74 กิจการกำหนดนโยบายการประหยัดพลังงาน/สาธารณูปโภคในสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.61 กิจการพิจารณาแหล่งเงินกู้จากหลายสถาบันการเงิน มีค่าเฉลี่ย 2.29 กิจการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจัดทำบัญชีแทนการจ้างพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.25 และ กิจการมีการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้ใช้คนลดลง/ลดอัตราผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ย 2.00 สรุปในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 2.39 ผลการเลือกใช้ อยู่ในระดับมาก

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ ทั้ง 5 ด้าน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1 วิธีการจัดการต้นทุนด้านวัตถุดิบที่กิจการเลือกใช้

ตารางที่ 1 วิธีการจัดการต้นทุนด้านวัตถุดิบที่กิจการเลือกใช้

วิธีการจัดการต้นทุน	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
ด้านวัตถุดิบ			
1.กิจการมีการวางแผนการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด	2.84	0.399	มาก
2.กิจการซื้อวัตถุดิบจำนวนมากต่อครั้งในกรณีมีส่วนลด	2.67	0.527	มาก
3.กิจการเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายหลายรายก่อนซื้อวัตถุดิบ	2.59	0.568	มาก
4.กิจการทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบล่วงหน้า	2.46	0.665	มาก
5.กิจการมีการควบคุม/จัดบันทึก การเกิดของเสียจากการผลิต	2.76	0.503	มาก
รวม	2.66	0.532	มาก
ด้านแรงงาน			
6.กิจการให้สวัสดิการอื่นๆแทนค่าจ้างแก่พนักงาน	2.35	0.773	มาก
7.กิจการมีการจ้างแรงงานต่างด้าวที่มีค่าแรงงานต่ำกว่าแรงงานไทย	1.31	0.496	น้อย
8.กิจการจ่ายค่าจ้างตามหน้าที่และเวลาที่รับผิดชอบ	2.69	0.564	มาก
9.กิจการลดการจ้างทำงานล่วงเวลา	2.12	0.644	ปานกลาง
10.กิจการนำเครื่องจักร หรือเทคโนโลยีมาใช้ทดแทนแรงงานคน	2.14	0.611	ปานกลาง

วิธีการจัดการต้นทุน	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
รวม	2.12	0.618	ปานกลาง
ด้านค่าใช้จ่ายการผลิต			
11.กิจการมีการวางแผนซ่อมบำรุงเครื่องจักร/อุปกรณ์	2.74	0.523	มาก
12.กิจการมีการเปรียบเทียบการซ่อมแซมเครื่องจักร/อุปกรณ์กับการซื้อใหม่	2.57	0.579	มาก
13.กิจการมีการกำหนดนโยบายการประหยัดพลังงาน/สาธารณูปโภคในสถานที่ผลิตสินค้า	2.64	0.606	มาก
14.กิจการมีระบบการควบคุมให้เครื่องจักรทำการผลิตอย่างต่อเนื่อง	2.48	0.666	มาก
15.กิจการออกแบบโรงงานที่ช่วยประหยัดพลังงาน	2.47	0.729	มาก
รวม	2.58	0.621	มาก
ด้านค่าใช้จ่ายในการขาย			
16.กิจการใช้สื่อประชาสัมพันธ์/จำหน่ายสินค้า ผ่านระบบออนไลน์	1.99	0.736	ปานกลาง
17.กิจการติด GPS เพื่อช่วยในการเดินทางขนส่งสินค้า	1.86	0.841	ปานกลาง
18.กิจการลดการวิ่งเที่ยวเปล่าหลังจากขนส่งสินค้า	2.06	0.680	ปานกลาง
19.กิจการมีการกำหนดปริมาณหรือน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุทุกครั้ง	2.38	0.636	มาก
20.กิจการเลือกใช้บริการบริษัทอื่นในการจัดส่งสินค้า	2.21	0.709	ปานกลาง
รวม	2.10	0.720	ปานกลาง
ด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร			
21.กิจการมีการวางแผนการจ่ายชำระหนี้	2.74	0.547	มาก
22.กิจการพิจารณาแหล่งเงินกู้จากหลายสถาบันการเงิน	2.29	0.668	ปานกลาง
23.กิจการกำหนดนโยบายการประหยัดพลังงาน/สาธารณูปโภคในสำนักงาน	2.61	0.593	มาก
24.กิจการมีการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้ใช้คนลดลง/ลดอัตราผู้บริหาร	2.00	0.892	ปานกลาง
25.กิจการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจัดทำบัญชีแทนการจ้างพนักงาน	2.25	0.834	ปานกลาง
รวม	2.39	0.707	มาก

2. ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ผลิตสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.40 ผลิตสินค้าได้ทันตามเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.15 ใช้ทรัพยากร เช่น วัตถุดิบ แรงงาน พลังงาน อย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.12 ผลกำไรของกิจการเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.74 อายุการใช้งานของเครื่องจักร/อุปกรณ์การผลิตใช้งานได้นาน

ขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.67 ผลการดำเนินงานเป็นไปตามแผนหรือสูงกว่าแผนที่วางไว้ มีค่าเฉลี่ย 3.63 ปริมาณเศษวัตถุดิบเหลือใช้ลดลง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ต้นทุนการผลิตสินค้าลดลง มีค่าเฉลี่ย 3.30 และของเสียจากการผลิตสินค้าลดลง ค่าเฉลี่ย 3.28 สรุปภาพรวมมีค่าเฉลี่ยรวม 3.70 แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1.ผลกำไรของกิจการเพิ่มขึ้น	3.74	0.724	มาก
2.ต้นทุนการผลิตสินค้าลดลง	3.30	0.694	ปานกลาง
3.ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลง	3.35	0.783	ปานกลาง
4.ของเสียจากการผลิตสินค้าลดลง	3.28	0.794	ปานกลาง
5.ปริมาณเศษวัสดุดิบเหลือใช้ลดลง	3.38	0.799	ปานกลาง
6.อายุการใช้งานของเครื่องจักร/อุปกรณ์การผลิตใช้งานได้นานขึ้น	3.67	0.819	มาก
7.ใช้ทรัพยากร เช่น วัตถุดิบ แรงงาน พลังงาน อย่างคุ้มค่า	4.12	0.709	มาก
8.ผลิตสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	4.40	0.671	มาก
9.ผลิตสินค้าได้ทันตามเวลา	4.15	0.653	มาก
10.ผลการดำเนินงานเป็นไปตามแผนหรือสูงกว่าแผนที่วางไว้	3.63	0.771	มาก
รวม	3.70	0.742	มาก

3. ความสัมพันธ์ของวิธีการจัดการต้นทุนกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า วิธีการจัดการต้นทุน ด้านวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหารมีความสัมพันธ์ทาง

บวกกับประสิทธิภาพในการ ดำเนินธุรกิจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นหากกิจการต้องการให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพ ตามเป้าหมายที่กิจการวางไว้ กิจการควรควบคุมต้นทุนทั้ง 5 ด้าน ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของวิธีการจัดการต้นทุนกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

วิธีการจัดการต้นทุน	ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ (รวม)	
	r	p
ด้านวัตถุดิบ	0.332	0.000
ด้านแรงงาน	0.293	0.000
ด้านค่าใช้จ่ายการผลิต	0.262	0.000
ด้านค่าใช้จ่ายในการขาย	0.458	0.000
ด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร	0.531	0.000

4.การวิเคราะห์การถดถอยวิธีการจัดการต้นทุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า วิธีการจัดการต้นทุนด้านวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร มีผลต่อประสิทธิภาพ ในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นต้นทุนด้านวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการ

ขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหารเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ กิจการควรให้ความสำคัญกับต้นทุนเหล่านี้เป็นลำดับแรก โดยมีสมการดังนี้ $Y = 1.564 + 0.240(a) + 0.246(b) + 0.441(c)$ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยวิธีการจัดการต้นทุนที่มีผลต่อประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจ

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	1.564	0.218		7.173	0.000
วัตถุดิบ(a)	0.240	0.091	0.169	2.636	0.009
ค่าใช้จ่ายในการขาย(b)	0.246	0.070	0.224	3.535	0.000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร(c)	0.441	0.063	0.403	7.007	0.000

อภิปรายผลการศึกษา

1. วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้

1.1. ด้านวัตถุดิบ วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้มากที่สุด คือ วิธีการวางแผนการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด เนื่องจากการวางแผนการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุดส่งผลให้กิจการซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสมและปริมาณที่สั่งซื้อมีเพียงพอต่อการผลิต สามารถลดต้นทุนการผลิตสินค้า และลดต้นทุนการดูแลรักษาวัตถุดิบ

1.2 ด้านแรงงาน วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้มากที่สุด คือ กิจการจ่ายค่าจ้างตามหน้าที่และเวลาที่รับผิดชอบ เนื่องจากการจ่ายค่าแรงตามหน้าที่และเวลาที่รับผิดชอบ จะทำให้พนักงานทำงานเต็มที่ ลดการจ้างงานนอกเวลา ลดต้นทุนค่าแรง เพราะการจ้างงานนอกเวลากิจการต้องจ่ายค่าแรงเพิ่มขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด

1.3 ด้านค่าใช้จ่ายการผลิต วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้มากที่สุด คือ กิจการมีการวางแผนซ่อมบำรุงเครื่องจักร/อุปกรณ์ เนื่องจากการวางแผนซ่อมบำรุงเครื่องจักร/อุปกรณ์ ส่งผลให้เครื่องจักร/อุปกรณ์ทำงานอย่างต่อเนื่อง ลดความผิดพลาดในการผลิตสินค้า

1.4 ด้านค่าใช้จ่ายในการขาย วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้มากที่สุด คือ กิจการมีการกำหนดปริมาณหรือน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุทุกครั้ง เนื่องจากการกำหนดปริมาณหรือน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุทุกครั้ง ส่งผลให้การขนส่งแต่ละครั้งมีประสิทธิภาพ ช่วยลดต้นทุนการขนส่งสินค้า

1.5 ด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้มากที่สุด คือ กิจการมีการวางแผนการจ่ายชำระหนี้ เนื่องจากการจ่ายชำระหนี้ตรงตามกำหนด ช่วยลดค่าดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่างๆ

ซึ่งวิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้เป็นวิธีการที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของกิจการ โดยเกิดจากการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจ และสาเหตุของการเกิดต้นทุน โดยมีเป้าหมายคือต้นทุนการผลิตสินค้าลดลง แต่คุณภาพการผลิตสินค้ายังคงเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิฆัมพร ทวีเดชและสมบัติ ทิฆัมพรย์ (2547) ที่กล่าวว่า การจัดการต้นทุน เป็นกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับการควบคุมต้นทุนและการลดต้นทุน โดยใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการมาประกอบการตัดสินใจ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการบริหารธุรกิจให้เจริญเติบโตและสามารถอยู่รอดได้ตลอดไป การจัดการต้นทุนมีหน้าที่สำคัญสองประการ คือ การควบคุมต้นทุนและการลดต้นทุน

2. ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสูงสุด คือ ผลิตสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน เนื่องจากแนวทางการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ อาทิ การวางแผนการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด การจ้างงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบ และการวางแผนการซ่อมบำรุงเครื่องจักร/อุปกรณ์ ช่วยให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน เพราะได้วัตถุดิบจากการสั่งซื้อที่มีคุณภาพ พนักงานทำงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบ

พร้อมกับเครื่องจักรมีการซ่อมบำรุงอย่างต่อเนื่อง ช่วยลดความผิดพลาดในการผลิตสินค้า ส่งผลให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน เพิ่มความสามารถในการแข่งขันดังนั้นจะเห็นได้ว่าวิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ กุลชญา แวนแก้ว (2559) ที่พบว่า หากกิจการสามารถวิเคราะห์กิจกรรม ลักษณะการดำเนินงานของกิจการในภาพรวมโดยเฉพาะการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานของธุรกิจให้เหมาะสม จะเป็น กลยุทธ์จัดการต้นทุนที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและสอดคล้องกับ ธัญญธร ศรีวิเชียร (2560) ที่พบว่า การบริหารต้นทุนเป้าหมายด้านการออกแบบกระบวนการผลิตมีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานเนื่องจากกิจการให้ความสำคัญในการออกแบบกระบวนการผลิตโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อลดต้นทุนการผลิต

สรุปผลการวิจัย

วิธีการจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้ เรียงลำดับดังนี้ ด้านวัตถุดิบกิจการมีการวางแผนการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด กิจการมีการควบคุม/จดบันทึกการเกิดของเสียจากการผลิต กิจการซื้อวัตถุดิบจำนวนมากต่อครั้งในกรณีมีส่วนลด กิจการเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายหลายรายก่อนซื้อวัตถุดิบ และ กิจการทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบล่วงหน้า ด้านแรงงานกิจการจ่ายค่าจ้างตามหน้าที่และเวลาที่รับผิดชอบ กิจการให้สวัสดิการอื่นๆแทนค่าจ้างแก่พนักงาน กิจการนำเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีมาใช้ทดแทนแรงงานคน

กิจการลดการจ้างทำงานล่วงเวลา และ กิจการมีการจ้างแรงงานต่างด้าวที่มีค่าแรงงานต่ำกว่าแรงงานไทย ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตกิจการมีการวางแผนซ่อมบำรุงเครื่องจักร/อุปกรณ์ กิจการมีการกำหนดนโยบายการประหยัดพลังงาน/สาธารณูปโภคในสถานที่ผลิตสินค้า กิจการมีการเปรียบเทียบการซ่อมแซมเครื่องจักร/อุปกรณ์กับการซื้อใหม่ กิจการมีระบบการควบคุมให้เครื่องจักรทำการผลิตอย่างต่อเนื่อง และกิจการออกแบบโรงงานที่ช่วยประหยัดพลังงาน ด้านค่าใช้จ่ายในการขาย กิจการมีการกำหนดปริมาณหรือน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุทุกครั้ง กิจการเลือกใช้บริการบริษัทอื่นในการจัดส่งสินค้า กิจการลดการวิ่งเที่ยวเปล่าหลังจากขนส่งสินค้า กิจการใช้สื่อประชาสัมพันธ์/จำหน่ายสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ และ กิจการติด GPS เพื่อช่วยในการเดินทางขนส่งสินค้า ด้านค่าใช้จ่ายในการบริหารกิจการมีการวางแผนการจ่ายชำระหนี้ กิจการกำหนดนโยบายการประหยัดพลังงาน/สาธารณูปโภคในสำนักงาน กิจการพิจารณาแหล่งเงินกู้จากหลายสถาบันการเงิน กิจการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจัดทำบัญชีแทนการจ้างพนักงาน และ กิจการมีการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้ใช้คนลดลง/ลดอัตราผู้บริหาร

ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ พบว่า กิจการสามารถผลิตสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน ผลิตสินค้าได้ทันตามเวลา ใช้ทรัพยากร เช่น วัตถุดิบ แรงงาน พลังงานอย่างคุ้มค่า ผลกำไรของกิจการเพิ่มขึ้น อายุการใช้งานของเครื่องจักร/อุปกรณ์การผลิตใช้งานได้ยาวนานขึ้น ผลการดำเนินงานเป็นไปตามแผนหรือสูงกว่าแผนที่วางไว้ ปริมาณเศษวัตถุดิบเหลือใช้ลดลง ต้นทุนการผลิตสินค้าลดลง และของเสียจากการผลิตสินค้าลดลง กลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่กิจการเลือกใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

บรรณานุกรม

- กุลขญา แวนแก้ว.(2559).กลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมเพื่อเพื่อขีดความสามารถในการแข่งขันของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสาร
วิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 9 , 46-64.
- Waenkaeo,K.(2016). Cost Management Strategic Appropriateness: for Enhancement Competitive
Advantage of Small and Medium Enterprises in Border trade Lower Northeastern Region.
Journal of Modern Science,9,46-64
- ฐิติกันต์ สุริยะสารและคณะ.(2560).ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อการพัฒนาการบริการ และ
ความพึงพอใจของลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*,10,138-
151.
- Suriyasan T.,Thonglad P.,Suwannaratch S., &kamwas S.(2017). Effect of Cost of Quality Man-
agement, on Improving Services and Customer Satisfaction of Hotel in Thailand. *Journal
of Modern Science*,10,138-151
- ทิฆัมพร ทวีเดชและสมบัติ ทิฆัมทรัพย์.(2547).การจัดการต้นทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต. บทความการ จัด
การต้นทุน. http://www.tpmconsulting.org/dwnld/article/oth/oth_cost.pdf
- Thikhamporn,T., & Tekhasap,S. (2004). *Cost management in the manufacturing industry*. Article
management costs. http://www.tpmconsulting.org/dwnld/article/oth/oth_cost.pdf
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *การบริหารงานบุคคล*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- Santi Wong ,T. (1994). *Personnel management*.7. Bangkok: Thailand Wattana Panich.
- ชัยยุทธ ศรีวิเชียร. (2560).ผลกระทบของการบริหารต้นทุนเป้าหมายที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ
ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย.*วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*,38,203-217.
- Sriwichien,T.(2017). Effects of Target Cost Management on Competitive Advantage andPer-
formance of Foods Industry in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences
Mahasarakham University*,38,203-217.
- ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์, <https://www.prachachat.net/local-economy/news-98187>
- Prachachat Turakit Online, <https://www.prachachat.net/local-economy/news-98187>
- รุ่ง แก้วแดง และชัยณรงค์ สุวรรณสาร. (2536). *แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลและประสิทธิภาพองค์การ*. กรุงเทพฯ
: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
- Kaeodang, R., & Suwansan, C. (1993). The concept of efficient and effective organization.Bang-
kok: Sukhothai Thammathirat Open University.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์.2546.*การบัญชีเพื่อการจัดการและการบริหารต้นทุน*.กรุงเทพฯ:ธรรมนิติเพรส
- Aujirapongpan,S.(2003). *Managerial Accounting And Cost Management*.Bangkok: Dharmaniti
Press.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(2561).รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม, 4-01. <http://www.sme.go.th>

Office of Small and Medium Enterprise Promotion.(2018). *Report small and medium-sized en-
terprises*,4-01

Gibson, J.H., John, M.I. & James H.D. (1982). *Orgionizations : Behavior structure andProcesses*.
(4th ed.), Austin, TX : Business Publications.

ตัวแบบการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร จังหวัดเชียงราย
A MODEL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT FOR MEETINGS BUSINESS,
CHIANG RAI PROVINCE

อนาวิน สุวรรณ ¹ จินนพัช ปทุมพร ² และ ดลฤทัย โกวรรณกุล ³
Anavin Suwanna ¹ Jinnapas Pathumporn ² and Donruetai Kovathanakul ³

¹ หลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
และนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยว ไร่ และบริการ

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยว ไร่ และบริการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยว ไร่ และบริการ
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นปลายทางที่ได้รับความนิยมสำหรับการจัดประชุมองค์กรและสามารถสร้างรายได้สู่พื้นที่ในระดับภูมิภาค บทความนี้ทบทวนและวิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร จังหวัดเชียงรายประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า ตัวแบบการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร 7 กระบวนการหลัก ได้แก่ การบริหารจัดการอุปสงค์ของการจัดประชุม ความสัมพันธ์ของบริษัทจัดการปลายทางและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการอุปทานของการจัดการประชุม การบริหารจัดการสินค้าคงคลังของการจัดประชุม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของการจัดประชุม การประสานงานโซ่อุปทานของการจัดประชุม และระบบภาพ เสียง และเทคโนโลยีในการจัดประชุม รวมถึงนำเสนอกลยุทธ์โซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความร่วมมือในการจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดงานประชุมองค์กรทั้งที่เป็นงานประชุมของบริษัทเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ

คำสำคัญ: การจัดการโซ่อุปทาน การประชุมของบริษัทเอกชน การประชุมของหน่วยงานภาครัฐ

Abstract

Thailand is one of the most popular destination for corporate meetings and it can generate a revenue to regional areas. This article revises and analyzes the model of supply chain within a meeting business in Chiang Rai province by applying desk research and in-depth interview. The results were revealed that the supply chain model of meeting business is composed of seven major processes: demand management; two-party relationships; supply management;

inventory management; product and service development; meeting supply chain coordination; and audio visual and technology. In addition, this study was provided a supply chain strategy for meetings business in Chiang Rai province as a guideline to develop a collaboration in supply chain management of meetings business both corporate meetings and government meetings.

Keywords: Supply Chain Management, Corporate Meeting, Non-Corporate Meeting

บทนำ

ธุรกิจการจัดประชุม (Meetings Business) เป็นหนึ่งในกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองและประเทศที่เป็นเจ้าภาพ ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรและกลุ่มองค์กรในอุตสาหกรรมเป้าหมาย รวมถึงการประชุมหน่วยงานภาครัฐและสมาคมที่มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากซึ่งธุรกิจการประชุมองค์กร (Meetings: M) เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ (Meetings, Incentive Travels, Conventions, and Exhibitions: MICE Industry) ที่ก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนจำนวนมากในการช่วยกระจายรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการใช้จ่ายของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) บทความนี้จำแนกการประชุมองค์กร ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การประชุมของกลุ่มบริษัทเอกชน (Corporate Meeting) เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากบริษัทเดียวกัน หรือบริษัทในเครือเดียวกัน เพื่อปรึกษาหารือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง อันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ทางสังคมและธุรกิจร่วมกัน และ 2) การประชุมของกลุ่มองค์กร (Non-Corporate Meeting) มีวัตถุประสงค์เพื่อปรึกษาหารือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันหรือเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน อันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ทางการเมือง สังคม และธุรกิจร่วมกัน ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดย

สมาคมระดับนานาชาติ ซึ่งอาจหมุนเวียนตามประเทศสมาชิกหรือประมุข เพื่อเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การประชุมของสมาคมและองค์กร (Association Meeting) เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวิชาชีพเดียวกันหรือคล้ายกัน และ 2) การประชุมของภาครัฐ (Government Meeting) เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลจากหน่วยงานภาครัฐ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560)

รายงานการประชุมนานาชาติในตลาดโลก พบว่า ปี 2560 มีการจัดประชุมนานาชาติ จำนวน 12,558 ครั้ง เพิ่มขึ้น 346 ครั้ง จากปี 2559 โดยภูมิภาคยุโรปได้รับความนิยมในการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุด จำนวน 6,731 ครั้ง (ร้อยละ 53.60) ของการจัดประชุมนานาชาติทั่วโลก โดยประเทศสหรัฐอเมริกา มีการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุด จำนวน 941 ครั้ง รองลงมาคือ เยอรมัน อังกฤษ สเปน และอิตาลี สำหรับประเทศไทยจัดอยู่อันดับที่ 25 ของโลก โดยมีการจัดประชุมจำนวน 163 ครั้ง (ICCA, 2018) และจัดอยู่อันดับที่ 6 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และอินเดีย อีกทั้งสถิติของ ICCA ในปี พ.ศ. 2560 พบว่า เมืองในเอเชียที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ สิงคโปร์ กรุงโซล ฮองกง และกรุงเทพฯ ส่วนเชียงใหม่ ภูเก็ต และพัทยา ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 27 อันดับที่ 71 และอันดับที่ 83 ตามลำดับ (ICCA, 2018) ปีงบประมาณ 2560 ประเทศไทยมี

โอกาสต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ จำนวนทั้งสิ้น 560,174 คน สร้างรายได้ 52,938 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560) ส่วนใหญ่การจัดประชุมองค์กรยังคงถูกจัดขึ้นในไมซ์ซิตี้ (MICE City) ของประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ ขณะเดียวกันสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มุ่งยกระดับภาพลักษณ์การจัดงานประชุมระดับภูมิภาคและอัตลักษณ์ของเมืองเป้าหมาย จึงได้กำหนดแผนพัฒนาเมืองที่มีศักยภาพด้านการจัดงานประชุม เช่น เชียงราย อุดรธานี นครราชสีมา ระยอง และสงขลา (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) เพื่อพัฒนาและเพิ่มจำนวนเมืองที่ผ่านมาตรฐานไมซ์ซิตี้

จังหวัดเชียงราย เป็นเมืองมีศักยภาพและความพร้อมที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นไมซ์ซิตี้ สอดคล้องกับรายงานสถิติการจัดงานประชุมระดับนานาชาติ ในปีงบประมาณ 2560 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2560) พบว่า จังหวัดเชียงราย เป็นเมืองที่ได้รับความนิยมในการจัดงานประชุมองค์กรเป็นอันดับที่สองของภาคเหนือรองจากจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมกลุ่มองค์กร จำนวน 48 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมงานประชุมรวม 5,244 คน เมื่อพิจารณาจำนวนการเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมองค์กรในปี 2560 พบว่า เชียงราย เป็นเมืองเจ้าภาพการประชุมองค์กรมากกว่าจังหวัดขอนแก่นที่เป็นไมซ์ซิตี้ของประเทศ นอกจากนี้จังหวัดเชียงรายยังมีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการจัดประชุมนานาชาติ การขนส่งทางเรือในแม่น้ำโขงที่มีท่าเรือหลัก จำนวน 2 แห่ง (ท่าเรือเชียงแสนแห่งที่ 2 และท่าเรื่อน้ำลึกเชียงของ) ส่วนการขนส่งทางอากาศสามารถใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติแม่ฟ้าหลวง เชียงราย (บริษัทการทำอากาศยาน, 2561) ส่วนที่พักมีโรงแรมและรีสอร์ท รวมจำนวน 492 แห่ง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (สำนักงานจังหวัดเชียงราย, 2560)

อย่างไรก็ตามการส่งเสริมให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองปลายทางของการจัดประชุมนั้น ปัจจัยความสำเร็จอย่างหนึ่งคือ ประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งธุรกิจการจัดประชุมองค์กรเป็นหนึ่งในธุรกิจไมซ์ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของประเทศ นอกจากนี้การนำแนวความคิดด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยยังมีไม่มากนักในปัจจุบัน บทความนี้จึงทบทวนและวิเคราะห์รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กรทั้งที่เป็นการประชุมของกลุ่มบริษัทเอกชนและการประชุมของกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดเชียงรายสู่จุดหมายปลายทางของการจัดงานประชุมองค์กรในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทบทวนและวิเคราะห์รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร และ 2) นำเสนอกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร จังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) หมายถึง การประสานการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งผลิต การจัดหา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการ ด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและคำนึงถึงคุณภาพที่ลูกค้าจะได้รับ โดยกิจกรรมของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย การวางแผน การดำเนินการ การควบคุมการไหลของทรัพยากรจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งานหรือให้บริการ การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง รวมถึงเทคโนโลยีและสารสนเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (แวตดา

เตชาทวิวรรณ, 2555)

ปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน ยังคงมุ่งศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบสำคัญและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยของการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) กรอบแนวคิดที่ให้นิยามของที่สอดคล้องกันของปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ การบริหารจัดการอุปสงค์ ความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย การบริหารจัดการอุปทาน การบริหารจัดการอุปทาน การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประสานโซ่อุปทาน และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Zhang et al, 2009; Tigu & Călărețu, 2013)

การกำหนดเป้าหมายนับเป็นขั้นตอนแรกของการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์หลักเป็นปัจจัยผลักดันอยู่เบื้องหลังของการเชื่อมโยงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องรวบรวมถึงการขับเคลื่อนปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มูลค่าของเงิน ความไม่แน่นอนของอุปสงค์ และลดสินค้าคงคลัง แต่ไม่จำกัดเฉพาะประเด็นเหล่านี้ (Zhang et al., 2009) ซึ่งโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์และบริการในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์และบริการจัดประชุมองค์กรด้วยเช่นกัน เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องใช้บริการสถานที่จัดงาน ห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดประชุม

การทบทวนและวิเคราะห์แนวคิดการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว เพื่อนำมาอธิบายโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ประกอบด้วย การบริหารจัดการอุปสงค์ ความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย การบริหารจัดการอุปทาน การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การประสานโซ่อุปทาน และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ธุรกิจการจัดประชุม

ธุรกิจการจัดประชุม หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือสมาคมเดียวกัน อาจะจัดประชุมในระดับชาติ ระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติ หรือเป็นการประชุมภายในประเทศ (เสรีวงษ์มณฑา และวิชยานันท์ พอค้า, 2560)

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการจัดประชุม ได้แก่ ธุรกิจที่พัก (Accommodation) สิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม (Meeting Facilities) ศูนย์ประชุม (Venues) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology) ธุรกิจบริการภาพ แสงและเสียง (Audio Visual) ธุรกิจขนส่ง (Transportation) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ธุรกิจการจัดงานเลี้ยง (Catering) ธุรกิจของที่ระลึก (Souvenir) ธุรกิจบันเทิง (Entertainment)

ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ได้แก่ บริษัทจัดนำเที่ยว (Tour Operator) บริษัทการจัดการด้านการท่องเที่ยว (Travel Management Company: TMC) ธุรกิจจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพ (Professional Congress Organisers: PCOs) บริษัทจัดงานอีเวนต์ (Event Management Companies: EMC) บริษัทจัดงานภายในท้องถิ่น (Destination Management Company: DMC) และสมาคมส่งเสริมการประชุม (Convention and Visitors Bureau: CVB) (Singapore Tourism Board, 2013; CBI, 2015, สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558)

สมาคมวิชาชีพด้านการจัดประชุมองค์กร (Meeting Professionals International: MPI) ได้อธิบายห่วงโซ่มูลค่าและขั้นตอนของการประชุมองค์กร ประกอบด้วย 6 กระบวนการ ได้แก่ การวางแผนขององค์กรหรือสมาคมที่ต้องการจัดประชุม (Company) บริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ (Tourism Manage-

ment Company: TMC) บริษัทจัดการปลายทาง (Destination Management Company: DMC) โรงแรม (Hotel) โลจิสติกส์และการขนส่ง (Logistic) และธุรกิจที่ให้บริการส่วนอื่น ๆ (Other Service Provider) ที่เกี่ยวข้อง (Thailand Convention Exhibition Bureau, 2015)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (TICA) สมาคมนักจัดงานประชุมมืออาชีพระหว่างประเทศ (IAPCO) สมาคมการประชุมนานาชาติ (ICCA) บทความนี้วิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กรทั้งที่เป็นการประชุมของกลุ่มบริษัทเอกชนและการประชุมของกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ

การประชุมองค์กร

การประชุมองค์กร (Meetings) เป็นธุรกิจหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) โดยสมาคมการประชุมนานาชาติ (International Congress and Convention Association: ICCA) จำแนกการประชุมองค์กร ออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) การประชุมของกลุ่มบริษัทเอกชน (Corporate Meeting) และ 2) การประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐ (Non-Corporate Meeting) (ICCA, 2018; TCEB, 2015) ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐและสมาคมเป็นหลัก เนื่องจากสอดคล้องกับจำนวนของการจัดงานประชุมที่ถูกจัดขึ้นในจังหวัดเชียงราย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560)

การประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐ (Non-Corporate Meeting) และ หมายถึง การประชุมของกลุ่มคนที่มิวัตถุประสงค์เพื่อปรึกษาหารือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือเพื่อ

ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง อันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ทางสังคม การเมืองและธุรกิจร่วมกัน ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดยสมาคมระดับชาติและนานาชาติ ซึ่งอาจหมุนเวียนกันตามประเทศสมาชิกหรือประมุขสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน (TCEB, 2015) ซึ่งจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การประชุมของสมาคม (Association Meeting) เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวิชาชีพเดียวกัน วัฒนธรรม และศาสนาเดียวกันหรือคล้ายกัน จำนวนหลายร้อยหลายพันคน (TCEB, 2015; CBI, 2015) และ 2) การประชุมของภาครัฐ (Government Meeting) เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลจากหน่วยงานภาครัฐ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560) นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกระดับการประชุมของกลุ่มองค์กรตามภูมิศาสตร์ ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. การประชุมองค์กรระดับนานาชาติ (International Non-Corporate Meeting) หมายถึง การประชุมที่ผู้เข้าร่วมการประชุมเดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป

2. การประชุมองค์กรระดับภูมิภาค (Regional Non-Corporate Meeting) หมายถึง การประชุมที่ผู้เข้าร่วมการประชุมเดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ ในทวีปเดียวกัน ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป

3. การประชุมองค์กรระดับชาติ (National Offshore Non-Corporate Meeting) หมายถึง การประชุมที่ผู้เข้าร่วมการประชุมเดินทางมาจากประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียวจากทวีปใด ๆ มาประชุมร่วมกันหรือมาประชุมร่วมกับประเทศเจ้าภาพ

4. การประชุมองค์กรภายในประเทศ (Domestic Meeting) หมายถึง การประชุมภายในประเทศที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกันทุกสัญชาติที่มีถิ่นพำนักอยู่อย่างถาวรในประเทศนั้น

ธุรกิจการจัดงานประชุมสามารถสร้างประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยตรง จากกิจกรรมการประชุมของกลุ่มองค์กรและสมาคมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

สถานที่จัดงาน (Venue) บริษัท (Organizer; PCOs; TMC; DMC) โรงแรม (Hotel) และผู้ร่วมประชุม (Participants) ดังนั้นการจัดงานประชุมองค์กร จึงเป็นอีเวนต์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสามารถสร้างผลประโยชน์ด้านการเงินและการศึกษาในเมืองปลายทาง อีกทั้งยังช่วยสร้างงานและสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาท้องถิ่นผ่านหัวข้อการจัดประชุมองค์กร (Singapore Tourism Board, 2013)

วิธีการวิจัย

บทความนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ การวิจัยเอกสาร (Desk Research) รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (สุภางค์ จันทวานิช, 2561) จากบทความวิจัย เอกสารวิชาการและรายงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐบาลภาคเอกชน และสมาคมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานประชุมในพื้นที่ โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ในท้องถิ่น ผู้ประกอบสถานที่จัดประชุม ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการด้านการจัดงานอีเวนต์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดงานประชุม จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้ออุปทานและการจัดการธุรกิจการจัดประชุมองค์กร จำนวน 7 ข้อ ใช้เวลาประมาณ 20 นาทีต่อคน

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ต้องอาศัยการตีความข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการจัดระเบียบข้อมูล (Data Organization) แสดงข้อมูล (Data Display) และ และหาข้อสรุป (ชาย โพธิ์สีดา, 2559) เพื่อยืนยันความถูกต้องของตัวแบบห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กรจังหวัด

เชียงราย จากนั้นจึงนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์และบทความวิจัย

ผลการวิจัย

บทความนี้ทบทวนและวิเคราะห์ตัวแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงนำเสนอกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร จังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

1. การบริหารจัดการอุปสงค์ของการประชุมองค์กร (Demand Management)

1.1 การวิเคราะห์อุปสงค์ของการประชุมองค์กร ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการประชุมของกลุ่มภาครัฐและสมาคม รวมทั้งสิ้นจำนวน 2,689 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมการประชุมรวม 432,739 คน แบ่งเป็นชาวต่างชาติ จำนวน 300,273 คน และเป็นชาวไทย จำนวน 132,466 คน ส่วนใหญ่มีผู้เข้าร่วมประชุมอยู่ระหว่าง 51-100 คนต่อครั้ง และระยะเวลาที่จัดงานประชุมเฉลี่ยประมาณ 3 วัน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560) จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองได้รับความนิยมในการจัดประชุมองค์กรเป็นอันดับที่ 5 ของประเทศไทย โดยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมของกลุ่มองค์กร จำนวน 48 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวม 5,244 คน

1.2 การขนส่งและการเดินทางในพื้นที่ จังหวัดเชียงราย ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเดินทางโดยใช้ 1) การขนส่งทางอากาศ โดยใช้ท่าอากาศยานนานาชาติแม่ฟ้าหลวง มีจำนวนเที่ยวบินภายในประเทศเฉลี่ย 36 เที่ยวบินต่อวัน (สำนักงานจังหวัดเชียงราย, 2560) ทำการบินจากกรุงเทพฯ ภูเก็ต และหาดใหญ่ โดยสายการบินไทยสไมล์ บางกอกแอร์เวย์ แอร์เอเชีย นกแอร์ โลออนแอร์ และเวียตเจ็ท แอร์ และเที่ยวบินระหว่างประเทศทำการบินจากประเทศจีน ฮองกง มาเก๊าและสิงคโปร์ โดยสายการบิน Thai AirAsia X, China Eastern, Hong Kong Express, Hainan Airlines, Sichuan Airlines 2) การเดินทาง

ในเมืองสามารถใช้บริการรถซิตี้บัส รถปรับอากาศ รถตู้ รถสองแถว และรถตุ๊กตุ๊ก และ 3) การขนส่งและเดินทางทางเรือโดยสารในแม่น้ำโขง มีท่าเทียบเรือ 2 แห่ง คือ ท่าเรือเชียงแสน เป็นท่าเรือพาณิชย์ และท่าเรือเชียงของ เป็นท่าเรือน้ำลึกสำหรับขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถใช้ขนส่งวัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงานจากประเทศเมียนมาร์ ลาว และจีน

1.3 โรงแรมและรีสอร์ท (Hotel and Resort) สำหรับบริษัทจัดการปลายทางในจังหวัดเชียงราย สามารถนำเสนอโรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการทั้งห้องพักและห้องประชุม เพื่อให้องค์กรภาครัฐและสมาคมต่าง ๆ ได้พิจารณาเลือกสถานที่จัดงานที่ตรงกับความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุม (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนห้องประชุมสำหรับการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย

โรงแรม/รีสอร์ท	จำนวน ห้องประชุม
โรงแรมเวียงอินน์	7
โรงแรมวังคำ	6
เวียงอินน์ ริเวอร์ไซด์ รีสอร์ท*	5
เลอเมอร์เดียน รีสอร์ท เชียงราย*	4
ลักษณะวรรณ รีสอร์ท แอนด์ สปา	4
เอ็ม บูทิก รีสอร์ท	4
โพธิ์วัดล รีสอร์ท แอนด์ สปา	4
โรงแรมเชียงราย แกรนด์รูม	3
เดอะริเวอร์ บาย กะตะธานี	3
เดอะมันตรีนิ เชียงราย	2
โรงแรมพิมาน อินน์	2
ลา구나 โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท	1
โรงแรมคำธนา	1
โรงแรมนาคนครา	1
อิมพีเรียล ริเวอร์ เฮาส์ รีสอร์ท	1
เดอะเลเจนท์ เชียงราย	1
รสา บูทิก โฮเทล เชียงราย	1
รวม	50

* ห้องประชุมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard: TMVS) Thailand Convention Exhibition Bureau (2016)

1.4 สถานที่จัดงานประชุม (Venue) ที่มีความพร้อมและได้รับมาตรฐาน โดยมีสถานที่จัดประชุมที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุม โดยมีโรงแรมและรีสอร์ทที่เป็นสถานที่สำหรับการจัดประชุมจำนวน 17 แห่ง และมีจำนวนห้องประชุมรวม 50 ห้อง สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้สูงสุด 1,000 คน ปัจจุบันเชียงรายมีห้องประชุมที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard: TMVS) คือ เลอเมอร์เดียน รีสอร์ท เชียงราย และเวียงอินน์ ริเวอร์ไซด์ รีสอร์ท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560)

1.5 ความน่าสนใจของจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย คือตั้งอยู่ระหว่างรอยต่อของประเทศไทย ลาว และเมียนมาร์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางด้านภาษา ศิลปะ ประเพณีและวัฒนธรรม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560) โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จำนวน 121 แห่ง จำแนกออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 58 แห่ง ด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 46 แห่ง และด้านศิลป วัฒนธรรม จำนวน 17 แห่ง และยังเป็นแหล่งอารยธรรมแห่งกลุ่มชาติพันธุ์มากกว่า 30 ชาติพันธุ์ แหล่งรวมศิลปนิพนธ์มากกว่า 100 ชีวิต อีกทั้งยังเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาแต่โบราณ (สำนักงานจังหวัดเชียงราย, 2560) นอกจากนี้ เทศบาลนครเชียงรายยังได้รับรางวัล “The World Smart Cities Awards” ประเภทโครงการการพัฒนาสังคมที่มีความโดดเด่นด้านการพัฒนาการรวมกลุ่มอาชีพของผู้ค้าในถนนคนเดินและชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารและหาบเร่แผงลอย จากคณะกรรมการผู้จัดประชุม Smart City Expo World Congress 2017 ณ เมืองบาร์เซโลนาประเทศสเปน (เทศบาลนครเชียงราย, 2561)

1.6 กิจกรรมนอกเหนือจากการประชุมผู้จัดงาน บริษัทจัดนำเที่ยว และผู้เข้าร่วมงานประชุม

ในจังหวัดเชียงราย สามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 3 เส้นทางหลัก 9 เส้นทางย่อย ได้แก่ **เส้นทางที่ 1** เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ 1) จักรยานสุขภาพ ปั่นแควเวียน เที่ยวไร่สวนผักปลอดสาร ชิมอาหารปลอดภัย และ 2) น้ำพุร้อนล้านนา สปา เจียงฮาย **เส้นทางที่ 2** คือ 1) นันทนาการชมเมือง เล่าขานตำนานเมืองเชียงราย 2) ทิวทัศน์ 3) เส้นทางศิลปะ 4) เส้นทางถนนวัฒนธรรมเชียงราย และ 5) เมืองโบราณเชียงแสน **เส้นทางที่ 3** เส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตร คือ 1) จิบชาคาเฟ่ระดับโลก ดอยช้างดอยวาวี ดอยแม่สลอง และดอยตุง 2) ผจญภัย ล่องเรือนั่งช้างชมไพร เดินทาง มอเตอร์ไซด์วิบาก และ 3) เส้นทางธรรมชาติ ทะเลหมอก พรรณไม้เมืองหนาว (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย, 2560)

1.7 ความเป็นมืออาชีพและบริการด้านการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย โรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ และโรงแรมสีเขียว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) และโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2560) ส่วนบริษัทจัดการด้านการท่องเที่ยว (TMC) และบริษัทจัดการปลายทาง (DMC) ในจังหวัดเชียงราย ได้รับรับรองมาตรฐาน จำนวน 13 แห่ง แบ่งเป็นระดับดีเยี่ยม 2 แห่ง ระดับดี 10 แห่ง และระดับมาตรฐาน 1 แห่ง (กรมการท่องเที่ยว, 2561) และบริษัทที่ให้บริการส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ความเป็นมิตรและการต้อนรับที่อบอุ่นของคนเชียงรายยังจะช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมประชุม

1.8 ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการจัดงาน จังหวัดเชียงรายมีความได้เปรียบค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงมาก หากผู้จัดงานใช้วัตถุดิบ วัสดุและอุปกรณ์ในท้องถิ่น กลุ่มผู้ซื้องานไม่ซีดจางเฉพาะผู้เข้าร่วมการประชุมตระหนักและให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเงินที่จ่ายมากกว่าราคา อาจไม่จำเป็นต้องเป็น

จุดหมายปลายทางที่มีความแปลกใหม่หรือยังไม่มีเป็นที่รู้จัก แต่สิ่งที่นักเดินทางกลุ่มการประชุมกำลังมองหา คือ จุดหมายปลายทางและ/หรือสถานที่ประชุมให้ประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำกับที่อื่นและโปรแกรมประชุมแบบสร้างสรรค์ในราคาที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายในการจัดงานหรือการเข้าร่วมประชุม (CBI, 2015) สอดคล้องกับความบริบทของจังหวัดเชียงรายที่มีหลากหลายสถานที่จัดประชุม โรงแรม/รีสอร์ทกิจกรรมหลังจากการประชุม แหล่งท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ที่ใช้วัตถุดิบเกษตรของชุมชนบนพื้นที่สูงและปลอดสารพิษมาใช้ในการผลิต รวมถึงมรดกของศิลปวัฒนธรรมล้านนาและวิถีชีวิตดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่สามารถนำเสนอในโปรแกรมการประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่า

2. ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทจัดการปลายทางและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ (Two-party Relationships)

2.1 ธุรกิจบริการสำหรับการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย โรงแรมและรีสอร์ท จำนวน 17 แห่ง บริษัทการจัดนำเที่ยวและบริษัทจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Certified Thailand Tourism Standard Companies) ระดับมาตรฐาน ระดับดี และระดับดีเยี่ยม 13 แห่ง ส่วนบริษัทจัดงานอีเว้นท์ในท้องถิ่น และบริษัทการจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพ เช่น บริษัท Brand Young บริษัท Go4it บริษัท M & F บริษัท Action Training บริษัท หมั่นเมือง ออแกไนเซอร์ จำกัด บริษัท Haa-nee Organizer Planer และสำนักงานออกแบบแปลงกาย เป็นต้น

2.2 คู่แข่งที่สำคัญในการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย คือ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นไมซ์ซิตี้ที่มีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่งและการเดินทาง และโครงสร้างพื้นฐานที่มีความพร้อมมากกว่า รวมถึงไมซ์ซิตี้ของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา และขอนแก่น ซึ่งมีจำนวนของ

โรงแรมและรีสอร์ท สถานที่จัดงานประชุมขนาดใหญ่ สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้จำนวนมาก บริษัทจัดการการท่องเที่ยวและบริษัทจัดการปลายทาง บริษัทโลจิสติกส์และการขนส่งระหว่างประเทศ รวมถึงบริษัทที่ให้บริการส่วนอื่น ๆ ที่มีความเป็นมืออาชีพ และมีความหลากหลายมากกว่า

2.3 หน่วยงานท้องถิ่น ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและขับเคลื่อนเชิงนโยบาย เพื่อจัดสรรงบประมาณในการดำเนินการโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมองค์กรในพื้นที่ เช่น สำนักงานจังหวัดเชียงราย เทศบาลนครเชียงราย องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงราย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย เป็นต้น รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ

2.4 สมาคมส่งเสริมการจัดประชุม ทำหน้าที่เป็นตัวกลางสนับสนุนให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมองค์กร ผ่านการดำเนินงานและประมุขสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพการจัดงานประชุมองค์กร เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมโรงแรมไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย และหอการค้าจังหวัดเชียงราย เป็นต้น

3. การบริหารจัดการอุปทานการจัดประชุมองค์กร (Supply Management)

การอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการในการจัดงานประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย โรงแรมและรีสอร์ทที่มีความพร้อมในจัดประชุมองค์กร (ตารางที่ 1) แหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั้ง 121 แห่ง และเส้นทางทางท่องเที่ยวหลัก จำนวน 3 เส้นทาง สายการบินที่ให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศ ได้แก่ สายการบินไทยสมอลล์ บางกอกแอร์เวย์

แอร์เอเชีย นกแอร์ โลออนแอร์ และเวียดเจ็ท แอร์ ส่วนเส้นทางบินระหว่างประเทศ ได้แก่ Thai AirAsia X, China Eastern, Hong Kong Express, Hainan Airlines และ Sichuan Airlines บริษัทการจัดนำเที่ยว บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว และบริษัทจัดการปลายทางที่ได้รับรองมาตรฐานซึ่งจะต้องมีการรวมกลุ่มและทำข้อตกลงร่วมกัน เพื่อสร้างความร่วมมือและจัดตั้งกลุ่มธุรกิจการจัดประชุมมืออาชีพของจังหวัดเชียงราย

4. การบริหารจัดการสินค้าคงคลังของการจัดประชุมองค์กร (Inventory Management)

การพัฒนากลยุทธ์การจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการผลิตของผลิตภัณฑ์และบริการการประชุม โดยปกติคาดการณ์ความต้องการของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ดังนั้น สินค้าคงคลังมีบทบาทสำคัญในโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุม เนื่องจากผลิตภัณฑ์การจัดประชุมมีต้นทุนค่อนข้างสูงและสินค้าคงคลังขึ้นอยู่กับความไม่แน่นอนของความต้องการ ความเปลี่ยนแปลงที่สามารถเกิดขึ้นเสมอ และไม่สามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้เหมือนสินค้าและบริการประเภทอื่น ๆ ดังนั้น โซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กรประกอบด้วย จำนวนห้องพักของโรงแรมและรีสอร์ทที่มีมาตรฐาน จำนวนห้องประชุมที่รองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมได้เพียงพอ จำนวนเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ จำนวนบริษัทเช่ามาตรฐาน จำนวนบริษัทจัดนำเที่ยวที่มีมาตรฐาน และจำนวนบริษัทจัดงานอีเว้นท์มืออาชีพในท้องถิ่น เพื่อจัดทำข้อตกลงเกี่ยวกับการปันส่วนสินค้าคงคลังในธุรกิจดังกล่าวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย

5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของการจัดประชุมองค์กร (Product and Service Development)

การจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของ

จัดงานและผู้เข้าร่วมประชุม ตามกำหนดเวลา ผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอยู่เสมอ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ท ผู้ประกอบการสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดประชุม ผู้ประกอบการสถานที่จัดงานประชุม ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีระบบภาพและเสียง ผู้ประกอบการจัดเลี้ยง ผู้ประกอบการขนส่ง และผู้ประกอบการด้านความบันเทิง ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถความรวดเร็วในการตลาด ปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนการผลิต และการเปลี่ยนแปลงความต้องการที่ราบรื่น

6. การประสานงานโซ่อุปทานของการจัดประชุมองค์กร (Supply Chain Coordination)

การประสานงานของโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและพัฒนาคุณภาพของการจัดงานประชุมแบบมืออาชีพ ประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม ธุรกิจสถานที่จัดงานประชุม ธุรกิจการเดินทางและขนส่ง ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการจัดงานเลี้ยง ธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง รวมถึงผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบภาพ แสง และเสียง

7. ระบบภาพ เสียง และเทคโนโลยีในการจัดประชุมองค์กร (Audio Visual and Technology)

การจัดงานประชุมองค์กรต้องการผู้จัดงานมืออาชีพ ต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงระบบภาพ แสง และเสียงที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ประกอบด้วย 3 ระยะ ได้แก่ 1) ระยะก่อนการประชุม ควรร่วมกันพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์สำหรับการจองการประชุมแบบครบวงจร เช่น ห้องประชุม ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม การจัดเลี้ยง เป็นต้น พัฒนาเว็บไซต์สำหรับวางแผนการจัด

ประชุมในจังหวัดเชียงราย 2) ระหว่างการจัดงานประชุม จัดเตรียมและให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบการบันทึกและถ่ายทอดภาพและเสียง ระบบการถามตอบ อุปกรณ์สำหรับการแปลภาษาหรือเครื่องช่วยฟัง แผนที่และสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงเครื่องฉายเอกสารและพิมพ์งานแบบรวดเร็ว และ 3) ระยะหลังจากการประชุม ควรพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการจัดงานประชุม รวมถึงระบบจัดเก็บข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานประชุมรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับปรับปรุงและพัฒนาการจัดงานให้ตรงกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น

8. กลยุทธ์โซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Supply Chain Strategies of Business for Meetings)

อุตสาหกรรมการประชุมของโลกมีการเติบโตและแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากการจัดงานประชุมไม่เพียงแต่สร้างรายได้และกระจายรายได้เท่านั้น แต่ยังสร้างองค์ความรู้และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับเมืองปลายทางอีกด้วย ส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของประชาชนและเพิ่มคุณภาพของการบริการจัดประชุมที่ตรงกับความต้องการของผู้จัดงาน ดังนั้นการจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ควรจะเน้นย้ำถึงประสิทธิภาพของการผลิตหรือการเตรียมการจัดงานประชุม การให้บริการจัดประชุม และการส่งมอบบริการจัดประชุมสิ้นสุดลง บทความนี้จะนำเสนอกลยุทธ์โซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategies) กลยุทธ์ด้านการเงิน (Financial Strategies) กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี (Technology based Strategies) กลยุทธ์ด้านความสัมพันธ์ (Relationship based Strategies) และกลยุทธ์ระดับโลก (Global Strategies) ซึ่งมีรายละเอียดของกลยุทธ์ ดังนี้

8.1 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มุ่งเน้นการจัดการเวลาในการจัดงานประชุมองค์กร 3 ระยะ คือ ระยะเวลาพื้นฐาน ระยะเวลาการประสานงาน และการลดระยะเวลาของแต่ละกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์สำหรับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมประชุม โดยการรวบรวม จัดลำดับ และนำเสนอ ได้แก่ สายการบิน (12 สายการบิน) โรงแรมและรีสอร์ทที่มีห้องประชุมที่ผ่านมาตรฐานและรองรับการจัดงานประชุมองค์กร (17 แห่ง) บริษัทชั้นนำเที่ยวและบริษัทจัดการปลายทางที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (13 แห่ง) (กรมการท่องเที่ยว, 2561) บริษัทจัดงานอีเว้นท์มืออาชีพ (7 แห่ง) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ 121 แห่ง แบ่งออกเป็นเส้นทางท่องเที่ยว 3 เส้นทางหลัก 9 เส้นทางย่อย รวมถึงการพัฒนาผู้ให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมองค์กรมีประสิทธิภาพ

8.2 กลยุทธ์ด้านการเงิน เน้นการทำข้อตกลงและสัญญาทางการเงินร่วมกันของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับให้บริการจัดงานประชุมในจังหวัดเชียงราย เช่น ผู้ประกอบการจัดงานในท้องถิ่น (DMC) ผู้ประกอบการจัดงานอีเว้นท์มืออาชีพ (EMC) ผู้ประกอบการจัดการด้านการท่องเที่ยว (TMC) ผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel/ Resort) ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน (Airlines) ผู้ประกอบการสถานที่จัดงานประชุม (Venue) ผู้ประกอบการขนส่งและโลจิสติกส์ (Logistic) เนื่องด้วยการจัดงานประชุมอาจต้องทำการสำรองห้องพัก ห้องประชุม รถรับส่ง และตัวเครื่องบินจำนวนมาก เพื่อรองรับทั้งผู้จัดงานประชุมและผู้เข้าร่วมประชุมในแต่ละครั้ง ทำให้มีต้นทุนค่อนข้างสูงและอาจมีความไม่แน่นอนในการจัดงานประชุม ดังนั้นการทำข้อตกลงและความร่วมมือในการส่งต่อลูกค้าในลักษณะพึ่งพากัน ซึ่งกระบวนการทางธุรกิจการประชุมอาจจะสร้างผลประโยชน์ทางการเงินหรือผลประโยชน์อื่นที่ไม่ใช่ทางการเงิน

8.3 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี ธุรกิจการจัดประชุมสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงานหรือพัฒนาเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการจัดประชุม เช่น ระบบคอมพิวเตอร์สำหรับการจอง ระบบจำหน่ายตั๋ว ระบบการลงทะเบียน เทคโนโลยีการสื่อสารหรือการแปลภาษา เทคโนโลยีด้านการรักษาความปลอดภัย รวมถึงการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับการวางแผนจัดประชุมแบบครบวงจร นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจแล้วเทคโนโลยีสารสนเทศ ยังสามารถเพิ่มการประสานงานของกิจกรรมทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก รวมถึงสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจการจัดประชุมองค์กรและช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

8.4 กลยุทธ์ด้านความสัมพันธ์ เป็นกลยุทธ์สำหรับการทำงานร่วมกันของกลุ่มธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย เช่น โรงแรม รีสอร์ท สถานที่จัดงาน สายการบิน อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ผู้ผลิตและบริการของใช้อุปทานการประชุม เช่น DMC EMC TMC PCOs เป็นต้น ซึ่งผลกระทบจากการทำงานร่วมกันของกระบวนการในกลุ่มธุรกิจ ช่วยสร้างประโยชน์ทางการเงินและประโยชน์ที่ไม่ใช่การเงินจากความร่วมมือดังกล่าว รวมถึงความสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างความพึงพอใจและส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่าสำหรับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย

8.5 กลยุทธ์ระดับโลก เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานของการจัดงานประชุมระดับโลกเพื่อส่งเสริมให้เชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมองค์กรที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีความคุ้มค่ากับเงินที่ใช้ในการจัดงาน เช่น การเข้าสู่มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS) ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งหมดใน

โซ่อุปทานของการจัดประชุม อีกทั้งยังต้องอาศัยสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติจากหน่วยงานท้องถิ่นทุกระดับ รวมถึงการส่งเสริมจากองค์กรและสมาคมส่งเสริมการประชุมทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

อภิปรายผล

ในศตวรรษที่ 21 อุตสาหกรรมการประชุมของโลกมีแข่งขันกันอย่างรุนแรงและการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องด้วยการจัดงานประชุมของกลุ่มองค์กรเอกชน หน่วยงานภาครัฐและสมาคมในแต่ละครั้งมีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้จากการให้บริการและอำนวยความสะดวกในการจัดประชุม เช่น ค่าเช่าสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม และค่าของที่ระลึก เป็นต้น รวมถึงรายได้ของกลุ่มบริษัท Organiser, PCO, DMC, EMC, TMC เช่น ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ค่าบริการด้านการท่องเที่ยว ค่าการประสานงาน และค่าบริการโครงการ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558) ซึ่งการจัดงานประชุมองค์กรนั้นไม่เพียงแต่ช่วยสร้างรายได้และกระจายรายได้เท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของประชาชนและเพิ่มคุณภาพของการบริการจัดประชุมที่ตรงกับความต้องการของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับเมืองที่เป็นเจ้าภาพงานประชุมอีกด้วย ดังนั้นการจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ควรจะเน้นย้ำถึงประสิทธิภาพของการจัดงานตลอดกระบวนการตั้งแต่การเตรียมการจัดงานประชุม การดำเนินการให้บริการระหว่างการจัดงานประชุม และการส่งมอบบริการหลังจากการจัดประชุมสิ้นสุดลง (Zhang et al, 2009) ดังนั้นการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย ควรจะต้องพิจารณาถึงกระบวนการทางธุรกิจหลัก ได้แก่ การบริหารจัดการ

อุปสงค์ของการจัดประชุมองค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทจัดการปลายทางและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการอุปทานของการจัดประชุมองค์กร การบริหารจัดการสินค้าคงคลังของการจัดประชุมองค์กร การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของการจัดประชุมองค์กร การประสานงานโซ่อุปทานของการจัดประชุมองค์กร และระบบภาพ เสียง และเทคโนโลยีในการจัดประชุมองค์กร (Zhang et.al, 2009; Tigu and Călăretu, 2013) อย่างไรก็ตาม ตัวแบบการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานประชุมองค์กรจำเป็นต้องมีการวางแผนเป็นขั้นตอนแรกคือ กำหนดวัตถุประสงค์หลักของการจัดการเนื่องจากเป็นปัจจัยหลักให้เกิดการเชื่อมโยงโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กร จึงจำเป็นต้องระบุให้ชัดเจนเพื่อใช้เป็นกลไกในการสร้างความพึงพอใจของผู้จัดงานและผู้เข้าชม การจัดงานประชุมอย่างยั่งยืน ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการจัดงาน ความไม่แน่นอนของอุปสงค์ของการจัดงานประชุม และลดผลิตภัณฑ์และบริการที่คงคลังในการจัดงานประชุม สุดท้ายนี้การนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กรและกลยุทธ์โซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดเชียงราย โดยเป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปศึกษาต่อยอดในเชิงลึกทั้งในส่วนของการนโยบายจัดทำแผนดำเนินงานและนำไปสู่การปฏิบัติในพื้นที่ โดยไม่ได้จำกัดแนวคิดเฉพาะประเด็นและกลยุทธ์ตามที่ได้นำเสนอในบทความนี้

สรุปผล

บทความนี้เสนอตัวแบบการจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ประกอบด้วย การการประชุมของกลุ่มบริษัทเอกชน การประชุมของกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และการประชุมสมาคมต่าง ๆ ที่อาจจัดขึ้นทุกปีหรือสองปี โดยหมุนเวียนประเทศเจ้าภาพซึ่งประเด็นในการจัดการโซ่อุปทานการจัดประชุม

องค์กรนั้นมีความแตกต่างกับการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าอาจจะมีบางส่วนหรือบางประเด็นที่ซ้อนทับกันอยู่และต้องการความร่วมมือและการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มธุรกิจบริการจัดประชุมองค์กร และธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท สายการบิน ร้านอาหาร และธุรกิจการขนส่ง เป็นต้น แต่การประชุมองค์กรมีธุรกิจที่อยู่ในโซ่อุปทานเพิ่มขึ้น เช่น บริษัท Organiser บริษัทจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพ (PCO) บริษัทจัดงานภายในท้องถิ่น (DMC) บริษัทจัดงานอีเวนต์มืออาชีพ (EMC) และบริษัทให้เช่าอุปกรณ์ระบบภาพ แสงและเสียง เป็นต้น ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานและการจัดการมีประสิทธิภาพ ส่วนกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร มุ่งสร้างความร่วม

มือระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจัดงานประชุมที่อยู่ในโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดประชุมและกิจกรรมนอกเหนือจากประชุม เพื่อให้เชิงรายเป็นปลายของการจัดประชุมที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมประชุม ดังนั้นกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ควรจะสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีความคุ้มค่ากับเงินที่ใช้จ่ายในการจัดงาน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในโซ่อุปทานของการจัดประชุมองค์กร รวมถึงการสนับสนุนและขับเคลื่อนร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นทุกระดับ อีกทั้งการส่งเสริมจากองค์กรและสมาคมที่เกี่ยวข้องการจัดประชุมทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศด้วย

References

- Airports of Thailand PLC. (AOT). (2018). *Air Transport Statistic 2017*. Bangkok: Airports of Thailand Public Limited Company. [In Thai]
- Chantavanich, S. (2018). *Quantitative Research Methods*. Bangkok: Chulalongkorn Press. [In Thai]
- Chiang Rai Provincial Administrative Organization (2017). *Chiang Rai's Tourism Integrated Master Plan*. Chiang Rai: Chiang Rai Provincial Administrative. [In Thai]
- Chiang Rai Municipality. (2017). *Chiang Rai got the World Smart Cities Awards 2017*. Chiang Rai: Chiang Rai Municipality. [In Thai]
- Chiang Rai Provincial Office. (2017). *Chiang Rai's 4-Year Development Plan (2017-2020)*. Chiang Rai: Chiang Rai Provincial Office. [In Thai]
- Chiang Rai Public Relations Office. (2017). *Chiang Rai leading MICE city*. Chiang Rai: Chiang Rai Public Relations Office. [In Thai]
- Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI). (2015). *CBI Product Factsheet: MICE from the EU*. Hague: CBI Ministry of Foreign Affair.
- Department of Environment Quality Promotion. (2017). *The 8th East Asia Summit High-Level Seminar on Sustainable Cities*. Bangkok: Department of Environment Quality Promotion. [In Thai]
- Department of Tourism. (2015). *The 2015 List of Certified Thailand Tourism Standard Companies*. Bangkok: Department of Tourism. [In Thai]

- International Congress and Convention Association (ICCA). (2018). *ICCA Statistics Report Country & City Rankings Public Abstract*. Amsterdam: International Congress and Convention Association (ICCA).
- Pothisita, C. (2016). *Art and Science of Qualitative Research*. Bangkok: Amarin Printing Press.
- Seri Wongmonta & Wichayanon Phorkha. (2017). An Approach for Enhancing Thailand's Potential to Be a MICE Destination City. *Journal of Humanities*, 39(1), 96-112. [In Thai]
- Singapore Tourism Board. (2013). *Sustainability Guidelines for the Singapore MICE Industry*. Singapore: Singapore Tourism Board.
- Techathawiwat, W. (2012). The Supply Chain Management for Technical Services of Medical School Libraries. *Library Science Journal*, 32(2), 1-24. [In Thai]
- Tigu, G. & Căläretu, B. (2013). Supply Chain Management Performance in Tourism Continental Hotel Chain Case. *Supply Chain Management*, 33(15), 103-115.
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB). (2015). *Introduction to MICE Industry*. Bangkok: Thailand Convention Exhibition Bureau.
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB). (2015). *Thailand's MICE Industry Report*. Bangkok: Thailand Convention & Exhibition Bureau. [In Thai]
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB). (2016). *The 20-year Master Plan B.E. 2560-2579*. Bangkok: Thailand Convention & Exhibition Bureau. [In Thai]
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB). (2017). *MICE Statistics. 2016*. Bangkok: Thailand Convention & Exhibition Bureau. [In Thai]
- Thailand Convention Exhibition Bureau (TCEB). (2016). *Thailand MICE Venue Standard (TMVS) 2nd edition directory 2015-2017/2016-2018, Category: meeting room*. Bangkok: Thailand Convention Exhibition Bureau (TCEB).
- Tourism Authority of Thailand. (2018). *Green Service: Green Hotel*. Retrieved 13.11.2018, from (https://7greens.tourismthailand.org/green_service/list_all.html?region_id=1&destination_id=102&keyword=&type=hotel).
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G.Q. (2009) Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30 (2009), 345-358.

แนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบระดับปริญญาตรี 2 ปริญญา หลักสูตรการจัดการ การท่องเที่ยว (นานาชาติ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

A GUIDELINE OF DUAL BACHELOR'S DEGREE PROGRAM IN TOURISM MANAGEMENT INTERNATIONAL PROGRAM RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY LANNA CHIANG MAI

นวรรตน์ พรหมอุปถัมภ์
Navarat Phormupatham

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
Rajamangala University of Technology Lanna, Muang District, Chiang Mai Province

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบปริญญาตรี 2 ปริญญา หลักสูตรการจัดการ
การท่องเที่ยว (นานาชาติ) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของนักศึกษาชาวต่าง
ชาติในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว(หลักสูตรนานาชาติ และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการ
จัดการเรียนการสอนหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ) แบบควบระดับปริญญาตรี 2 ปริญญา
การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าเอกสาร
(Documentary Analysis) ประกอบการกับสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews) ซึ่ง
ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักศึกษาชาวต่างชาติ จำนวน 7 คน และนำผลการศึกษาวิจัยมา
ถอดคำสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) หาความต้องการ
เข้าศึกษาต่อหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว (นานาชาติ) ประกอบการกับการศึกษาเอกสารเพื่อศึกษาแนวทาง
การจัดการศึกษาแบบควบปริญญาตรี 2 ปริญญา

คำสำคัญ: หลักสูตรปริญญาตรีควบ 2 ปริญญา, การจัดการการท่องเที่ยว, หลักสูตรนานาชาติ

Abstract

This research aims to study a guideline of the Dual Bachelor's Degree Program in Tourism Management (International Program). The objectives of this research are as follows: 1) To study the needs of international students to attend the Tourism Management International Program and 2) To explore the teaching and learning management curriculum for the Dual Bachelor's Degree Program in Tourism Management (International Program). A qualitative research is considered the most appropriate research methodology to achieve the aim and

objectives of the research. The methods used in this research were documentary analysis and semi-structured interviews. The participants in this study are international students who were studying in Tourism and Hospitality Program. A thematic analysis was a method for identifying and analyzing patterns of meaning in a dataset. The result from this study will be used to be guideline of Dual Bachelor's Degree Program in Tourism Management International Program Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Mai.

Keyword: Dual Bachelor's Degree Program, Tourism Management, International Program

บทนำ

ผลการพัฒนาการศึกษาไทยที่ผ่านมา ความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียนเทียบกับนานาประเทศทั่วโลกและในอาเซียน ประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำ ทักษะด้านภาษาของแรงงานที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการมีแนวโน้มลดลง ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขันซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการศึกษาภายใต้แผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579) ที่เน้นการผลิตและสร้างกำลังคน การวิจัย และนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 2 นี้ มีเป้าหมายที่เน้นให้สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่จัดการศึกษาผลิตบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นเลิศเฉพาะด้านในสาขาที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น ร้อยละของสถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษารูปแบบทวิภาคี สหกิจศึกษา หลักสูตรโรงเรียนในโรงงานตามมาตรฐานที่กำหนดเพิ่มขึ้น มีจำนวนหลักสูตรของสถานศึกษาที่จัดการศึกษาทวิภาคี (Dual Degree) เพิ่มขึ้น ร้อยละของภาคีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน สถานประกอบการ สมาคมวิชาชีพและหน่วยงานที่จัดการศึกษาเพิ่มขึ้นส่งผลให้การพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งอนาคต

จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตบัณฑิตและสร้างต้นแบบของหลักสูตรการเรียนการสอน โครงสร้างหลักสูตร และกระบวนการเรียนการสอนที่เน้นการสร้างประสบการณ์เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติในสภาพจริง เพื่อสร้างให้ผู้เรียนมีสมรรถนะและศักยภาพสูง สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนามีนโยบายในการพัฒนาไปสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำ ด้านการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ (Hands-on) ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ ดังนั้น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในประเทศกลุ่มอาเซียน จำนวนมากกว่า 10 ประเทศ รวม 41 สถาบัน ที่เน้นการผลิตนักปฏิบัติ โดยการทำความตกลงร่วมมือในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความร่วมมือทางวิชาการและกิจกรรมร่วมกันได้ อย่างไรก็ตาม หลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการที่เปิดสอนในปัจจุบันเป็นหลักสูตรภาษาไทย ซึ่งเป็นอุปสรรคในการรับนักศึกษาชาวต่างชาติที่ต้องการเดินทางมาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เทียบโอนหน่วยกิตในรายวิชาตลอดจนการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี หลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการจึงได้พัฒนาหลักสูตรนานาชาติที่มีความแตกต่างจากหลักสูตรภาษาไทย โดยการพัฒนาหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว (นานาชาติ) ขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับความร่วมมือด้านวิชาการกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ สามารถรับนักศึกษาแลกเปลี่ยน

เปลี่ยนชาวต่างชาติเข้าเรียนได้ ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว (นานาชาติ) ให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักศึกษาชาวต่างชาติในการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว(หลักสูตรนานาชาติ)
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ) แบบครบระดับปริญญาตรี 2 ปริญญา

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรนานาชาติ

หลักสูตรนานาชาติ หมายถึง หลักสูตรที่ต้องมีนักศึกษาชาวต่างประเทศเข้าร่วมศึกษาด้วย เพื่อมุ่งหวังให้มีการแลกเปลี่ยนทัศนคติ วัฒนธรรม และความคิดเห็นร่วมกันระหว่างนักศึกษาชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งนี้ หลักสูตรนานาชาติต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในการสอน เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้หลักสูตร เนื่องจาก ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่เอื้อประโยชน์ต่อการเรียนการสอนในหลักสูตรที่มีความร่วมมือด้านวิชาการระหว่างประเทศ (วัลภา ลิ้มสกุล, 2553)

หลักสูตรนานาชาติ คือ หลักสูตรที่มีองค์ความรู้และเนื้อหาสาระที่มีโครงสร้างกระบวนวิชา และวิธีการสอนที่มีเนื้อหาที่ได้มาตรฐานสากล มีลักษณะนานาชาติศึกษา เปิดโอกาสให้นักศึกษาทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้ใช้ภาษาที่นอกเหนือจากภาษาไทยเป็นสื่อในการเรียนการสอน (กาญจนา สมมิตร, 2554: จริญญา เทพพรปัญญากิจ, 2556 และภูวนิดา นวลสกุล, 2561) โดยหลักสูตรนานาชาติมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เป็นหลักสูตรที่เปิดโอกาสให้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าศึกษา

2. เนื้อหาของหลักสูตรต้องมีความเป็นนานาชาติ

3. อาจารย์ผู้สอนต้องมีประสบการณ์ในเนื้อหาวิชาที่สอนและมีความรู้ด้านภาษาสากลที่ใช้สอนอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

4. อุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ตำราเรียน สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ และสิ่งสนับสนุนอื่นๆที่เกี่ยวข้องต้องมีความทันสมัย และเอื้อให้นักศึกษาสามารถใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด

5. เป็นหลักสูตรที่มีกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความเป็นนานาชาติ เช่น กิจกรรมแลกเปลี่ยนนักศึกษาและนักวิชาการ รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมระหว่างประเทศ

6. มีความร่วมมือทางด้านวิชาการกับสถาบันในต่างประเทศ

ภูวนิดา นวลสกุล (2561) กล่าวถึง รูปแบบการจัดการศึกษาหลักสูตรนานาชาติว่า สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การแลกเปลี่ยนอาจารย์และนักศึกษาโดยการเทียบโอนหน่วยกิต การให้ปริญญาระหว่างสถาบัน (Joint Degree Program) และการร่วมมือกับต่างประเทศในรูปแบบอื่นๆ (Joint Venture)

แนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบระดับปริญญาตรี 2 ปริญญา

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2552) ได้จัดทำแนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบระดับปริญญาตรี 2 ปริญญาในสถาบันอุดมศึกษาไทย เพื่อส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถจัดการศึกษาได้หลากหลาย ทันสมัย มีมาตรฐานและคุณภาพ การศึกษาที่ควบคู่ระหว่างความก้าวหน้าด้านวิชาการและวิชาชีพ เปิดโอกาสให้ผู้ศึกษาได้ศึกษาใน 2 หลักสูตรที่แตกต่างกัน แต่มีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกันในระยะเวลาดียวกัน โดยได้กำหนดแนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี 2 ปริญญา ไว้ดังต่อไปนี้

1. หลักสูตรควบระดับปริญญาตรี 2 ปริญญา (Dual Bachelor's Degree Program) หมายถึง หลักสูตรระดับปริญญาตรีสองหลักสูตรที่ให้ผู้เรียน ศึกษาพร้อมกัน โดยผู้สำเร็จการศึกษาจะได้รับปริญญา จากทั้งสองหลักสูตร

2. ประสิทธิภาพและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ระบบการจัดการศึกษา การคิดหน่วยกิต โครงสร้าง หลักสูตร การรับและเทียบโอนหน่วยกิต จำนวนและ คุณสมบัติของอาจารย์ประจำหลักสูตร คุณสมบัติของผู้ เข้าศึกษา การลงทะเบียนเรียน ระยะเวลาการศึกษา เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา การกำหนดชื่อปริญญา การประกันคุณภาพของหลักสูตร และการพัฒนา หลักสูตร ให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 ลงวันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 และหลัก เกณฑ์หรือแนวทางที่เกี่ยวข้อง

3. หลักสูตรที่จะนำมาจัดการศึกษาแบบควบ ระดับปริญญาตรี 2 ปริญญา ต้องเป็นหลักสูตรที่ สถาบันเปิดสอนแยกเป็นสองหลักสูตร

4. สถาบันอุดมศึกษาที่จัดการศึกษา หลักสูตร 2 ปริญญา ต้องกำหนดวิชาที่สามารถเรียน ร่วมกันได้ และวิชาเฉพาะที่ต้องการให้ศึกษาจากทั้ง สองหลักสูตรให้ชัดเจนทั้งจำนวนวิชาและจำนวน หน่วยกิต

5. ผู้เข้าศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนตาม แผนการศึกษาที่กำหนดไว้ในแต่ละหลักสูตรซึ่งอาจ เป็นแผนการศึกษาที่ศึกษาต่อเนื่องกันอย่างครบถ้วน

6. ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามแนวทาง ดังกล่าวได้ หรือมีความจำเป็นต้องปรับตินอกเหนือ จากที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ให้อยู่ในดุลยพินิจของ คณะกรรมการการอุดมศึกษาที่จะพิจารณา และให้ถือ คำวินิจฉัยของคณะกรรมการการอุดมศึกษานั้นเป็น ที่สุด

มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขา วิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553

กระทรวงศึกษาธิการ (2553) ได้กำหนดกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาให้สถาบันอุดมศึกษา ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการ โรงแรม เพื่อประโยชน์ในการรักษาคุณภาพและ มาตรฐานการศึกษาของสถาบันการศึกษาทุกแห่งให้มี มาตรฐานเทียบเคียงกันได้ทั้งในระดับชาติและระดับ สากล

สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม เป็น สาขาวิชาทางด้านสังคมศาสตร์ที่มีลักษณะสำคัญ คือ การ บูรณาการศาสตร์ต่างๆที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาเป็น หลักสูตรวิชาชีพที่ทันสมัย เน้นทั้งภาคทฤษฎีและภาค ปฏิบัติ สาขาวิชานี้ จึงมีศาสตร์ที่ครอบคลุมการ วางแผนและการพัฒนา การบริหาร การบริการ การ สื่อสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การวิจัย ภาษาต่างประเทศ กฎหมาย และการอนุรักษ์ความเป็น เอกลักษณ์ของชาติ การศึกษาสาขานี้ ผู้เรียนสามารถ ขยายองค์ความรู้ให้สูงขึ้นจนถึงระดับปริญญาเอกได้บัณฑิตในสาขานี้สามารถประกอบอาชีพในการให้ บริการ การปฏิบัติงานและการบริหารในหน่วยงานทั้ง ภาครัฐ และภาคเอกชนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจบริการอื่นๆ

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการ ศึกษาจากเอกสาร (Documentary Analysis) ประกอบการกับสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews) ซึ่งได้ทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักศึกษาชาวต่างชาติ ที่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจและศิลป-ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง คือ การเลือกสัมภาษณ์เฉพาะนักศึกษาต่างชาติที่ศึกษาในหลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ จำนวน 7 คน จากนักศึกษาต่างชาติทั้งหมด 17 คน ใช้เวลาการสัมภาษณ์นักศึกษาคนละ 30 นาที ดำเนินการสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงถอดคำสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) หาความต้องการเข้าศึกษาต่อหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว (นานาชาติ) ประกอบกับการศึกษาเอกสารเพื่อศึกษาแนวทางการจัดการศึกษาแบบควบปริญญาตรี 2 ปริญญา

ผลการวิจัย

1. รูปแบบการเรียนการสอนในประเทศไทยที่นักศึกษาชาวต่างชาติต้องการจะศึกษา คือ การเรียนการสอนในรูปแบบสลับกับการทำงาน (Work Integrated Learning) เนื่องจากได้ประสบการณ์ ความรู้ใหม่ๆ ได้เรียนรู้วิธีการรับมือสถานการณ์และอุปสรรคในการทำงาน ได้รู้จักการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น การพัฒนาหลักสูตรให้เป็นการเรียนการสอนเชิงบูรณาการ (Work Integrated Learning) ในประเทศไทย เป็นหลักสูตรที่มีความคล้ายคลึงกับการเรียนการสอนในประเทศของผู้ให้สัมภาษณ์ (สาธารณรัฐประชาชนจีน) ในความคิดเห็นของนักศึกษาชาวจีนนั้น ไม่แตกต่างจากการหลักสูตรที่ศึกษาอยู่มากนัก คือ การเรียนในชั้นเรียน สลับกับการฝึกงานซึ่งแบ่งออกได้หลายรูปแบบ เช่น การฝึกงานระยะสั้น 4-6 เดือน และการฝึกงานระยะยาว คือ 1 ปี โดยนักศึกษาชาวต่างชาติเชื่อมั่นว่าพวกเขาจะสามารถปรับตัวได้ง่าย และเชื่อมั่นว่าเป็นการออกแบบที่ดีเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เมื่อเรียนจบไปแล้วสามารถปฏิบัติงานได้จริง

2. นักศึกษาชาวต่างชาติมีความต้องการด้านรูปแบบการศึกษาแบบหลักสูตรปริญญาเดียว,

หลักสูตรควบ 2 ปริญญา, หลักสูตรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และหลักสูตรการฝึกงานเท่าเทียมกัน คือ นักศึกษาต่างชาติแสดงความคิดเห็นว่า ต้องการศึกษาระบบหลักสูตรปริญญาเดียว เพราะต้องการเรียนที่ไม่เคร่งเครียดจนเกินไป เปิดโอกาสให้การฝึกงานในระหว่างการเรียน ได้สัมผัสประสบการณ์ทำงานจริงเมื่อพบปัญหาจากการทำงานนักศึกษาสามารถนำปัญหามาใช้ในการวิเคราะห์ในชั้นเรียน เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาและเพิ่มทักษะที่เหมาะสมที่สามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้จริง ได้เรียนรู้การทำงานในวัฒนธรรมที่แตกต่าง อย่างไรก็ดี นักศึกษาบางส่วนมีความต้องการศึกษาในหลักสูตรที่เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ เพราะต้องการเปิดโลกทัศน์ใหม่ ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ทั้งยังมีความสนใจในหลักสูตรควบ 2 ปริญญาเนื่องจากใบปริญญาจาก 2 สถาบันเป็นสิ่งที่บ่งบอกคุณภาพของตนเอง เปิดโอกาสให้สามารถทำงานในระดับนานาชาติได้ในอนาคต

3. อาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการที่นักศึกษาชาวต่างชาติต้องการทำภายหลังสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรนานาชาติ ประกอบไปด้วย อาชีพมัคคุเทศก์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พนักงานภาคพื้นของสายการบิน เนื่องจากชอบการพบปะผู้คน และช่วยเหลือผู้อื่น และอาชีพผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากอาชีพนี้เป็นที่นิยมมากในประเทศของผู้ให้สัมภาษณ์

4. การจัดการเรียนการสอนที่นักศึกษาชาวต่างชาติต้องการ จากการสัมภาษณ์พบว่า นักศึกษาชาวต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการให้หลักสูตรนานาชาติใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก สามารถแต่งกายชุดลำลองเข้าชั้นเรียนได้ มีการเรียนการสอนที่ทันสมัย มีบรรยากาศห้องเรียนที่สนุกสนานส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียน มีอาจารย์ผู้สอนที่เป็นชาวต่างชาติ เรียนร่วมชั้นกับนักศึกษาชาวไทยและชาติอื่นๆ ที่หลากหลาย และมีวิชาที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างชาติได้เรียนภาษาและ

วัฒนธรรมไทย

5. นักศึกษาชาวต่างชาติมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกับนักศึกษาชาวไทย เช่น การจัด Tea Break หรือ Home Room เนื่องจากต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับชาวไทย มีการพบปะสังสรรค์และพูดคุยแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความคิด และเป็นการผ่อนคลายจากการเรียนในประเทศที่ไม่ใช่บ้านเกิดของตน

6. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในขณะที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า นักศึกษาชาวต่างชาติส่วนใหญ่ แบ่งออกเป็น 1) การปรับตัวเข้ากับผู้อื่น เนื่องจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้ช่วงแรกๆ นักศึกษาชาวต่างชาติมีเพื่อนคนไทยน้อย 2) ภาษา การเรียนรู้ภาษาไทยเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันมีความยาก โดยเฉพาะการเรียนในภาคเหนือ เนื่องจากเป็นภาษาไทยที่เป็นสำเนียงของภาคเหนือ ทำให้การเรียนรู้ภาษาไทยยากขึ้น 3) อาหาร นักศึกษาชาวต่างชาติหลายคนไม่เคยทานอาหารไทยมาก่อน และเมื่อเดินทางมาเรียนที่จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเรียนรู้การทานอาหารของภาคเหนือ ทำให้ช่วงแรกๆ ทานอาหารในท้องถิ่นได้ยาก 4) คาบเรียนของหลักสูตร ปัจจุบันเปิดโอกาสให้นักศึกษาชาวต่างชาติเข้าเรียนได้มีน้อย 5) การเดินทางในประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่มีความยากลำบาก เนื่องจากไม่มีรถโดยสารประจำทางที่ผ่านหน้ามหาวิทยาลัย ทำให้การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ มีความยากลำบาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการเรียนการสอนที่นักศึกษาต่างชาติส่วนมากต้องการคือ การเรียนสลับกับการทำงาน เนื่องจากได้ประสบการณ์และความรู้ใหม่ๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้จริง สอดคล้องกับแนวคิดจากงานวิจัยของ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี (2554) ว่า การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ช่วยให้นักศึกษามีโอกาสในการประยุกต์ความรู้ ทักษะการทำงาน และทักษะเฉพาะที่สัมพันธ์กับวิชาชีพได้

รู้จักชีวิตที่แท้จริงของการทำงานก่อนสำเร็จการศึกษา

2. นักศึกษาชาวต่างชาติมีความต้องการศึกษาในหลักสูตรนานาชาติในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นหลักสูตรปริญญาเดียว และหลักสูตรควบ 2 ปริญญา ซึ่งนักศึกษาวชาวต่างชาติมีความต้องการในระดับที่เท่าเทียมกัน รวมทั้งสนใจการจัดการศึกษาที่เปิดโอกาสให้มีการฝึกงานในสถานประกอบการควบคู่กับการเรียนในชั้นเรียน และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของประจวบ ไขยสาส์น (2542) ว่า รูปแบบการจัดการศึกษาหลักสูตรนานาชาติ สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การขอความช่วยเหลือจากต่างประเทศในด้านการพัฒนาหลักสูตรโดยการแลกเปลี่ยนอาจารย์และนักศึกษา การเทียบโอนหน่วยกิต การให้ปริญญาระหว่างสถาบัน (Joint Degree Program) และความร่วมมือด้านวิชาการกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ

3. การเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work Integrated Learning) เป็นรูปแบบเดียวการเรียนการสอนที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับระบบสหกิจศึกษา (Cooperative Study) ในประเทศไทย ตามที่สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2553) ให้คำอธิบายไว้ คือ หลักสูตรระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษามีกระบวนการคือ 1) เรียนทฤษฎีก่อนและฝึกปฏิบัติงานตามหลักสูตรที่กำหนด 2) ระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติงานเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตร 3) การประเมินผลการฝึกปฏิบัติร่วมกันระหว่างสถานศึกษากับสถานประกอบการ การพัฒนาหลักสูตรนานาชาติสามารถพัฒนาการเรียนการสอนนักศึกษาต่างชาติโดยใช้การสอนเชิงบูรณาการกับการทำงานได้

4. จากการศึกษาพบว่า รูปแบบหลักสูตรนานาชาติที่นักศึกษาชาวต่างชาติต้องการ สอดคล้องกับแนวความคิดของประจวบ ไขยสาส์น (2542) กล่าวว่า หลักสูตรนานาชาติควรมีเนื้อหาสาระ กิจกรรมที่

ครอบคลุมการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมืองของประเทศต่างๆ ซึ่งอาจศึกษาในลักษณะภูมิภาคศึกษา เช่น ไทยศึกษา เอเชียศึกษา ยุโรปศึกษา เป็นต้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี การพึ่งพาซึ่งกันและกัน การเปิดโลกทัศน์ให้กว้างสู่การเป็นประชาคมโลกที่ต้องมีการค้าขายแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ มีการถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยี

5. การพัฒนาหลักสูตรนานาชาติ ควรมีการจัดกิจกรรมทั้งในและนอกชั้นเรียนที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาชาวต่างชาติได้พบปะกับนักศึกษาชาวไทยในมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี ได้แลกเปลี่ยนแนวคิด และวัฒนธรรม ทั้งยังช่วยให้นักศึกษาชาวต่างชาติได้ผ่อนคลายความเครียดจากการเรียน ผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของเทียมรัตน์ คงทนต์ (2555) พบว่าความต้องการด้านจิตใจและสังคม (Psychological and Social Need) ความต้องการประเภทนี้ค่อนข้างสลับซับซ้อน และเกิดขึ้นจากสภาพสังคม วัฒนธรรม การเรียนรู้และประสบการณ์ที่มนุษย์นั้นได้เข้าเป็นสมาชิกอยู่ ความต้องการทางจิตใจในสังคมนี้แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล แต่ละสังคมและฐานะทางสังคมของบุคคล รวมทั้งเวลาและโอกาสที่แตกต่างออกไป

6. การพัฒนาหลักสูตรนานาชาติ นอกเหนือจากการเรียนการสอน ยังต้องคำนึงถึงการใช้ชีวิตประจำวันของนักศึกษา จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาชาวต่างชาติที่เดินทางมาศึกษาในประเทศไทย โดยเฉพาะที่จังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาและอุปสรรค ในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) การปรับตัวเข้ากับผู้อื่น 2) ภาษาและการสื่อสาร 3) อาหาร 4) คาบเรียน 5) การเดินทาง ผลจากวิจัยดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ

แพมลา วัฒนเสถียรสินธุ์ (2559) กล่าวว่า ผู้ส่งสารมีความรู้ ความเข้าใจและมีข้อมูลเกี่ยวกับสารไม่พอเพียงที่จะสื่อสาร ทำให้เกิดความผิดพลาด เกิดความลังเลไม่แน่ใจ หรือได้รับข้อมูลผิดๆไปโดยไม่รู้ตัว

สรุปผล

1. การจัดรูปแบบการเรียนการสอนหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว หลักสูตรนานาชาติ สามารถประยุกต์การเรียนการสอนเชิงบูรณาการร่วมกับการทำงาน (Work Integrated Learning) สำหรับกลุ่มนักศึกษาชาวต่างชาติได้

2. นักศึกษาชาวต่างชาติมีความต้องการศึกษาในหลักสูตรปริญญาที่หลากหลาย ทั้งหลักสูตรแบบปริญญาเดี่ยว ปริญญาตรีควบ 2 ปริญญา การแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมระหว่างการเรียน รวมทั้งการเทียบโอนหน่วยกิตกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ

3. หลักสูตรนานาชาติ ควรมีรูปแบบการเรียนการสอนที่ทันสมัย เนื้อหาหลักสูตรควรมีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ เปิดโอกาสให้นักศึกษาชาวต่างชาติได้ทำกิจกรรมต่างๆทั้งในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนร่วมกับนักศึกษาชาวไทย

4. นักศึกษาชาวต่างชาติ มีความกังวลเรื่องการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น มีปัญหาด้านภาษาและการสื่อสาร วัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่แตกต่าง การจัดตารางเรียนที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาชาวต่างชาติได้เข้าเรียนมีน้อย รวมทั้งการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่

References

- กาญจนา สมมิตร. (2554). *ความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในหลักสูตรนานาชาติของนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น. เชียงใหม่.
- เกษม เมฆินทรีย์. (2559). *ยุทธศาสตร์และการปฏิรูปสู่การเป็นไทยแลนด์ 4.0*. กระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพมหานคร
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2650). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564)*. สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก: กรุงเทพฯ
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี. (2554). *Work Integrated Learning: WiL*. งานบริการการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.wil.fiet.kmutt.ac.th>
- จรัญญา เทพพรบัญชากิจ. (2556). *แนวทางการบริหารจัดการหลักสูตรนานาชาติของมหาวิทยาลัยเอกชนไทย*. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. 23(2). 25-46.
- ธีระเกียรติ เจริญเศรษฐศิลป์. (2559). *การศึกษาไทย 4.0 ในบริบทการจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน*. ศูนย์ประชุมวายุภักษ์: กรุงเทพมหานคร
- ประจวบ ไชยสาส์น. (2542). *แนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรนานาชาติและหลักสูตรภาษาต่างประเทศของสถาบันการศึกษาเอกชน พ.ศ.2542*. ทบวงมหาวิทยาลัย: กรุงเทพมหานคร
- ภูษนิศา นวลสกุล. (2561). *แนวปฏิบัติสำหรับการศึกษานานาชาติ*. สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2561, <http://www.uba.ac.th>.
- วัลภา ลิ้มสกุล. (2553). *ความคาดหวังของนักศึกษาต่อหลักสูตรนานาชาติ บริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. งานวิจัย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการจัดการศึกษาหลักสูตรควบระดับปริญญาตรี 2 ปริญญาในสถาบันอุดมศึกษาไทย พ.ศ. 2552*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.mua.go.th/users/bhes/index.htm>.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2553). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก http://www.mua.go.th/users/tqf-hed/news/FilesNews/FilesNews6/tourism_m1.pdf.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2558). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.mua.go.th/users/hecommission/doc/law/ohec%20law/2558%20gradu%202558.PDF>.
- อลงกต ยะไวทย์. (2558). *หลักการและแนวคิดการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการเรียนรู้กับการทำงาน (Work Integrated Learning: WIL)*. สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.psu.ac.th/th/node/6835>.

การศึกษาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

A STUDY OF THE SERVICE QUALITY AT UDON THANI INTERNATIONAL AIRPORT

สายตา บุญโฉม¹ พรเทพินทร์ สุขแสงประสิทธิ์¹ วนิตา บุญโฉม¹

รัตนาวดี แสงมาลี¹ อภิญญา จิวยงเจริญ¹

Saita Boonchom¹ Porntepin Sooksangprasit¹ Vanita Boonchom¹

Rattanawadee Sangmalee¹ Apinya Jeawyongjareon²

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น¹

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น²

Corresponding author, E-mail : saita.bo@rmu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ด้านภูมิทัศน์บริการ ด้านพนักงานบริการ และด้านการบริการ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี ประชากรในการศึกษาคือผู้ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทั้ง 3 ด้านคือด้านภูมิทัศน์บริการ ด้านพนักงานบริการ และด้านบริการอยู่ในระดับมาก ส่วนแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการโดยการพัฒนาพื้นที่และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี ซึ่งจะกลายเป็นศูนย์กลางการบินและนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองและภูมิภาคต่อไป

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

ABSTRACT

This study aims at 1) examining the service quality at Udon Thani International Airport, Udon Thani province in regards with Landscape service, Personnel service, and General services 2) exploring measures for development of the service quality at Udon Thani International Airport. The population is passengers who visited Udon Thani airport, Udon Thani province. The 400 samples were selected and the analytical statistics comprise frequency, percentage, mean, and standard deviation were applied to data analysis. The main finding indicated that the overall service quality was perceived at high level. The three aspects of service quality: landscape services, personnel services, and general services, were perceived at high. More

specifically, the development of the service quality by improving the airport areas and applying modern technology in services, Udon Thani International Airport will be able to offer convenience of access to the airport which will become the aerotropolis that will in turns enhance economic development in city and region.

Keyword: Services Quality, Udon Thani International Airport

บทนำ

ท่าอากาศยานหรือสนามบิน ถือเป็นช่องทางในการคมนาคมและการขนส่งหลักที่มีความสำคัญยิ่งในการเดินทางระหว่างประเทศทางหนึ่ง ปัจจุบันปริมาณการใช้สนามบินมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นแบบก้าวกระโดดทั้งในเชิงจำนวนผู้โดยสารและการขนส่งสินค้าทางอากาศ ซึ่งมีผลทำให้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สำหรับมุมมองด้านเศรษฐกิจแล้ว อาจกล่าวได้ว่าสนามบินเป็นช่องทางหลักในการสร้างรายได้ให้กับประเทศช่องทางหนึ่งที่มีความสำคัญ ดังนั้นทุกประเทศจึงให้ความสำคัญในการพัฒนาสนามบินของตนเองให้ทันสมัยและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการเพื่อเพิ่มการสร้างรายได้ให้กับประเทศจากการให้บริการภายในสนามบิน ดังนั้น ประเทศต่าง ๆ ในโลกนี้ จึงตระหนักถึงการพัฒนาสนามบิน ไม่เฉพาะแต่ประเทศที่กำลังพัฒนา แต่รวมถึงประเทศที่พัฒนาแล้ว ต่างมีแผนในการพัฒนาระดับสนามบินให้ทันสมัย เพิ่มจำนวนสนามบินและขยายขีดความสามารถในการให้บริการแก่ผู้โดยสารและจำนวนเที่ยวบิน ความสะดวกสบายภายในสนามบินที่ทำให้ผู้โดยสารที่มาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจ การพัฒนาสนามบินให้มีแนวคิดแตกต่างจากสนามบินอื่น ๆ นอกเหนือจากความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมและความสวยงามของอาคารสนามบินแล้ว ด้านความปลอดภัยภายในสนามบินก็มีความสำคัญมากเช่นกัน ในโลกปัจจุบัน การให้บริการภายนอกที่เกี่ยวข้องกับสนามบิน เช่น การเดินทางเข้าถึงสนามบินได้อย่างรวดเร็วด้วย

ระบบขนส่งสาธารณะ หรือรถไฟฟ้า เพื่อเชื่อมต่อสนามบินกับเมือง ถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสนามบินด้วยเช่นกัน และการมองภาพในอนาคตสำหรับการให้บริการสนามบิน ยังเป็นมุมมองที่จะสร้างความได้เปรียบต่อสนามบินคู่แข่ง ดังนั้นสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถือเป็นความท้าทายของทุกประเทศที่จะต้องดำเนินการพัฒนาเพื่อเป็นสนามบินแห่งอนาคต (ประชาชาติธุรกิจ, 2561)

ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี เริ่มให้บริการเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ปี 2533 เป็นสนามบินขนาดใหญ่และเป็นจุดศูนย์กลางทางการเดินทางอากาศที่เชื่อมโยงไปยังภาคอื่น ๆ ของประเทศไทยรวมทั้งเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (พิไลลักษณ์ ภูศรีและคณะ, 2560) ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี เป็นท่าอากาศยานภายในประเทศ เป็นศูนย์กลางการบินของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจชายแดนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ตั้งอยู่ใกล้เขตเศรษฐกิจพิเศษอย่างจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพียง 50 กิโลเมตร ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จึงเป็นส่วนสำคัญของยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน ในปี พ.ศ. 2558 มีผู้ใช้บริการสนามบินจำนวน 2,213,689 คน ซึ่งมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย (ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี, 2559)

ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาคุณภาพบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี ในด้านภูมิทัศน์บริการ

ด้านพนักงานบริการ และด้านการบริการ ซึ่งผลการศึกษานี้ได้จากการคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

ทบทวนวรรณกรรม

การวัดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของท่าอากาศยานประกอบไปด้วยปัจจัยทั้งหมด 3 ปัจจัย (สวสดี วรรณรัตน์, 2558) ดังนี้คือ

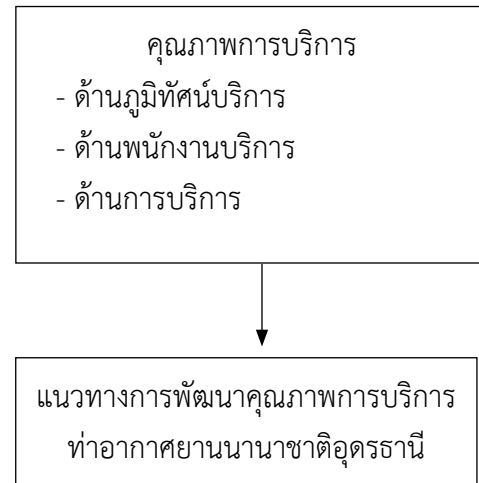
1) ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการลูกค้า เช่น อาคารสถานที่ ป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ การจัดวางผังที่เหมาะสม ความปลอดภัย การใช้งานของอุปกรณ์ต่าง ๆ

2) พนักงานบริการ (Service personnel) กล่าวถึงทัศนคติของพนักงานที่ให้บริการ ความเอาใจใส่ของพนักงาน ทักษะความรู้ความสามารถของพนักงาน ความกระตือรือร้นในการช่วยแก้ไขปัญหา

3) การบริการ (Service) กล่าวถึง การบริการหรือสถานที่ที่จัดสำหรับให้ผู้โดยสารที่มีเวลาว่างจากการรอการทำการกิจกรรมให้ได้มีเวลาพักผ่อนหรือเกิดความรู้ที่ดีและประทับใจ เช่น การมีที่นั่งที่ สะดวกและเพียงพอ การมีร้านอาหารและร้านค้าที่มีความหลากหลาย มีการตกแต่งอาคารสถานที่ที่เหมาะสม

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดของ สวสดี วรรณรัตน์ (2558) ศึกษาคุณภาพการบริการ 3 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จำนวน 2,213,689 คน (ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี, 2559)

กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ Taro Yamane เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้มีค่าเท่ากับ 95% ดังนั้นสูตรที่ใช้ในครั้งนี้คือ

$$n = \frac{N}{1 + N^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนผู้โดยสาร ปี 2558 จำนวน 2,213,689 คน

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.05

$$n = \frac{2,213,689}{1 + 2,213,689(0.05^2)}$$

$$n = 399.9$$

$$n = 400$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ มีคำถามจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย ด้านภูมิทัศน์บริการ จำนวน 5 ข้อ ด้านพนักงานบริการ จำนวน 5 ข้อ และด้านการบริการ 5 ข้อ ซึ่งปัจจัยทุกด้านมีเกณฑ์การให้น้ำหนักตามวิธีของลิเคิร์ท(Likert) โดยกำหนดคะแนนไว้ 5 ระดับดังนี้

ค่าระดับคะแนนความคิดเห็น	ความหมาย
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

(บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
4.51 - 5.00	มากที่สุด
3.51 - 4.50	มาก
2.51 - 3.50	ปานกลาง
1.51 - 2.50	น้อย
1.00 - 1.50	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพการบริการ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปหาความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ให้บริการสนามบินนานาชาติอุดรธานี จำนวน 30 คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.85 และแต่ละข้ออยู่ในช่วงระหว่าง 0.7-0.9 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.50 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.75 เท่ากัน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 50.50 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 26.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 32.50 มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ร้อยละ 36.00 จำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 36.50

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยภาพรวม

คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านภูมิทัศน์บริการ	3.79	.732	มาก
2. ด้านพนักงานบริการ	3.80	.857	มาก
3. ด้านบริการ	3.68	.803	มาก
รวม	3.76	.924	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ดังนี้ ด้านพนักงานบริการ ($\bar{x}$ = 3.80) ด้านภูมิทัศน์บริการ ($\bar{x}$ = 3.79) และด้านการบริการ ($\bar{x}$ = 3.68)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านภูมิทัศน์บริการ

คุณภาพการบริการด้านภูมิทัศน์บริการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์แสดงของอาคารสถานที่	3.79	.849	มาก
2. ความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์นำทาง	3.83	.874	มาก
3. ความปลอดภัยของการใช้อาคารสถานที่	3.93	.817	มาก
4. การจัดวางผังของท่าอากาศยาน	3.72	.863	มาก
5. สิ่งอำนวยความสะดวกสบายในตัวอาคาร	3.67	.899	มาก
รวม	3.79	.732	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติ

อุดรธานี ด้านภูมิทัศน์บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.79) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความปลอดภัยของการใช้อาคารสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 3.93) รองลงมาคือความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์นำทาง ($\bar{x}$ = 3.83) และความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์แสดงของอาคารที่ ($\bar{x}$ = 3.76) การจัดวางผังของท่าอากาศยาน ($\bar{x}$ = 3.72) และสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในตัวอาคาร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}$ = 3.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านพนักงานบริการ

คุณภาพการบริการด้านพนักงานบริการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. สามารถให้คำแนะนำและตอบปัญหาอย่างชัดเจน	3.80	.960	มาก
2. มีจำนวนเพียงพอที่จะให้บริการทุกบริการ	3.67	.968	มาก
3. มีการดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.73	.999	มาก
4. มีความสุภาพ มารยาท และการแต่งกาย	3.94	.910	มาก
5. พนักงานมีความจริงใจ ความน่าเชื่อถือ	3.85	.950	มาก
รวม	3.80	.857	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านพนักงานบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.80) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสุภาพ มารยาท และการแต่งกายของพนักงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}$ = 3.94) รองลงมาคือพนักงานมีความจริงใจ ความน่าเชื่อถือ ($\bar{x}$ = 3.85) พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบปัญหาอย่างชัดเจน ($\bar{x}$ = 3.80) พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่

กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ ($\bar{x} = 3.73$) และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอที่จะให้บริการทุกบริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.67$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการบริการ

คุณภาพการบริการด้านการบริการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. การมีจุดที่พักผ่อนและเพียงพอ	3.67	.958	มาก
2. สถานที่มีความสะดวก	3.86	.892	มาก
3. การรักษาความปลอดภัย	3.85	.915	มาก
4. การตกแต่งอาคารสถานที่สวยงาม	3.56	.956	มาก
5. มีร้านอาหารและร้านค้าที่มีความหลากหลาย	3.46	1.013	ปานกลาง
รวม	3.68	0.803	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ สถานที่ที่มีความสะอาด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 3.86$) รองลงมาคือ การรักษาความปลอดภัย ($\bar{x} = 3.85$) การมีจุดพักที่สะดวกและเพียงพอ ($\bar{x} = 3.67$) มีการตกแต่งอาคารสถานที่สวยงาม ($\bar{x} = 3.56$) และมีร้านอาหารและร้านค้าที่มีความหลากหลาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.46$) ตามลำดับ

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี

สำหรับแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี ดังนี้

1. ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการสื่อสารและให้บริการที่รวดเร็ว
2. ควรเพิ่มทักษะด้านภาษาในการสื่อสารและด้านบริการ
3. ส่งเสริมให้พนักงานใส่ชุดผ้าท้องถิ่นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง
4. เพิ่มร้านอาหารนานาชาติ เพิ่มที่นั่งพักผ่อนโดยสาร รถเข็นสัมภาระ และควรมีรถชัตเตอร์รับส่งผู้โดยสารระหว่างสนามบินสู่ตัวเมือง
5. ปรับปรุงพื้นที่รอบๆ สนามบินให้มีความสวยงาม

อภิปรายผลการวิจัย

คุณภาพการบริการด้านภูมิทัศน์บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งประกอบด้วย ความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์แสดงของอาคารสถานที่ ความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์นำทาง ความปลอดภัยของการใช้อาคารสถานที่ การจัดวางผังของท่าอากาศยาน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตัวอาคาร สอดคล้องกับ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2552) ได้ศึกษาการวัดคุณภาพบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านภูมิทัศน์บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

คุณภาพการบริการด้านพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบปัญหาอย่างชัดเจน พนักงานมีจำนวนเพียงพอที่จะให้บริการทุกบริการ พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ ความสุภาพ มารยาท และการแต่งกายของพนักงาน พนักงานมีความจริงใจ ความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2552) ได้ศึกษาการวัดคุณภาพบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจของท่าอากาศยาน

สุวรรณภูมิโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านพนักงานบริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

คุณภาพการบริการด้านการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งประกอบด้วยการมีจุดพักที่สะดวกและเพียงพอ สถานที่มีความสะอาด การรักษาความปลอดภัย มีการตกแต่งอาคารสถานที่สวยงาม มีร้านอาหารและร้านค้าที่มีความหลากหลาย สอดคล้องกับ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2552) ได้ศึกษาการวัดคุณภาพบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ด้านด้านการบริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

สอดคล้องกับ เฉลิมพล กิจรุ่งเรือง (2553) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ พบว่าความพึงพอใจในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน เรียงลำดับ ดังนี้ ด้านร้านอาหารในอาคาร ด้านสถานที่จอดรถ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร ผู้โดยสาร และด้านการรักษาความปลอดภัยและตรวจคนเข้าเมือง และวิณรัตน์ ภูวพัฒน์ชัยกิจ(2559) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยคุณภาพการให้บริการในด้านความเชื่อถือด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ และด้านความเป็นธรรมอยู่ในระดับ

มาก ส่วนกรณีกันแก้ว (2558) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการท่าอากาศยานจากมุมมองผู้โดยสาร : กรณีศึกษาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยในการบริการอยู่ในระดับความสำคัญ ปัจจัยที่ควรได้รับการปรับปรุงเร่งด่วนคือ การบริการอินเทอร์เน็ต/การเชื่อมต่อไร้สายและความง่ายต่อการหาสถานที่ต่างๆภายในอาคาร ผู้โดยสารและระยะทางเดินภายในอาคาร สำหรับข้อเสนอแนะท่าอากาศยานควรควรมีการปรับปรุงปัจจัยในการบริการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมทั้งบุคลากรและเทคโนโลยี

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาคูณภาพการบริการโลจิสติกส์ของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านภูมิทัศน์บริการ ด้านพนักงานบริการ และด้านการบริการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ส่วนแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ควรพัฒนาพื้นที่และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงท่าอากาศยานจะกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับดึงดูดการจัดประชุมสัมมนาในเชิงธุรกิจ งานแสดงสินค้า การท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาท่าอากาศยานไปสู่พื้นที่มีศักยภาพทางธุรกิจโดยรอบสนามบิน เป็นเมืองศูนย์กลางการบิน (Aerotropolis) ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองและภูมิภาคต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางอากาศ. (2559). โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ. ค้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2559 จาก <http://www.airandspaceclub.com/forum/index.php?topic>
- กรรณภัทร กันแก้ว. (2558). คุณภาพการบริการท่าอากาศยานจากมุมมองผู้โดยสาร : กรณีศึกษาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. วารสารวิจัย มสธ SDU Research Journal. 11(3) : 83-96
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมพล กิจรุ่งเรือง. (2553). ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. ภาคนิพนธ์สาขาวิชาการบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี. (2558). สถิติข้อมูลจำนวนผู้โดยสาร. ค้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2559 จาก <http://th.m.wikipedia.org/wiki/ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). สนามบินแห่งอนาคต. ค้นเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <http://www.prachachat.net/columns/new-165401>
- พิไลลักษณ์ ภูศรี และช่อ วายุภักตร์. (2560). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศ กรณีศึกษาสายการบินเอ บี ซี และดี ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี
- วินารัตน์ ภูพัฒน์ชัยกิจ. (2559). คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สวัสดี วรรณรัตน์. (2552). การวัดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง. ในการประชุมทางวิชาการครั้งที่ 53 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ (น. 586-593). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Yamane, T. (1973). Statistics, an Introductory Analysis. 3rd ed. New York: Harper and Row.

การพัฒนาบทเรียน โดยใช้แอปพลิเคชันของ Google คือ Google app for Education
เพื่อพัฒนาบทเรียนการสอนของวิชา Data Structure and Algorithm
DEVELOPING A LESSON USING GOOGLE APPLICATIONS A CASE STUDY DATA STRUCTURE
AND ALGORITHM

ปัทมากร เนตยวิจิตร
Pathamakorn Netayawijit

สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตขอนแก่น

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาบทเรียน โดยใช้แอปพลิเคชันของ Google คือ Google app for Education เพื่อพัฒนาบทเรียนการสอนของวิชา Data Structure and Algorithm โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินผลงานวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างของนักเรียนระดับปริญญาตรี สาขาวิชา ระบบสารสนเทศ ที่ลงทะเบียนในปีการศึกษาที่ 2/2560 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 73 คน

งานวิจัยเป็นลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในพัฒนาคือ Google App for Education การประเมินระบบทำเป็นลักษณะแบบประเมินออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วย โปรแกรม SPSS Version 23 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการศึกษาพบว่า การประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการพัฒนาบทเรียน นั้น ผลการประเมินสรุปได้ดังนี้ 1) ด้านประสิทธิภาพความพึงพอใจด้านการเรียนรู้ จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือระบบช่วยส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ($\bar{x}=4.48$, S.D.=603) 2) ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือสีของเมนูสบายตา ($\bar{x}=4.31$, S.D.=.664) 3) ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของโปรแกรม/ระบบ พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ ($\bar{x}=4.30$, S.D.=.725) 4) ด้านข้อมูลผู้เรียน พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือแบบทดสอบออนไลน์ ($\bar{x}=4.39$, S.D.=.819) 5) ด้านแบบทดสอบออนไลน์ พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือการแสดงผลคะแนนรวมหลังแบบทดสอบ ($\bar{x}=4.33$, S.D.=.737) และด้านภาพรวม พบว่าจากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญอันดับแรก คือแบบทดสอบออนไลน์ ($\bar{x}=4.38$, .817) ลำดับถัดมาคือภาพโดยรวมของเครื่องมือ ($\bar{x}=4.37$, S.D.=741) และอันดับสุดท้ายคือด้านประสิทธิภาพความพึงพอใจการเรียนรู้ ($\bar{x}=4.30$, S.D.=.663)

คำสำคัญ : บทเรียน และGoogle app for Education

ABSTRACT

This study aims to develop the lesson. The Google app for Education is used to develop the teaching of data structure and algorithm by collecting data and evaluating the research. From the sample of undergraduate students. Information Systems Attended 73 students in the academic year 2/2560. Research is a quantitative research. The development tool is Google App for Education. The data obtained from the questionnaire were analyzed by SPSS Version 23. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. The results showed that. Assessment of students' satisfaction toward the development of the lesson. The results are as follows: 1) Efficiency, Learning Satisfaction The population is important. The first is self-help learning ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = .603) 2) The user interface found. The population is important. First, the colors of Maine looked good ($\bar{x}$ = 4.31, S.D. = .664) 3) The efficiency and benefits of the program / system were significant. First, the speed of response ($\bar{x}$ = 4.30, S.D. = .725). 4) The data of the learners showed that the population is important. The first is the online quiz ($\bar{x}$ = 4.39, S.D. = .819). 5) The online quizzes show that the population is important. First, the total score was displayed after the test ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = .737). It is the first priority of the population. The online test ($\bar{x}$ = 4.38, .817) was followed by the overall picture of the instrument ($\bar{x}$ = 4.37, S.D. = .741) and the last was the learning satisfaction ($\bar{x}$ = 4.30, S.D. = .663)

Keyword : lesson and Google App for Education

บทนำ

การจัดการศึกษาในปัจจุบัน จำเป็นต้องยึดแนวทางพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตามการดำเนินการจัดการศึกษาทั้งในปัจจุบันและในอนาคต คงปฏิเสธไม่ได้ถึงความจำเป็นต่อการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินการจัดการศึกษา ในการนี้คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติได้ตระหนักถึงประเด็นนี้ จึงได้นำเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาบรรจุลงไป พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติอย่างเน้นหนักและชัดเจน

การใช้เทคโนโลยีเพื่อศึกษานั้นหากขาดซึ่งนโยบายข้อบังคับหรือแนวทางการใช้แล้ว อาจจะทำให้เกิดการใช้อย่างหลงทิศหลงทาง การใช้อย่างฟุ่มเฟือย การใช้เพื่อเป็นเครื่องประดับของสถาบัน หากเกิดเช่นนี้แล้วจะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆเลย แต่กลับ

ทำให้ประเทศชาติสิ้นเปลืองงบประมาณไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

ในขณะเดียวกันแนวความคิดวิสัยทัศน์ของผู้บริหารประเทศ ผู้บริหารองค์กรสถาบันก็จำเป็นมากในการใช้ข้อมูลในส่วนดังกล่าว พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติจะเป็นเครื่องชี้ทางหรือตัวที่ให้คำตอบได้ดีที่สุด จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพ.ศ. 2542

หมวดที่ 9 เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา กล่าวในมาตรา 63 รัฐต้องจัดสรรคลื่นความถี่ สื่อตัวนำและโครงสร้างพื้นฐานอื่นที่จำเป็นต่อการส่ง วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรคมนาคม และการสื่อสารในรูปแบบอื่นเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมตามความจำเป็น

มาตรา 64 รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตและพัฒนาแบบเรียนตำรา หนังสือทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์อื่น วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาอื่น โดยเร่งรัดพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต จัดให้มีเงินสนับสนุนการผลิต และมีการให้แรงจูงใจแก่ผู้ผลิตและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ทั้งนี้ โดยเปิดให้มีการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม

จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ หมวดที่ 9 เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาข้างต้นนั้น เราสามารถแยกแยะได้เป็น 2 ประเด็นหลักๆคือ มาตรา 63 เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ Hardware และ มาตราที่ 64 เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ Software ซึ่งในส่วนของ มาตรา 64 นั้น ตามพระราชบัญญัติการศึกษา ต้องรัฐต้องจัดให้มีการสนับสนุนให้มีการสื่อเพื่อการเรียนการสอนที่น่าซอฟต์แวร์ทางคอมพิวเตอร์มาพัฒนา ใช้เป็นสื่อเพื่อพัฒนาในการเรียนการสอน

Google Apps for Education เป็นชุดซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกัน ผ่าน Google Apps เช่น Mail, Calendar, Docs, Drive, Site ฯลฯ เพื่อการสื่อสารกัน เหมาะสำหรับอาจารย์ นักศึกษา ภายใต้โดเมนของมหาวิทยาลัย ซึ่งทำให้เราได้สิทธิพิเศษเหนือคนนอกโดเมน ในการเข้าถึงข้อมูลบางอย่างที่จำกัดให้เฉพาะคน จึงสามารถมั่นใจได้ในความปลอดภัยของข้อมูล ความเสถียรภาพของระบบ และความรวดเร็วทันใจ

จากข้อมูลข้างต้น จึงเป็นผลทำให้ผู้วิจัยสนใจในการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนของนักศึกษา โดยนำเครื่องมือของ Google Apps for Education มาช่วยในการพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนและลดระยะเวลาในการจัดการข้อมูลลง รวมถึงช่วยในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องได้อย่างทันเวลา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อสร้างเครื่องมือในการเรียนการสอนในรายวิชา Data Structure and Algorithm

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อบทเรียน โดยการใช้ผ่าน Google App. For Education

ขอบเขตการวิจัย

การพัฒนาคoding โดยใช้อุปกรณ์ของ Google คือ Google app for Education เพื่อพัฒนาคodingการสอนของวิชา Data Structure and Algorithm เพื่อศึกษาถึงการเรียนการสอนโดยใช้ Application ของ Google และศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการใช้งานของบทเรียนดังกล่าวผ่านทางแอปพลิเคชันของ Google

วิธีดำเนินการศึกษา

ระยะที่ 1 กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิด ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และออกแบบการวิจัย

ระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ **การวิจัยเชิงปริมาณ** ได้ดำเนินการดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาระบบสารสนเทศ ที่ลงทะเบียนในปีการศึกษาที่ 2/2560 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 73 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยดังนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) และปลายเปิด (Open-end Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่มีทั้งหมด 6 ตอน

ตอนที่ 1 ด้านประสิทธิภาพความพึงพอใจการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย 1)การบรรลุเป้าหมายของการเรียน 2)ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง

3)แบบทดสอบ 4)การกระตือรือร้นต่อการเรียน 5)ช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้สอน 6)วัตถุประสงค์ของการเรียน 7)เวลาในการเรียน 8)การมีส่วนร่วมต่อการเรียน 9)การเพิ่มความสามารถต่อการเรียน 10)การติดตามเนื้อหาการเรียน 11)ความรับผิดชอบต่อการเรียน และ 12)การสร้างการเรียนรู้รูปแบบใหม่

ตอนที่ 2 ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้ ประกอบด้วย 1) การใช้งานของเมนู 2) การสื่อความหมายของเมนู 3)ความเหมาะสมของเมนู 4)การออกแบบสี 5)รูปแบบของไอคอนในการแสดง 6)ความง่ายต่อการใช้งาน 7)ขนาดของตัวอักษร แบบอักษร และ 8)การจัดวางรูปแบบในหน้าของห้องเรียน

ตอนที่ 3 ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์โดยรวมของโปรแกรม ประกอบด้วย 1)ความถูกต้องของการประมวลผล 2)ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ 3)ความเหมาะสมของขั้นตอนการทำงาน 4) การลดระยะเวลาในการเรียนรู้ 5)ความง่ายในการใช้งาน 6)ความปลอดภัย 7)การแจ้งเตือนมีการเปลี่ยนแปลง และ 8)การกำหนดสิทธิ์ในการใช้งาน

ตอนที่ 4 ด้านข้อมูลผู้เรียน ประกอบด้วย 1)การเข้าถึงการใช้งานระบบ 2)การสั่งงานของระบบ 3)ข่าวสาร และ 4)แบบทดสอบออนไลน์

ตอนที่ 5 แบบทดสอบการประเมินผล

ตอนที่ 6 ประเมินภาพรวมของระบบ ประกอบด้วย 1)การประเมินประสิทธิภาพความพึงพอใจการเรียนรู้ 2)ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้ 3)ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของโปรแกรม 4)ข้อมูลผู้เรียน และ 5)แบบทดสอบออนไลน์

ตอนที่ 7 แบบสอบถามแบบคำถามปลายเปิด (Open-end Questionnaire)

3. ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ร่างแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบแก้ไข ข้อเสนอแนะ

3.2 นำแบบสอบถาม มาปรับปรุงแก้ไข

ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบภาษา เนื้อหา และสถิติ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษารังนี้ไว้ ดังนี้คือ สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลของประสิทธิภาพความพึงพอใจด้านการเรียนรู้ พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือระบบช่วยส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ($\bar{x}= 4.48$, S.D.=603) อันดับถัดมาคือ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ผู้สอนได้ง่ายขึ้น ($\bar{x}=4.28$, S.D.=.826) และอันดับสุดท้ายคือทำให้มีความรับผิดชอบมากขึ้น เพราะต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ตลอดเวลา ($\bar{x}=4.22$, S.D.= .736)

2. จากการวิเคราะห์ข้อมูลของด้านส่วนติดต่อผู้ใช้พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือสีของเมนูสวยงามตา ($\bar{x}=4.31$, S.D.=.664) อันดับถัดมาคือ ความง่ายของการใช้งานระบบ ($\bar{x}=4.28$, S.D.=.736) และอันดับสุดท้ายคือขนาดของตัวอักษร รูปแบบตัวอักษร อ่านง่าย สวยงาม ($\bar{x}= 4.25$, S.D.= .645)

3. จากการวิเคราะห์ ข้อมูลของด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของโปรแกรม/ระบบ พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ ($\bar{x}=4.30$, S.D. =.725) อันดับถัดมาคือ ความถูกต้องของการประมวลผล ($\bar{x}=4.27$, S.D.=.675) และ ความปลอดภัยในการเข้าถึง ($\bar{x}=4.27$, S.D.=.716) และ

อันดับสุดท้ายคือโปรแกรมช่วยทำให้การเรียนรู้ลดระยะเวลาลง ($\bar{x}=4.25$, S.D.= .751) และการกำหนดสิทธิ์ในการใช้งาน ($\bar{x}=4.25$, S.D.=.751)

4. จากการวิเคราะห์ข้อมูลของด้านข้อมูลผู้เรียน พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญอันดับแรกคือแบบทดสอบออนไลน์ ($\bar{x}=4.39$, S.D.= .819) อันดับถัดมาคือ การประมวลผลแบบทดสอบ ($\bar{x}=4.38$, S.D.= .817) และอันดับสุดท้ายคือส่วนการส่งงาน ส่งการบ้าน ($\bar{x}=4.32$, S.D.= .671)

5. จากการวิเคราะห์ด้านภาพรวม พบว่าจากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญอันดับแรก คือแบบทดสอบออนไลน์ ($\bar{x}=4.38$, .817) ลำดับถัดมาคือภาพโดยรวมของเครื่องมือ ($\bar{x}=4.37$, .741) และอันดับสุดท้ายคือด้านประสิทธิภาพความพึงพอใจการเรียนรู้ ($\bar{x}=4.30$, .663)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาการพัฒนาบทเรียนโดยใช้ Google App. For Education กรณีศึกษา วิชา Data Structure And Algorithm พบว่า

1. ผู้วิจัยสามารถพัฒนาเครื่องมือช่วยในการเรียนการสอนผ่าน Google App for Education ได้ และทำการประเมินระบบการเรียนการสอนโดยใช้ข้อสอบออนไลน์

2. การประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อบทเรียน โดยการใช้ผ่าน Google App. For Education กรณีศึกษาวิชา Data Structure and Algorithm นั้น ผู้วิจัยทำการประเมินโดยแบ่งประเด็นการประเมินดังนี้

2.1 ด้านประสิทธิภาพความพึงพอใจด้านการเรียนรู้ จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือระบบช่วยส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ($\bar{x}= 4.48$, S.D.=603)

2.2 ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือสีของเมนู

สบายตา ($\bar{x}=4.31$, S.D.=.664)

2.3 ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของโปรแกรม/ระบบ พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ ($\bar{x}=4.30$, S.D.= .725)

2.4 ด้านข้อมูลผู้เรียน พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือแบบทดสอบออนไลน์ ($\bar{x}=4.39$, S.D.= .819)

2.5 ด้านแบบทดสอบออนไลน์ พบว่า จากกลุ่มประชากรให้ความสำคัญ อันดับแรกคือการแสดงผลคะแนนรวมหลังแบบทดสอบ ($\bar{x}=4.33$, S.D.= .737)

ซึ่งจากการประเมินผลการวิจัยโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของฉันททิพย์ ลีลิตธรรม. (2559) งานวิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนผ่านกูเกิลคราซุมของนักศึกษาวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี ในส่วนของการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการเพิ่มทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา และในส่วนของความปลอดภัยของผู้ใช้งานระบบ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้สอนต้องศึกษาขั้นตอนของการจัดการเรียนการสอน เพื่อพัฒนากิจกรรมในการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ผู้สอนควรจัดกิจกรรมที่ผู้เรียนสามารถกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ให้หลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนมีบทบาทในการช่วยจัดการเรียนการสอน

2. ผู้สอนควรเลือกหรือหาสื่อที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยทำเทคโนโลยีต่างๆที่มีอยู่ มาช่วยในการจัดการเรียนการสอนของผู้เรียน

3. ปัจจัยหนึ่งที่มีผลอย่างมากในการจัดการเรียนการสอนรูปแบบนี้คือเรื่องความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการทดสอบการใช้งานของระบบ

ผู้เรียนส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนตัว เพราะในส่วนของ Google App. นั้นมีการสนับสนุน การติดตั้งแอปพลิเคชันในส่วนของมือถือ เพื่อให้ สามารถจัดการกับการเรียนการสอนได้ทุกที่ทุกเวลา

4. นำไปประยุกต์ใช้งานกับรายวิชาอื่นๆ ที่ จำนวนนักศึกษาขนาดใหญ่ เพื่อทดสอบประสิทธิภาพ ของการใช้งานของระบบงาน

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ สืบสม.การพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ด้วยกา รบูรณาการการเรียนการสอนรายวิชาเทคโนโลยีมีลต์มีเดียผ่าน Google Classroom.สืบค้นจาก : apheit.bu.ac.th/journal/science.../12_15_flip%20class%20room_proof2_formatted.pdf. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561.
- ฉันททิพย์ ลีลิตธรรม.(2559).ความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนโดยผ่านกูเกิลคราสรูมของนักศึกษาวิทยาลัย พณิชยการธนบุรี.สืบค้นจาก : mct.rmutp.ac.th/jmct/wp-content/uploads/2017/05/Issue1-1_page20-25.pdf.ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2561
- ปัญชลี เวียงยั้ง.(2559).การพัฒนาบทเรียนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตการเขียนบทรายการวิทยุ นิสิตปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ โรฒ. สืบค้นจาก : thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Tech/Panchalee_W.pdf.ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2561.
- พรณี สวณพล.(2552).วงจการพัฒนากระบบ SDLC.(ออนไลน์).สืบค้นจาก : <http://taweerat.blogspot.com/2007/10/six-sigma.html>. ค้นเมื่อ 30 มกราคม 2561.
- พิเชษฐ ชาวสพุง.(2550).การออกแบบระบบ.สืบค้นจาก : <http://www.il.mahidol.ac.th/imedia/computer.html>. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561.
- ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา.(2559).คู่มือการใช้งาน Google Classroom.สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยรำไพพรรณี.สืบค้นจาก <https://docs.google.com/a/rbru.ac.th/viewer?a=v&pid=sites&srcid=cmJydS5hYy50aHxtYW51YWwtZ2FmZXxneDplYjE1OGJhYTZ-jNDg5MWY>.สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2561.
- เอกวิทย์ สิทธิวะ.(2555).คู่มือการใช้งาน Google Class room. <http://www.rbrugoogle.rbru.ac.th/google-apps-for-education/khumux-kar-chi-ngan-google-classroom-sahrab-phu-sxn>.คณะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2561.

การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์ A DEVELOPMENT OF SENIOR PROJECT TRACKING APPLICATION ON ANDRIOD

วิมลศรี เกตุโสภณ
WIMOLSREE GETSOPON

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 86 คน โดยใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวัดความพึงพอใจ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าระบบที่พัฒนาแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนเว็บแอปพลิเคชันสามารถจัดการข้อมูลพื้นฐานได้ และส่วนแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์ สามารถติดตามความก้าวหน้าโครงการ อนุมัติคำร้อง ยืนยันการนัดหมายได้ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=4.46$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน($SD=0.29$)

คำสำคัญ: ระบบติดตามโครงการ แอนดรอยด์แอปพลิเคชัน ระบบสารสนเทศ

Abstract

The objectives of the research were 1) to develop the senior project tracking application and 2) to evaluate the usage of satisfaction of the senior project tracking application. 86 samples were calculated by Krejcie & Morgan. The sample was selected by using purposive sampling. The senior project tracking application and The questionnaire were used as the tool in this research . A data was analyzed by using frequency , standard deviation

The result of this research were found that the senior project tracking application has 2 part as 1) web application for management basic data and 2) android application for tracking senior project. The result from the study of user's satisfaction towards the system was on the good level ($\bar{x}=4.46, SD=0.29$)

Keywords: Senior project tracking , Android application , Information System

บทนำ

สาขาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ได้เปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งในหลักสูตรมีรายวิชาโครงการ ที่นักศึกษาทุกคนจะต้องลงทะเบียนเรียน โดยรายวิชาโครงการวิจัยระดับปริญญาตรีจะเน้นให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง มีกระบวนการเรียนการสอนเริ่มจากนักศึกษาจะทำการศึกษาปัญหา ศึกษาความเป็นไปได้ และเสนอหัวข้อโครงการที่เกี่ยวข้องกับ ด้านการพัฒนาสาขาระบบสารสนเทศ ด้านการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการพัฒนาระบบฐานข้อมูล เป็นต้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการพิจารณาหัวข้อโครงการ วิเคราะห์และออกแบบระบบและรายงานความก้าวหน้าต่ออาจารย์ที่ปรึกษา สอบหัวข้อโครงการ กรรมการสอบหัวข้อโครงการประเมินผล นักศึกษาเริ่มพัฒนาระบบและรายงานความก้าวหน้าต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินการสอบความก้าวหน้า กรรมการสอบความก้าวหน้า ประเมินผล ขั้นตอนสุดท้ายนักศึกษาสอบป้องกันเมื่อดำเนินโครงการเสร็จสิ้น และจัดส่งเอกสารโครงการพร้อมไฟล์โครงการ ในรูปแบบเล่มปริญญานิพนธ์

การดำเนินการจัดทำโครงการตามกระบวนการข้างต้นนั้น จะพบว่านักศึกษาทำโครงการเสร็จสิ้นล่าช้า เนื่องจากหัวข้อโครงการที่นักศึกษาเสนอมานั้นซ้ำซ้อนกับหัวข้อโครงการในปีการศึกษาก่อนหน้าเป็นจำนวนมาก ทำให้เสียเวลาในการศึกษาปัญหาและหาหัวข้อโครงการใหม่ หรือความล่าช้าที่เกิดจากการรายงานความก้าวหน้า การปรับแก้ไขงานความล่าช้าที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารกันระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา การนัดหมายเพื่อเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา นอกจากนั้นแล้วในกระบวนการยื่นเสนอหัวข้อโครงการ การยื่นคำร้องขอสอบ การประเมินผลการสอบ ต้องดำเนินการผ่านเอกสารที่

เป็นกระดาษ ทำให้เกิดความสิ้นเปลือง ข้อมูลมีความเสี่ยงสูงที่จะสูญหาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดการพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษานบนแอนดรอยด์ โดยใช้เทคโนโลยีและประโยชน์ของสมาร์ตโฟนมาเป็นฐานในการพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษา อาจารย์ประจำวิชา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการและกรรมการสอบโครงการนักศึกษา สามารถบริหารจัดการโครงการนักศึกษา ติดตามและประเมินผลโครงการ และ การติดต่อสื่อสารกันระหว่างนักศึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษามีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และสามารถจัดเก็บฐานข้อมูลโครงการนักศึกษาให้เป็นระบบ สามารถสืบค้นแบบออนไลน์ และเพื่อให้การบริหารจัดการโครงการนักศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษานบนแอนดรอยด์
2. เพื่อหาประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษานบนแอนดรอยด์

ทบทวนวรรณกรรม

1. วงจรการพัฒนาระบบ
วงจรการพัฒนาระบบ(System Development Life Cycle : SDLC) เป็นการกำหนดขั้นตอนสำหรับการพัฒนาระบบ เหมาะกับการพัฒนาระบบขนาดใหญ่ มีความซับซ้อน โดยการดำเนินงานแต่ละระยะนั้นต้องเสร็จสมบูรณ์ก่อนจึงจะสามารถดำเนินงานในระยะถัดไปได้(Kushniruk,(2002)) วงจรการพัฒนาระบบมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ การกำหนดปัญหา(Problem Definition) การวิเคราะห์ระบบ(System Analysis) การออกแบบระบบ(System Design) การพัฒนา(Development) การทดสอบระบบ(System

Testing) การติดตั้ง(Implementation) และการบำรุงรักษา(Maintenance)

2. ระบบฐานข้อมูล

ฐานข้อมูล คือ กลุ่มข้อมูลที่ถูกนำมาเก็บรวบรวมไว้ในที่เดียวกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการและประมวลผลและเพื่อนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยกลุ่มผู้ใช้ตั้งแต่หนึ่งกลุ่มขึ้นไปซึ่งจะเป็นข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กัน ฐานข้อมูลจะเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยกัน โดยมีระบบจัดการฐานข้อมูล(Database Management System : DBMS) ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานและเป็นตัวกลางระหว่างผู้ใช้กับฐานข้อมูล มีพจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) ทำหน้าที่เก็บโครงสร้างของฐานข้อมูลไว้ ฐานข้อมูลที่ได้รับคามนิยมคือ ฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ที่จัดการกลุ่มข้อมูลเดียวกันในรูปของตาราง หรือเทเบิล (Table) แบบสองมิติ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลแต่ละแถวในแนวนอนที่เรียกว่า เรคคอร์ด (Record) และข้อมูลแต่ละคอลัมน์ในแนวตั้งที่เรียกว่าฟิลด์ (Field) ทำให้สามารถเชื่อมโยง หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มข้อมูลหรือตารางที่เกี่ยวข้องกันในฐานข้อมูลเดียวกันได้ง่าย

3. โมบายแอปพลิเคชัน

โมบายแอปพลิเคชัน(Mobile Application) คือแอปพลิเคชันที่ทำงานบนโทรศัพท์มือถือ(Mobile Device) ซึ่งจะมีลักษณะคล้ายกับระบบบนเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยในแต่ละระบบมีการใช้ภาษาต่างๆในการเขียนเพื่อควบคุมคล้ายกัน เช่น ภาษาจาวา

4. ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Andriod Operating System)

แอนดรอยด์(android) เป็นระบบปฏิบัติการ สำหรับอุปกรณ์พกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ เน็ตบุ๊ก ทำงานบนลินุกซ์ เคอร์เนล เริ่มพัฒนาโดยบริษัทแอนดรอยด์ จากนั้นบริษัทแอนดรอยด์ถูกซื้อโดยกูเกิล และนำแอนดรอยด์ไปพัฒนาต่อ ภายหลังถูกพัฒนาในนามของ Open Handset

Alliance ทางกูเกิลได้เปิดให้นักพัฒนาสามารถแก้ไขโค้ดต่างๆ ด้วยภาษาจาวา และควบคุมอุปกรณ์ผ่านทางชุด Java libraries ที่ กูเกิลพัฒนาขึ้น

5. โปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MySQL

โปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MySQL เป็นฐานข้อมูลแบบ Open source ที่ได้รับความนิยมในการใช้งานสูงสุดโปรแกรมหนึ่งบนเครื่องให้บริการ มีความสามารถในการจัดการกับฐานข้อมูลด้วยภาษา SQL (Structures Query Language) อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรวดเร็วในการทำงาน รองรับการทำงานจากผู้ใช้หลายๆ คนและหลายๆ งานได้ในขณะเดียวกัน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

มูฮัมหมัด ซอฟีเจะมิง(2552) ได้พัฒนาระบบบริหารโครงการนักศึกษา วิธีการศึกษาประกอบด้วย การศึกษาระบบงานเดิมและรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ออกแบบระบบฐานข้อมูล และพัฒนาโปรแกรมตามที่ได้วิเคราะห์ โดยเครื่องมือที่นำมาใช้ในการพัฒนาโปรแกรมด้วยเครื่องมือชุดพัฒนา Adobe Dream weaver และใช้ Appserv 2.5.10 เป็นเซิร์ฟเวอร์จำลอง โดยรองรับตัวแปรภาษา PHP และใช้ฐานข้อมูล MySQL ผลการศึกษาพบว่า ระบบบริหารจัดการโครงการนักศึกษาเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช่มากขึ้น อาจจะมีบางส่วนที่ยังต้องมีการปรับปรุงขั้นตอนการพัฒนา ระบบ เนื่องจากเป็นข้อจำกัดของเวลา

ศักดิ์ดา ประสานรส และ แววมณี เคลือหลายนวล(2554) ระบบติดตามโครงการปริญญา นิพนธ์ สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามโครงการปริญญานิพนธ์และการจัดเก็บปริญญานิพนธ์ของนักศึกษาแบบเดิมให้มีการพัฒนาและอำนวยความสะดวกแก่อาจารย์ที่ไม่มีความรู้ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันให้สามารถใช้งานได้จริง ลักษณะโครงการงานเป็นเว็บแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันซึ่งแบ่งกลุ่มผู้ใช้งานได้ 4 กลุ่มดังต่อไปนี้ 1. ส่วนของนักศึกษา ซึ่งนักศึกษาสามารถลงทะเบียนเข้าใช้งาน

ระบบได้ และเข้าไปดูรายละเอียด ในแต่ละปริญญานิพนธ์ของแต่ละปริญญานิพนธ์ได้ สามารถดูตารางสอบปริญญานิพนธ์ได้ สามารถอัปโหลดไฟล์ปริญญานิพนธ์ได้ สามารถดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลได้เพื่อไปศึกษาเพิ่มเติม ถ้าสงสัยในโครงการปริญญานิพนธ์ก็สามารถถาม-ตอบ บนเว็บบอร์ดได้ และ นักศึกษาสามารถรู้ข่าวสารได้รวดเร็วโดยที่อาจารย์หรือเจ้าหน้าที่จะมีการส่ง SMS แจ้งข่าวสารให้กับนิสิต/นักศึกษาได้ และสามารถอ่านข่าวประกาศได้ 2. ส่วนของอาจารย์ อาจารย์สามารถลงทะเบียนเข้าใช้งานระบบได้ อาจารย์สามารถดูข้อมูลนักศึกษาได้ ติดตามกระบวนการทำงานปริญญานิพนธ์ ดูผลงานบทปริญญานิพนธ์นักศึกษาบัณฑิตศึกษาได้ ตรวจรูปแบบการส่งปริญญานิพนธ์ (เฉพาะอาจารย์ที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น) ของนิสิต/นักศึกษาได้ อัปโหลดไฟล์เอกสารได้ อาจารย์สามารถถาม-ตอบ บนเว็บบอร์ดได้ อาจารย์สามารถประกาศข่าวได้และอาจารย์สามารถส่งข่าวสารนัดหมายทาง SMS ให้กับนิสิต/นักศึกษาได้ 3. ส่วนของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่สามารถลงทะเบียนเข้าใช้ระบบได้ โดยดูข้อมูลของ นักศึกษาและข้อมูลของอาจารย์ได้ สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขปริญญานิพนธ์ของนักศึกษาได้ สามารถอัปโหลดเอกสารเกี่ยวกับการขอสอบปริญญานิพนธ์ได้และสามารถประกาศข่าวสารบนเว็บไซต์ได้ 4. ส่วนของผู้ดูแลระบบ ผู้ดูแลระบบลงทะเบียนเข้าใช้ระบบได้ สามารถดูประวัติการลงทะเบียนได้สามารถตรวจสอบข้อมูลของนักศึกษา อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ ได้ สามารถประกาศข่าวบนเว็บไซต์ได้

วีระพจน์ เป็นสูงเนิน(2555) ระบบบริหารจัดการโครงการวิจัยระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์ โดยแบ่งเป็นระบบที่สำคัญ คือ 1.ระบบการเข้าใช้งานของผู้ใช้ 2. ระบบการจัดการบริหาร ประกอบด้วยระบบย่อย คือ 1. ระบบลงทะเบียน 2.สามารถค้นหาโครงการวิจัย

ได้ 3.สามารถอัปโหลดไฟล์งานโครงการวิจัย ได้ 4. สามารถดาวน์โหลดเอกสารโครงการวิจัยได้ 3.ระบบติดตามโครงการวิจัย ซึ่งสรุปได้ว่าระบบที่พัฒนาขึ้นตอบสนองความพึงพอใจ ต่อผู้ใช้งานทั้ง อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจำวิชา และนักศึกษา

ปาริชาติ เพชรชูและคณะ(2557) ได้พัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับโครงการปัญหาพิเศษของนักศึกษาภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ระบบนี้ครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้งาน 3 กลุ่ม ได้แก่ อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ที่ปรึกษา และนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาโครงการปัญหาพิเศษ โดยอาศัยวิธีดำเนินงานตามหลักวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle:SDLC) พัฒนาระบบโดยใช้โปรแกรม Dreamweaver cs6 ใช้ภาษา PHP,CSS และ HTML และใช้ระบบการจัดการฐานข้อมูล MySQL ในการเขียนเว็บเพจ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้ระบบสามารถบันทึก สืบค้น แก้ไขข้อมูลของนักศึกษาที่ทำโครงการปัญหาพิเศษ และจัดทำรายงานต่างๆ ได้แก่ รายงานสรุปข้อมูลนักศึกษาที่ทำโครงการในแต่ละสาขา และรายงานสรุปข้อมูลนักศึกษาที่ทำโครงการปัญหาพิเศษกับอาจารย์ที่ปรึกษาแต่ละท่าน จากการประเมินผลการดำเนินการวิจัย ผลการประเมินอยู่ในระดับดี นั่นคือระบบจัดการสารสนเทศสำหรับโครงการปัญหาพิเศษของนักศึกษาภาควิชาสถิติช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

ละอองเพชร มิ่งขวัญและคณะ(2558) ได้พัฒนาแอปพลิเคชันการเรียนรู้ภาษากัมพูชาบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบให้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรีและบุคคลทั่วไป โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อใหญ่ๆ คือ 1)พยัญชนะ 2)คำศัพท์ และ 3)สนทนา(มีเสียง) โดยคำศัพท์จะมีทั้งหมด 5 หมวดใช้ MIT App Inventor ซึ่งเป็นเว็บแอปพลิเคชันในการพัฒนา แอปพลิเคชันสามารถเรียกใช้ตามหมวดหมู่หัวข้อที่สนใจ โดยจะแสดงตัวเลือกเป็นรูปภาพพร้อม

ชื่อ หมดหนุงกำกับ เพื่อใช้งานง่าย เช่น หมดคำศัพท์ จะแสดงรูปภาพของแต่ละหมดหนุงของคำศัพท์ส่วน ในหมดสนทนา จะมีประโยชน์สนทนาพร้อมกัน มีเสียง ให้ฟัง สะดวกสบายต่อการใช้งาน และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ทะนงศักดิ์ ใบบัวและเมธี ปาละมี (2558) ระบบจัดการปริญญานิพนธ์ของสาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก ระบบจัดการปริญญานิพนธ์นักศึกษาของสาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์แบ่งเป็น 2 ส่วนคือเว็บแอปพลิเคชันและแอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ประกอบด้วย ส่วนดาวน์โหลดเอกสารต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดทำปริญญานิพนธ์ ตรวจสอบตารางสอบ ปริญญานิพนธ์ ติดตามสถานะการสอบปริญญานิพนธ์ ศึกษาเนื้อหาของปริญญานิพนธ์ จากวิดีโอ บทคัดย่อ โพสต์เตอร์ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำปริญญานิพนธ์ โดยภาพรวมการทำงานของระบบจัดการปริญญานิพนธ์นักศึกษสาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ สามารถใช้งานได้และมีประสิทธิภาพการทำงานที่ 97.27 เปอร์เซนต์

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1) การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการ นักศึกษาบนแอนดรอยด์และส่วนของการประเมิน ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ

ส่วนการพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการ นักศึกษาบนแอนดรอยด์ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดวงจรการ พัฒนาระบบ(System Development Life Cycle) รูปแบบน้ำตก(Waterfall Model) (Winton W. Royce,1970) เป็นแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดปัญหา(Problem Definition) ได้ ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและ วิธีการจัดเก็บข้อมูลของระบบงานเดิม คือ การดำเนิน

การจัดการเรียนการสอนของรายวิชาโครงการระดับ ปริญญาตรี ของสาขาระบบสารสนเทศ คณะ บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

2. วิเคราะห์ระบบงาน(System Analysis) เป็นการนำปัญหาและความต้องการระบบมาทำการ วิเคราะห์ระบบงานใหม่ โดยใช้แผนภาพการไหลของ ข้อมูล

3. การออกแบบระบบ(System Design) เป็นการออกแบบระบบฐานข้อมูล ลักษณะการนำเข้า ข้อมูลและผลลัพธ์ที่ได้จากระบบ

4. การพัฒนาระบบงาน(Development) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์และ ออกแบบระบบมาเขียนโปรแกรมเพื่อพัฒนาระบบ โดยใช้ภาษา PHP เชื่อมต่อกับระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL สำหรับระบบบันทึกข้อมูลผ่านเว็บแอปพลิเคชันและใช้ Android Studio สำหรับระบบติดตาม โครงการบนสมาร์ตโฟน

5. การทดสอบระบบ(Testing) เป็นการนำ โปรแกรมที่พัฒนาได้มาทดสอบ เพื่อเป็นการตรวจสอบ ว่าโปรแกรมสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องและตรง ตามข้อกำหนดความต้องการของระบบทั้งหมด

6. การติดตั้ง(Implement) เป็นการนำ โปรแกรมที่ผ่านการทดสอบมาติดตั้งใช้งาน

ส่วนการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อ ระบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาประชากรและกำหนดกลุ่ม ตัวอย่างสำหรับเก็บข้อมูล ทำการสร้างแบบประเมิน ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ติดตั้งระบบให้กับผู้ใช้ ทดลองใช้งานแล้วทำการเก็บข้อมูล นำมาวิเคราะห์ และสรุปผล

ผลการวิจัย

การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการ นักศึกษาบนแอนดรอยด์ สามารถนำเสนอผลการวิจัย ตามขั้นตอนวงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศ(SDLC)

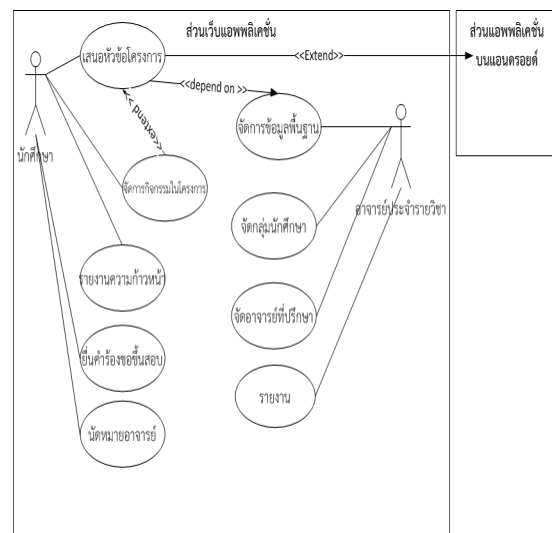
ได้ดังนี้

1. ผลการกำหนดปัญหาจากการศึกษา ปัญหาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการ จัดเก็บข้อมูลของระบบงานเดิม พบว่าระบบงานเดิม รายวิชาโครงการระดับปริญญาตรี นักศึกษาจะทำการ ศึกษาปัญหา ศึกษาความเป็นไปได้และเสนอหัวข้อ โครงการที่เกี่ยวข้องกับ ด้านการพัฒนาระบบ สารสนเทศ ด้านการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ เคลื่อนที่ ด้านการพัฒนาระบบฐานข้อมูล เป็นต้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการพิจารณา หัวข้อโครงการ วิเคราะห์และออกแบบระบบและ รายงานความก้าวหน้าต่ออาจารย์ที่ปรึกษา สอบ หัวข้อโครงการ กรรมการสอบหัวข้อโครงการประเมิน ผล นักศึกษาเริ่มพัฒนาระบบและรายงานความ ก้าวหน้าต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินการสอบความ ก้าวหน้า กรรมการสอบความก้าวหน้าประเมินผล ขึ้น ตอนสุดท้ายนักศึกษาสอบป้องกันเมื่อดำเนินโครงการ เสร็จสิ้น และจัดส่งเอกสารโครงการพร้อมไฟล์ โครงการ ในรูปแบบเล่มปริญญานิพนธ์

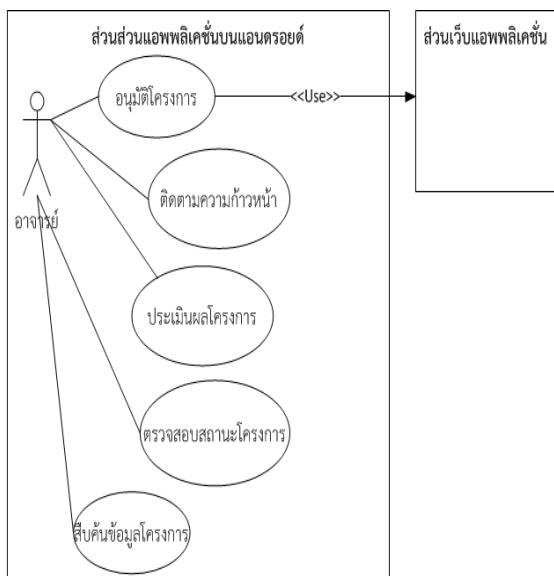
การดำเนินการจัดทำโครงการตาม กระบวนการข้างต้นนั้น จะพบว่านักศึกษาทำโครงการ เสร็จสิ้นล่าช้า เนื่องจากหัวข้อโครงการที่นักศึกษา เสนอมานั้นซ้ำซ้อนกับหัวข้อโครงการในปีการศึกษา ก่อนหน้าเป็นจำนวนมาก ทำให้เสียเวลาในการศึกษา ปัญหาและหาหัวข้อโครงการใหม่ หรือความล่าช้าที่ เกิดจากการรายงานความก้าวหน้า การปรับแก้ไขงาน ความล่าช้าที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารกันระหว่าง นักศึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา การนัดหมายเพื่อเข้า พบอาจารย์ที่ปรึกษา นอกจากนั้นแล้วในกระบวนการ ยื่นเสนอหัวข้อโครงการ การยื่นคำร้องขอสอบ การ ประเมินผลการสอบ ต้องดำเนินการผ่านเอกสารที่ เป็นกระดาษ ทำให้เกิดความสิ้นเปลือง ข้อมูลมีความ เสี่ยงสูงที่จะสูญหาย

ศึกษาข้อมูลประชากร ประชากรในการ ดำเนินงานวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศทาง คอมพิวเตอร์ ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาโครงการวิจัย ระดับปริญญาตรี ในปีการศึกษา 2560 และอาจารย์ ประจำสาขาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจและ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น จำนวน 113 คน และ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเปิดตารางสำเร็จ ของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 86 คน

2. ผลการวิเคราะห์ระบบงาน พบว่าระบบ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนบันทึกข้อมูลพื้นฐาน ผ่านเว็บแอปพลิเคชัน และส่วนการติดตามโครงการ ผ่านสมาร์ทโฟนและมีผู้ใช้งานระบบ ได้แก่ อาจารย์ ประจำรายวิชา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการงาน และ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาโครงการระดับ ปริญญาตรี โดยวิเคราะห์ความต้องการระบบด้วยแผน ภาพยูสเคสดังรูปที่ 1 และ รูปที่ 2 ตามลำดับ

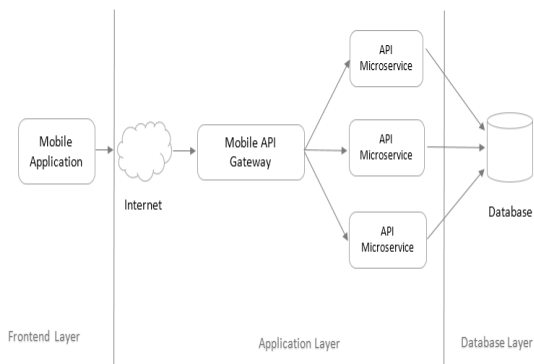


รูปที่ 1 การทำงานของระบบเว็บแอปพลิเคชัน

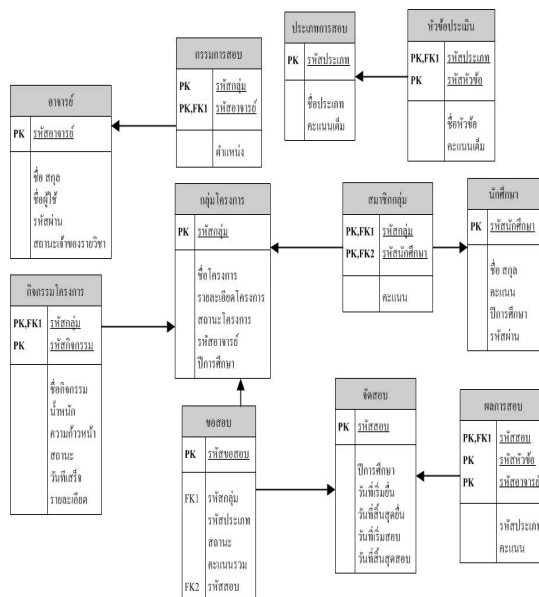


รูปที่ 2 การทำงานของระบบแอปพลิเคชันที่ทำงานบนสมาร์ตโฟน

3. ผลการออกแบบระบบ ผู้วิจัยได้ออกแบบสถาปัตยกรรมการทำงานของแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์ ดังรูปที่ 3 และออกแบบระบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์โดยใช้แผนภาพอีอาร์(ER-Diagram) ดังรูปที่ 4



รูปที่ 3 สถาปัตยกรรมระบบ



รูปที่ 4 แผนภาพ ER ระบบฐานข้อมูล

4. ผลการพัฒนาระบบงาน พบว่าระบบการพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์ สามารถแสดงหน้าจอการทำงานของระบบดังนี้

4.1 การบันทึกข้อมูลนักศึกษา สามารถบันทึกข้อมูลนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษาได้ดังรูปที่ 5

ลำดับ	รหัสนักศึกษา	ชื่อ - สกุล	ปีการศึกษา	คะแนนเก็บ	สถานะ	จัดการข้อมูล
1	342380075-8	นายสุวัฒน์ นิลสมบุญ	2560	0	✓	ดู แก้ไข
2	58342360116-0	นางสาวศิริพร ศิลา	2560	0	✓	ดู แก้ไข
3	58342360001-1	นางสาวศิลา นามสุข	2560	0	✓	ดู แก้ไข
4	58342360002-1	นายสมพร นิลบุญสุข	2560	0	✓	ดู แก้ไข
5	58342360003-1	นางสาวศิลา นามศิริ	2560	0	✓	ดู แก้ไข
6	58342360004-1	นายสุวัฒน์ นิลศิริ	2560	0	✓	ดู แก้ไข

รูปที่ 5 การบันทึกข้อมูลนักศึกษา

4.2 การบันทึกข้อมูลการจัดการกลุ่มโครงการ สามารถจัดกลุ่มโครงการ เพื่อกำหนดสมาชิกกลุ่มของแต่ละโครงการและกำหนดอาจารย์ที่ปรึกษาของแต่ละกลุ่มได้ ดังรูปที่ 6

SENIOR PROJECT MANAGEMENT SYSTEM

ข้อมูลกลุ่มโครงการ

ลำดับ	ปีการศึกษา	ชื่อโครงการ	อาจารย์ที่ปรึกษา	สถานะ	สมาชิก	จัดการข้อมูล
1	2560	การพัฒนาระบบบริหารจัดการโรงเรียนคนตาบอด โรงเรียนคนตาบอด	อาจารย์สมศักดิ์ เกตุโสภณ	X	1) นางสาวจิราพร กิ่งกา 2) นางสาวศศิตา มาตชู 3) นายธนพร เจริญสุข	ดู ป
2	2560	การพัฒนาระบบจัดการเอกสาร โรงเรียนน้ำตาสลารวิน	อาจารย์สมศักดิ์ เกตุโสภณ	X	1) นางสาวศศิตา มาตชู 2) นางสาวศศิตา มาตชู 3) นายธนพร เจริญสุข	ดู ป
3	2560	การพัฒนาระบบเว็บไซต์	อาจารย์สมศักดิ์ เกตุโสภณ	X	1) นางสาวศศิตา มาตชู	ดู ป

รูปที่ 6 การบันทึกข้อมูลการจัดการกลุ่มโครงการ

4.3 การบันทึกข้อมูลจัดสอบ สามารถจัดสอบได้ โดยเลือกประเภทการจัดสอบ ได้แก่ การสอบหัวข้อ การสอบความก้าวหน้า การสอบป้องกัน ดังรูปที่ 7

SENIOR PROJECT MANAGEMENT SYSTEM

สมัครสมาชิก

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

ข้อมูลการจัดสอบ

<

รูปที่ 7 การบันทึกข้อมูลจัดสอบ

4.4 การบันทึกข้อมูลความก้าวหน้าโครงการ สามารถบันทึกความก้าวหน้าของแต่ละกิจกรรมในโครงการได้ ดังรูปที่ 8

SENIOR PROJECT MANAGEMENT SYSTEM

ข้อมูลความก้าวหน้าโครงการ (Task)

ลำดับ	รายการงาน	สัดส่วน	งานที่กำหนด	การดำเนินงาน	วันที่เสร็จสิ้น	หมายเหตุ	จัดการข้อมูล
1	เก็บความต้องการ	10	100	✓	2018-06-01	เสร็จสมบูรณ์	ดู ป
2	ประเมินโครงการเบื้องต้น	10	0	X	0000-00-00		ดู ป
3	วิเคราะห์ Content Diagram	10	100	✓	2018-06-05	ประเมินแล้ว	ดู ป
4	วิเคราะห์ DFD Level 1	10	0	X	0000-00-00		ดู ป
5	DFD Level 2	10	0	X	0000-00-00		ดู ป

รูปที่ 8 การบันทึกข้อมูลความก้าวหน้าของ โครงการ

4.5 การแสดงรายละเอียดโครงการ สามารถดูคะแนนสอบของแต่ละโครงการได้ ดังรูปที่ 9

SENIOR PROJECT MANAGEMENT SYSTEM

ความก้าวหน้าโครงการ

การพัฒนาระบบบริหารจัดการโรงเรียนคนตาบอด รหัสกลุ่ม 256001 ปีการศึกษา 2560 สถานะ กำลังดำเนินการ

เสนอหัวข้อโครงการ	สถานะ	คะแนน
เสนอหัวข้อโครงการ	ยื่นใบคำร้อง	0
วิเคราะห์ระบบ		0
สอบความก้าวหน้า		0
สอบป้องกัน		0
รวมคะแนน		0

การพัฒนาระบบจัดการเอกสาร โรงเรียนน้ำตาสลารวิน รหัสกลุ่ม 256002 ปีการศึกษา 2560 สถานะ กำลังดำเนินการ

เสนอหัวข้อโครงการ	สถานะ	คะแนน
เสนอหัวข้อโครงการ		0
วิเคราะห์ระบบ		0
สอบความก้าวหน้า		0
สอบป้องกัน		0
รวมคะแนน		0

รูปที่ 9 แสดงรายละเอียดของโครงการ

4.6 การอนุมัติคำร้อง อาจารย์ที่ปรึกษาสามารถอนุมัติคำร้องขอขึ้นสอบของนักศึกษาแต่ละกลุ่มได้ ดังรูปที่ 10

SENIOR PROJECT MANAGEMENT SYSTEM

อนุมัติใบคำร้อง

การพัฒนาระบบบริหารจัดการโรงเรียนคนตาบอด

ปีการศึกษา 2560 รหัสกลุ่ม 256001

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์สมศักดิ์ เกตุโสภณ

สมาชิก

นางสาวจิราพร กิ่งกา
นางสาวศศิตา มาตชู
นายธนพร เจริญสุข

ความก้าวหน้า 20 %

สถานะ 0

เสนอหัวข้อ

ย้อนกลับ ยืนยัน

รูปที่ 10 การอนุมัติคำร้อง

4.7 การประเมินผลโครงการ อาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการสอบสามารถบันทึกผลการสอบได้ ดังรูปที่ 11



รูปที่ 11 การบันทึกผลการสอบ

4.8 การยืนยันนัดหมาย อาจารย์ที่
ปรึกษาสามารถยืนยันการนัดหมายจากนักศึกษาได้ ดัง
รูปที่ 12



รูปที่ 12 การยืนยันนัดหมาย

5. ผลการทดสอบระบบงาน พบว่าระบบ
สามารถทำงานได้ตรงตามข้อกำหนดความต้องการที่
วิเคราะห์ไว้และออกแบบไว้

6. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มี
ต่อระบบ จากกลุ่มตัวอย่าง 86 คน ได้แก่ อาจารย์ 6
คน และเป็นนักศึกษา 80 คน พบว่าการประเมินความ
พึงพอใจต่อระบบ อยู่ในระดับมาก ดังแสดงผลการ
ประเมินตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ระบบสามารถใช้งานง่าย	4.41	0.64	มาก
ความเหมาะสมของการจัด วางรูปแบบ	4.56	0.57	มากที่สุด
ความเหมาะสมของการใช้สี และกราฟิก	4.58	0.56	มากที่สุด
ความต่อเนื่องในการใช้งาน ระบบ	4.33	0.66	มาก
ความสามารถของระบบที่ ตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้	4.42	0.66	มาก
ความรวดเร็วการใ้ระบบ	4.38	0.62	มาก
ความรวดเร็วการประมวล ผล	4.47	0.63	มาก
ความน่าเชื่อถือระบบ	4.62	0.58	มากที่สุด
ความเหมาะสมของการ ปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้	4.35	0.68	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัย	4.52	0.59	มากที่สุด
ภาพรวม	4.46	0.29	มาก

อภิปรายผล

การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการ
นักศึกษาบนแอนดรอยด์ ใช้กระบวนการพัฒนาตาม
ทฤษฎีวงจรการพัฒนาระบบ(System Develop-
ment Life Cycle:SDLC) โดยขั้นตอนแรกได้ทำการ
ศึกษาปัญหา พบปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งาน
มีความชัดเจน ทำให้การวิเคราะห์และออกแบบระบบ
เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้งาน ส่งผลให้ระบบ
สามารถสนับสนุนการทำงานของผู้ใช้และตอบสนอง
ความต้องการผู้ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ สามารถ
บันทึกข้อมูลได้ถูกต้อง ระบบสามารถใช้งานได้ผ่าน
สมาร์ตโฟน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มี
ต่อระบบอยู่ในระดับมาก

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามโครงการ
นักศึกษาบนแอนดรอยด์ สามารถแบ่งส่วนการทำงาน

ออกเป็น 3 ส่วนตามผู้ใช้งานดังนี้

1) ส่วนสิทธิการใช้งานอาจารย์ประจำรายวิชา สามารถจัดการข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลกลุ่มข้อมูลอาจารย์ที่ปรึกษา ข้อมูลแบบประเมินผลและเรียกดูรายงานตามเงื่อนไขได้

2) ส่วนสิทธิการใช้งานของอาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการสอบ สามารถอนุมัติหัวข้อโครงการอนุมัติใบคำร้องขอขึ้นสอบ ติดตามความก้าวหน้าโครงการ บันทึกผลการประเมินการสอบแต่ละครั้งและสืบค้นข้อมูลได้

3) ส่วนสิทธิการใช้งานของนักศึกษา สามารถบันทึกข้อมูลโครงการ ข้อมูลกิจกรรมโครงการ ยื่น

คำร้องขอขึ้นสอบ บันทึกสถานะความก้าวหน้าโครงการและตรวจสอบสถานะโครงการได้

ผลการประเมินพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการใช้งานแอปพลิเคชันติดตามโครงการนักศึกษาบนแอนดรอยด์อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการต่อยอดระบบให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ควรพัฒนาระบบให้รองรับการใช้งานสำหรับระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกัน

Reference

- วิกิพีเดีย. (2560). วงจรชีวิตของการพัฒนาซอฟต์แวร์. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2561. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/วงจรชีวิตของการพัฒนาซอฟต์แวร์>
- วิกิพีเดีย. (2560). ระบบสารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2561. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ระบบสารสนเทศ>
- มุฮัมหมัด ซอฟีเจมิง. (2552). ระบบบริหารจัดการโครงการงานนักศึกษา. ปริญญาโทบริหารวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการจัดการ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ปาริชาติ เพชรชูและคณะ. (2557). ระบบสารสนเทศสำหรับโครงการงานปัญหาพิเศษของนักศึกษาภาคการศึกษาสถิติ หัวข้อ : ระเบียบการศึกษาศาสตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ปริญญาโทบริหารวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ละอองเพชร มิ่งขวัญ และปวีณา ศิลา. (2558). การพัฒนาแอปพลิเคชันการเรียนรู้ภาษากัมพูชาบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์. งานประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียน 2558. มหาวิทยาลัยราชภัฏ ราชนครินทร์
- วีระพจน์ เป็นสูงเนิน. (2555). ระบบจัดเก็บปริญญาโทบริหารวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศักดิ์ดา ประสานรส, แวมณี เคลือหลายนวล. (2550). ระบบติดตามโครงการงานปริญญาโทบริหารวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ คณะคณะเกษตรศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์.

ระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษานอกระบบเคลื่อนที่ CO-OPERATIVE EDUCATION MANAGEMENT SYSTEM AND EVALUATION ON MOBILE DEVICE

สาวิตรี จูมเกตุ เก่งกวี อึ้งรัตนวงศ์ จักรวรรดิ เพ็ญศรี และ ปณัสยา ประภูษะเนย์
Sawitri Joomket, Kengkawee Uengrattanawong, Chakrawat Pensri and Panussaya Prapuchanay

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
Faculty of Business Administration and Information Technology Rajamangala University Isan Khonkaen
Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษานอกระบบเคลื่อนที่ และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อระบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา 2) อาจารย์ และ 3) นักศึกษา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้ระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษานอกระบบเคลื่อนที่ แทนระบบแฟ้มข้อมูล 2) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบด้านความตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน 1) เจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา อยู่ในระดับดี 2) อาจารย์ อยู่ในระดับดีมาก และ 3) นักศึกษาอยู่ในระดับดีมาก ด้านการทำงานตามฟังก์ชันงานของระบบ อยู่ในระดับดีมาก ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ อยู่ในระดับดี และด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบ อยู่ในระดับดีมาก และเมื่อนำทุกด้านมาสรุปในภาพรวมของระบบ พบว่าอยู่ในระดับดีมาก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของระบบระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษานอกระบบเคลื่อนที่ได้

คำสำคัญ: สหกิจศึกษา, อุปกรณ์เคลื่อนที่, การกำหนดตำแหน่งบนพื้นโลก, ประเมินผลสหกิจศึกษา

Abstract

The aim this research was to Co-operative Education Management System and Evaluation on mobile device. The tools were used to developing in the research, researcher introduced to concept for system development life cycle (SDLC). The sample size consisted 1) employee 2) Professor 3) Student that choosing the specification sample size. This research was collected data by questionnaires, and using statistics to analyze the data were percentage, average and standard deviation.

The result of this research found that 1) there is a Co-operative Education Management System and Evaluation on mobile device. To replace the file system 2) the result of user Satisfaction in Function Requirement Test 1) employee function was high level 2) professor function was highest level and 3) student function was highest level, Functional Test was highest level, Usability Test was high level, and security test was highest level and overall in the system was high level. The conclusion of the research was the Co-operative Education Management System and Evaluation on mobile device

Keywords: Co-operative Education, Mobile device, Global Positioning System, Co-operative Education Evaluation

บทนำ

สหกิจศึกษาเป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้ออกไปฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ภายใต้ความร่วมมือกับ สถานประกอบการนั้น ๆ เปรียบเสมือนเป็นลูกจ้างชั่วคราวของสถานประกอบการ ซึ่งเป็นการเรียนรู้และฝึกประสบการณ์ของนักศึกษา นอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียน อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสให้กับนักศึกษาได้ทำงานในสถานประกอบการหลังจากสำเร็จการศึกษาด้วย

สาขาวิชาระบบสารสนเทศ เป็นสาขาวิชาที่ได้เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาและส่งนักศึกษาออกไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ซึ่งจากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า กระบวนการในการดำเนินงาน สหกิจศึกษายังมีการใช้งานแฟ้มเอกสาร ตั้งแต่กระบวนการการส่งตัวนักศึกษาไปยังสถานประกอบการ การแจ้งรายละเอียดการปฏิบัติงาน การทำรายงานโครงงาน การวางแผนการออกนิเทศของอาจารย์ ตลอดจนการประเมินผลงานสหกิจศึกษา ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ อาทิ เช่น เอกสารสูญหาย เอกสารซ้ำซ้อน การแจ้งรายละเอียดการปฏิบัติงาน และสถานที่ตั้งสถานประกอบการมีความคลาดเคลื่อน ไม่มีการจัดทำประวัติ และจัดอันดับสถานประกอบการ และยากแก่การสืบค้นข้อมูล

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาระบบบริหารจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจ

ศึกษานอกระบบเคลื่อนที่ ซึ่งระบบสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูล ลดอัตราการสูญหายของเอกสาร เพิ่มความแม่นยำในเรื่องของการวางแผนการออกนิเทศสหกิจศึกษา โดยใช้เทคโนโลยีการกำหนดตำแหน่งบนพื้นโลก (Global Positioning System : GPS) การประเมินผลนักศึกษา การจัดอันดับสถานประกอบการ และเป็นฐานข้อมูลให้นักศึกษารุ่นถัดไปในการเลือกสถานประกอบการเพื่อออกสหกิจศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษานอกระบบเคลื่อนที่
2. เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบบริหารจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษานอกระบบเคลื่อนที่

บททวนวรรณกรรม

ในการพัฒนาระบบบริหารจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษานอกระบบเคลื่อนที่ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวทางในการทำวิจัย ดังนี้

สหกิจศึกษา (Co-operative Education) เป็นระบบการศึกษาที่จัดให้มีการปฏิบัติงานในสถาน

ประกอบการอย่างมีระบบแบบแผน โดยจัดให้มีการเรียนการสอนในสถานศึกษา สลับกับการส่งนักศึกษาออกไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่ให้ความร่วมมือภายใต้การกำกับดูแลและประเมินผล จากผู้ควบคุมงานเสมือนหนึ่งว่าเป็นลูกจ้างชั่วคราวของสถานประกอบการนั้นจริง ๆ งานที่นักศึกษาไปปฏิบัติจะต้องตรงกับสาขาวิชาเอกที่นักศึกษาเรียนอยู่และปฏิบัติงานเต็มภาคการศึกษา ระหว่างการปฏิบัติงานจะมีอาจารย์ไปนิเทศงานและประเมินผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาด้วยระบบการเรียนการสอนที่ผสมผสานการเรียนในห้องเรียนเข้ากับการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างเป็นระบบของสหกิจศึกษานี้เชื่อว่า จะสามารถเสริมทักษะการนำทฤษฎีไปสู่ภาคปฏิบัติได้อย่างลงตัว ส่งผลให้บัณฑิตมีคุณภาพตรงตามที่ต้องการแรงงานต้องการมากยิ่งขึ้น (สำนักงานโครงการสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น, 2558)

วงจรการพัฒนาระบบ (The Systems Development Life Cycle หรือ SDLC) เป็นกระบวนการที่แสดงถึงกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการในการพัฒนาระบบประกอบด้วย

1) การกำหนดปัญหา (Problem Definition) เป็นกระบวนการในการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานในปัจจุบัน ซึ่งศึกษาจาก สภาพแวดล้อม บุคลากรที่เกี่ยวข้อง ระบบงาน และเอกสารต่าง ๆ ที่ใช้งานปัจจุบัน เพื่อนำมากำหนดขอบเขตการทำงาน รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของระบบ

2) การวิเคราะห์ระบบงาน (System Analysis) เป็นกระบวนการที่นำปัญหาที่เกิดขึ้นจากงานปัจจุบัน เพื่อมาวิเคราะห์ถึงรายละเอียดต่าง ๆ และนำมาพัฒนาแบบจำลอง เช่น context diagram data flow diagram เป็นต้น

3) การออกแบบระบบ (System Design) เป็นกระบวนการที่นำเอาแบบจำลองที่ได้จากกระบวนการ

วิเคราะห์ระบบมาทำการออกแบบระบบ เช่น การออกแบบระบบเครือข่าย การออกแบบหน้าจอโปรแกรม การออกแบบฐานข้อมูล เป็นต้น

4) การพัฒนาระบบ (Development) เป็นกระบวนการในการพัฒนาโดยการเขียนโปรแกรมหรือชุดคำสั่ง โดยการเลือกภาษาในการพัฒนาระบบให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของระบบ

5) การทดสอบระบบ (Testing) เป็นกระบวนการที่นำเอาระบบที่ได้จากการพัฒนามาทำการทดสอบและตรวจสอบเพื่อหาข้อผิดพลาดในการทำงานของระบบ และทำการแก้ไขข้อผิดพลาดเหล่านั้น

6) การติดตั้งระบบ (Implementation) เป็นกระบวนการที่นำเอาระบบที่ผ่านการทดสอบแล้วไปติดตั้งเพื่อใช้งานจริง และภายในสภาพแวดล้อมจริง

7) การประเมินผล (Evaluation) เป็นกระบวนการในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบ เมื่อมีการนำเอาระบบไปใช้งานได้ในระยะหนึ่ง หรือหากพบข้อผิดพลาด ผู้พัฒนาระบบจะต้องรีบดำเนินการแก้ไข ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องระบบระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

กมลมาศ วงษ์ใหญ่ และมัชฌมกานต์ เผ่าสวัสดิ์ (2558) การพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบการจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา โดยพัฒนาขึ้นเพื่อใช้รวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลโครงการสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยฯ

ประชากร ได้แก่ ผู้ดูแลระบบ สถานประกอบการ นักศึกษา เจ้าหน้าที่คณะ และอาจารย์นิเทศ ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์อยู่ในระดับดี

หฤทัย อาซากิจ (2558) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์พัฒนาโปรแกรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อนำเสนอเส้นทางออกนิเทศงานสหกิจศึกษาและการประเมินผลการศึกษาสหกิจศึกษา ประชากร คือ อาจารย์นิเทศ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่าระบบสามารถช่วยอาจารย์นิเทศในการตัดสินใจออกนิเทศงานสหกิจศึกษา รวมถึงอำนวยความสะดวกในการประเมินฝึกสหกิจศึกษา และมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบอยู่ในระดับดีมาก

มนัสนันท์ บุญปลาวงศ์ (2560) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศในงาน สหกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรีในรูปแบบเว็บ แอปพลิเคชัน และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ นักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และสถานประกอบการ โดยระบบสามารถจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบฐานข้อมูล และมีการใช้งานผ่านเว็บ แอปพลิเคชัน ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความสะดวกในการใช้งาน และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบอยู่ในระดับพอใจมาก

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้มีกระบวนการในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา อาจารย์ และนักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 49 คนในงานวิจัยนี้มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) การ

พัฒนาระบบ พัฒนาระบบโดยใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล Mysql และใช้คำสั่ง SQL ในการติดต่อฐานข้อมูล ภาษาที่ใช้คือ PHP JAVA HTML และได้ดำเนินการกระบวนการวิจัยตามแนวทางการพัฒนาระบบ โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้ 2) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

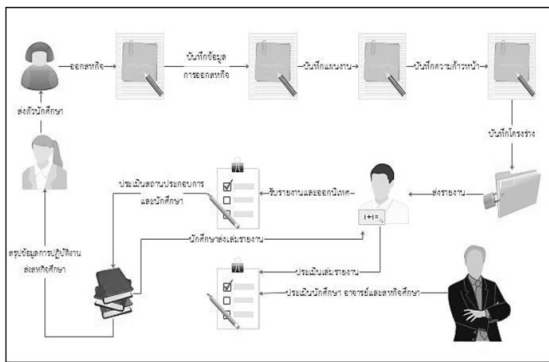
การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้มีการชี้แจงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามมีอิสระในการตอบและไม่มีข้อถูกหรือข้อผิด ซึ่งผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 49 ฉบับ และได้รับแบบสอบถามกลับครบตามจำนวน

การวิเคราะห์ผล หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นและได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล และนำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปรผลข้อมูล (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ผลการวิจัย

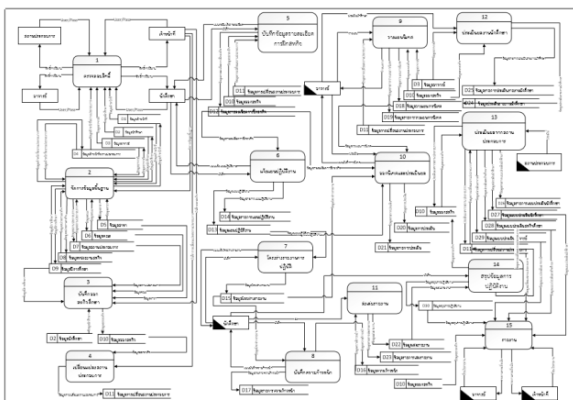
ระบบระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการวิจัยตามแนวคิดวงจรการพัฒนา ระบบ หรือ SDLC โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. ผลการกำหนดปัญหาและศึกษาความเป็นไปได้ของระบบ พบว่ากระบวนการทำงานในปัจจุบันยังมีการใช้งานเพิ่มข้อมูล ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาด้านความผิดพลาด ความซ้ำซ้อนของข้อมูล และเอกสารสูญหาย ยากต่อการสืบค้น และเมื่ออาจารย์ต้องออกนิเทศสหกิจศึกษาจะต้องให้นักศึกษาส่งรูปภาพแผนที่ให้ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งยากแก่การค้นหา อีกทั้งแผนที่ที่นักศึกษาส่งให้ยังเกิดความผิดพลาดอีกด้วย ดังแสดงในรูปที่ 1



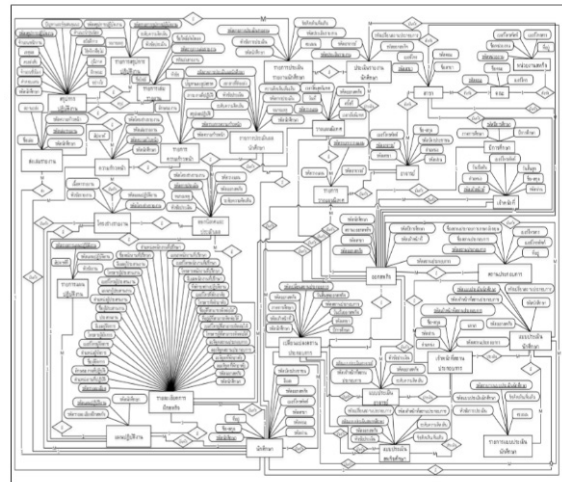
รูปที่ 1 กระบวนการทำงานของระบบงานเดิม

2. ผลการวิเคราะห์ระบบงาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ระบบแบบเชิงโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์แผนภาพการไหลของกระแสข้อมูล หรือ Data Flow Diagram เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ระบบ ดังแสดงในรูปที่ 2



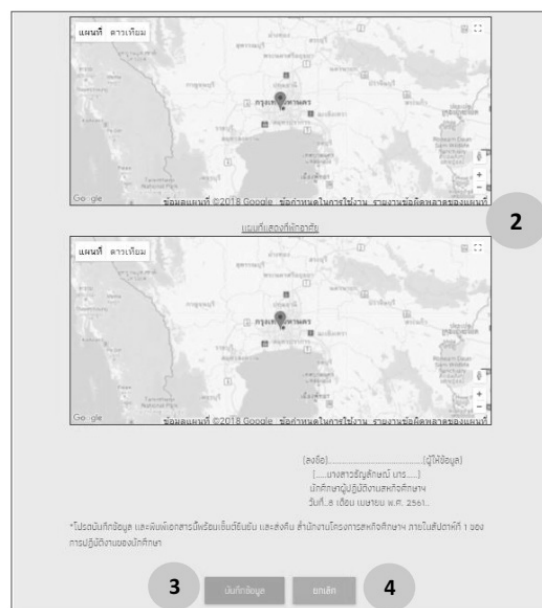
รูปที่ 2 การวิเคราะห์การไหลของกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram)

3. การออกแบบระบบ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบระบบโดยเจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา อาจารย์ และนักศึกษา สามารถเข้าใช้งานระบบผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ ที่เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการออกแบบฐานข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล (ER-Model)

4. ผลการพัฒนาระบบงาน ผู้วิจัยได้ภาษาที่ใช้ คือ PHP JAVA HTML ในการพัฒนาระบบและใช้ Mysql เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลสามารถแสดงตัวอย่างหน้าจการทำงานจากระบบได้ ดังแสดงในรูปที่ 4,5 และ 6



รูปที่ 4 แสดงหน้าจการทำงานกับระบบที่เชื่อมต่อกับระบบ GPS

รูปที่ 5 แสดงหน้าจอการทำงานของอาจารย์ ในการ ประเมินผลสหกิจศึกษา

รูปที่ 6 แสดงหน้าจอการจัดการการออกสหกิจศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 สถานะผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานะ	ความถี่	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา	2	4.08
อาจารย์	7	14.29
นักศึกษา	40	81.63
รวมทั้งสิ้น	49	100

จากตารางที่ 1 ข้อมูลสถานะผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 81.33 อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ

ส่วนที่ 2 หาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบ

ทั้งนี้ นักวิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามกับเจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา อาจารย์ และนักศึกษา ก่อนนำไปใช้จริง โดยผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจและอธิบายกระบวนการก่อนแจกแบบสอบถามโดยได้แจกแบบสอบถามกับเจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา 2 คน อาจารย์ในสาขาวิชาระบบสารสนเทศ 7 คน และนักศึกษา 40 คน รวมทั้งสิ้น 49 คน ทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็นสองตอน คือ ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ดังต่อไปนี้

ละ 14.29 และเจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4.08

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับประสิทธิภาพ
Function Requirement Test (เจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา)	4.00	0.00	ดี
Function Requirement Test (อาจารย์)	4.83	0.38	ดีมาก
Function Requirement Test (นักศึกษา)	4.60	0.45	ดีมาก
Function Test	4.53	0.41	ดีมาก
Usability Test	4.41	0.30	ดี
Security Test	4.59	0.23	ดีมาก
รวมทั้งสิ้น	4.52	0.21	ดีมาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบพบว่า ด้าน Function Requirement Test เจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา มีความพึงพอใจในระดับดี อาจารย์มีความพึงพอใจในระดับดีมาก นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับดีมาก ด้าน Function Test มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ด้าน Usability Test มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี และด้าน Security Test มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก สรุปรวมทั้ง 4 ด้านพบว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ในระดับดีมาก

อภิปรายผล

ระบบระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เป็นการพัฒนาระบบโดยการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ มาช่วยในการอำนวยความสะดวก เช่น ด้านการจัดการฐานข้อมูล เทคโนโลยีการกำหนดตำแหน่งบนพื้นโลก (Global Positioning System : GPS) เป็นต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและอำนวยความสะดวกให้กับผู้เกี่ยวข้อง เน้นกระบวนการพัฒนาระบบโดยใช้วงจรการพัฒนาระบบ หรือ SDLC มุ่งเน้นพัฒนาระบบตามความต้องการของผู้ใช้งานเป็นสำคัญ ส่งผลให้การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานอยู่ในระดับดีมาก ระบบสามารถตอบสนองความต้องการ

ของผู้ใช้ และสามารถสนับสนุนการดำเนินงานในปัจจุบันได้ สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ กมลมาศ วงษ์ใหญ่ (2558) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศ สหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผลการประเมินพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ หลุยส์ อาซากิจ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อแนะนำเส้นทางการออกนิเทศงานสหกิจศึกษาและการประเมินผลการฝึกสหกิจศึกษา ผลการประเมินพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสนันท์ บุญปลาวงศ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศในงานสหกิจศึกษา ผลการประเมินพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก

สรุปผล

ระบบระบบจัดการงานสหกิจศึกษาและประเมินผลสหกิจศึกษาบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ มีผู้ใช้งานแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่สหกิจศึกษา อาจารย์ และนักศึกษา โดยแบ่งกระบวนการทำงานออกเป็น 15 ส่วน ได้แก่ ส่วนการตรวจสอบสิทธิ์การใช้งาน ส่วนการจัดการข้อมูลพื้นฐาน ส่วนการบันทึกออกสหกิจศึกษาของนักศึกษา ส่วนการ

เปลี่ยนแปลงสถานประกอบการ ส่วนการบันทึกข้อมูล รายละเอียดการฝึกสหกิจ ส่วนการบันทึกข้อมูลรายละเอียดการฝึกสหกิจ ส่วนการแจ้งแผนการปฏิบัติงาน ส่วนการจัดทำโครงการปฏิบัติงาน ส่วนการบันทึกความก้าวหน้าการปฏิบัติงาน ส่วนการวางแผนการออกนิเทศ ส่วนการประเมินผลสหกิจศึกษา ส่วนของ

การสรุปข้อมูลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา และส่วนการแสดงรายงาน ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับดีมาก ทำให้ระบบจัดการงาน สหกิจศึกษาสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้

Reference

- กมลมาศ วงษ์ใหญ่ และมัชฌมกานต์ เผ่าสวัสดิ์. (2558). การพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปีที่ 10 (ฉบับที่ 1) , หน้า 18-28.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับ การวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- มนัสนันท์ บุญปาลวงศ์. (2560). การพัฒนาระบบสารสนเทศสหกิจศึกษา. วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ 7 (ฉบับที่ 2), หน้า 96-116
- ศูนย์สหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. (2558). คู่มือสหกิจศึกษา ปี 2558. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2561. จาก <http://www.coop.rmuti.ac.th>
- สาวิตรี จุ่มเกตุ และคณะ. (2560). ระบบบริหารจัดการคลองส่งน้ำเพื่อการเกษตร. การประชุมวิชาการระดับชาติ “นวัตกรรมและเทคโนโลยีวิชาการ 2017”.
- สำนักงานโครงการสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น. (2558). คู่มือสหกิจศึกษา. ขอนแก่น : ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงพิมพ์คลังน่านวิทยา.
- หฤทัย อาษากิจ. (2558). การพัฒนาโปรแกรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อแนะนำเส้นทางการออกนิเทศงานสหกิจศึกษาและการประเมินผลสหกิจศึกษา. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ ปีที่ 11 (ฉบับที่ 2), หน้า 1-6.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2555). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (System Analysis and Design). กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

การประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนรายวิชาการเขียนโปรแกรม เว็บแบบพลวัต

FACEBOOK SOCIAL NETWORK APPLICATION IN DYNAMIC WEB PROGRAMMING COURSE

พิชญะภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ
Phichayaphak Phiphitphatphaisit

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
Faculty of Business Administration and Information Technology
Rajamangala University of Technology Isan Khonkean Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนรายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต จำนวน 84 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ยอมรับการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนในรายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต โดยรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้ในระดับมาก ($\bar{x}=4.13$, S.D.=0.280) รับรู้ถึงประโยชน์ในระดับมาก ($\bar{x}=4.04$, S.D.=0.608) มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการติดตามเนื้อหาและคลิปวิดีโอการสอนของผู้สอนในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.58$, S.D.=0.496) และเข้าใช้งานจริงในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.48$, S.D.=0.570)

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคมออนไลน์, เฟสบุ๊ค, การเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต

Abstract

The objective of this research is to investigate effect of Facebook social networking application in the Dynamic web programming course. Samples of this study are 84 students enrolled in the dynamic web programming course, selected by simple random sampling method. Tool used to store data collection is a questionnaire. The researcher obtained percentage (%) mean ($\bar{x}$) and standard deviation (S.D.) to explain analyzed data.

The results reveal that most students accepted Facebook social network application in the Dynamic web programming course. They were perceived the ease of use at a high level ($\bar{x}= 4.13$, S.D. = 0.280), perceived of usefulness at the high level ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.608). In

tracking of the contents and video clips of the instructors at the highest level ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.496). The Intention to use in the highest level ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.570) and actual to use in the highest level ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.570).

Keywords: Social network, Facebook, Dynamic web programming

บทนำ

ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมส่วนใหญ่ มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลายทั่วโลก จนนับได้ว่าปัจจุบันการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้ส่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั่วไปในสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อ สื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็นต่างๆ แก่กันและกัน ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตของคนไทย โดยสำนักงานพัฒนา ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2561) พบว่า ในปี 2561 คนไทยใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยมากที่สุดในโลก วันละ 10.5 ชั่วโมง ผู้ใช้ร้อยละ 93.64 มีการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน เฉลี่ยวันละ 3 ชั่วโมง 30 นาที ใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) ร้อยละ 75 ยูทูบ (Youtube) ร้อยละ 72 และไลน์ (Line) ร้อยละ 68

ด้วยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ ทำให้คนไทยส่วนใหญ่มีโอกาสในการเข้าถึงระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ประกอบกับปัจจุบันราคาของเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลง เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล คอมพิวเตอร์พกพา โทรศัพท์มือถือ ทำให้คนไทยใหญ่สามารถใช้ได้ตามความเหมาะสม โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ มีการใช้จำนวนที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2560 คนไทยมีการใช้งานสมาร์ทโฟนจำนวน 31.3 ล้านเครื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้งานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 58 ของผู้ใช้

สมาร์ทโฟนทั้งประเทศ และนิยมใช้กับเครือข่ายสังคมออนไลน์ในปี 2561 มีบัญชีรายชื่อผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คซึ่งเป็นคนไทย จำนวน 51 ล้านราย จัดอยู่ในอันดับที่ 8 ของผู้ใช้ ทั่วโลก โดยกลุ่มที่ใช้ที่มีอายุระหว่าง 18 - 34 ปี เป็นผู้ใช้อันดับสูงสุด (Hoo-suit & WeAreSocial, 2018)

ด้วยกระแสความนิยมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้หน่วยงานต่างๆ พยายามที่จะนำเอาเครือข่ายสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่างๆ เช่น การใช้สำหรับการติดต่อประสานงานในองค์กร การประชาสัมพันธ์ การขายสินค้าออนไลน์ เป็นต้น ทางด้านการศึกษา นั้น พบว่า มีการประยุกต์ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนการเรียนการสอน การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน การเผยแพร่ความรู้ การมอบหมายงานและอื่นๆ ซึ่งปรากฏในผลการศึกษา วิจัยต่างๆ เช่น การประยุกต์ใช้เฟสบุ๊คในการเรียนการสอน รายวิชาการออกแบบและผลิตสื่อกราฟิกเพื่อการศึกษา สาขาเทคโนโลยีและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร (ทิพรัตน์ สิทธิวงศ์, 2558) พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการประยุกต์ใช้ในระดับมาก และการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้สื่อมัลติมีเดียบูรณาการร่วมกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (ปสุตา แก้วมณี และอาฉีะ บิลหิมี, 2560) พบว่า ผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาหลังใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ สูงขึ้นกว่าก่อนใช้ ผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก เป็นต้น

ในการจัดการเรียนการสอนรายวิชาการ เขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต พบว่า ที่ผ่านมาการสอน

บรรยายเนื้อหา ก่อนการฝึกปฏิบัติการ นักศึกษามักให้ความสนใจน้อย และมักเปิดใช้เฟสบุ๊ค หรือดูคลิปวิดีโอในระหว่างเรียน ทำให้ขาดสมาธิ และขาดความเข้าใจในเนื้อหา ส่งผลให้ไม่สามารถ นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติการเขียน โปรแกรมได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการประยุกต์ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอน รายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต เพื่อนำ เอาสิ่งที่นักศึกษาชอบหรือความสนใจ ซึ่งกระทำอยู่เป็นประจำ มาประยุกต์ใช้ ร่วมกับการเรียนการสอนในห้องเรียน โดยมุ่งก่อให้เกิดประโยชน์ ผู้เรียน เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลลัพธ์จากการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการจัดการเรียนการสอน รายวิชาการเขียนโปรแกรมแบบพลวัต

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนรายวิชาการเขียนโปรแกรมแบบพลวัตครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) เครือข่ายสังคมออนไลน์ 2) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และ 3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) คือการบริการในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีจุดประสงค์เพื่อสร้างชุมชนเสมือน (Virtual Community) โดยให้สิทธิ์ผู้ใช้ระบบได้กำหนดรายละเอียดส่วนตัวขึ้นภายในระบบ สำหรับเผยแพร่สู่สาธารณะหรือถึงสาธารณะ โดยสามารถทำการเชื่อมโยง (Link) ไปยังผู้ใช้ระบบรายอื่น เพื่อเข้าเยี่ยมชมหรือเชื่อมโยงต่อไปยังรายการเชื่อมโยงอื่น ซึ่งผู้ใช้ระบบรายนั้นได้รวบรวมไว้

(Boyd & Ellison, 2008) เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นเครือข่ายบนระบบอินเทอร์เน็ตที่ให้กลุ่มคนซึ่งมีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เหมือนกัน ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ แสดงความคิดเห็นระหว่างกัน (Dasgupta & Dasgupta, 2009) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของข้อความ (Text) รูปภาพ (Image) วิดีโอ (Video) กิจกรรม (Activity) ข้อความ (Message) ที่อยู่เว็บไซต์ (Bookmark) รายละเอียดของผู้ใช้ระบบ (Profile) ผู้ใช้ระบบสามารถที่จะทำการนำเสนอข้อมูล (Posting) แสดงความคิดเห็น (Comment) ลงคะแนนเสียง (Voting) การชื่นชม (Like) การเผยแพร่แบ่งปันข้อมูล (Share) (Albalooshi, & et al., 2012) เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน ได้แก่ เฟสบุ๊ค พัฒนาขึ้นโดย Mark Zuckerberg โดยเริ่มต้นจากการพัฒนาใช้เพื่อใช้ในสังคมนักศึกษาในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด จนกลายมาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลมากที่สุดของโลกในปัจจุบัน (อภิชัย อารยะเจริญชัย และวรัชยา สุนทรสารทูล, 2557)

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) คือแบบจำลองที่ใช้อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมีนักวิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) กันอย่างกว้างขวาง จนได้รับการพิสูจน์ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived of Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้ (Perceived of Ease of Used) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ โมเดลดังกล่าวถูกพัฒนาขึ้นในปี 1989 โดย Davis พัฒนามาจากทฤษฎีจิตวิทยาทางสังคม ได้แก่ ทฤษฎีการตอบสนองอย่างมีเหตุผล (The Theory of Reasoned Action: TRA) และทฤษฎีพฤติกรรมที่มีแบบแผน (The Theory of Planed Behavior: TPB) (Davis, 1989) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบ

ด้วย

1. ตัวแปรภายนอก (External Variable) หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรภายนอกที่ส่งผลให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น

2. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived of Usefulness) คือ การที่ผู้ใช้ระบบสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีที่ใช้ โดยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้นได้

3. การรับรู้ถึงความสะดวกต่อการใช้ (Perceived Ease of Used) คือ การที่ใช้ระบบไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ในการศึกษาทำความเข้าใจ จนสามารถงานได้ หรือสามารถที่จะเรียนรู้การใช้งานได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย

4. ทศคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward Use) ซึ่งมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งทัศนคติมาจากความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และการกระทำ

5. ความตั้งใจในการใช้ (Intention to Use) หมายถึง การตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีพฤติกรรมให้สนใจที่จะใช้เทคโนโลยีเพียงใด

6. การใช้งานจริง (Actual Systems Use) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีนั้นจริงในการปฏิบัติงาน หรือนำไปประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกตามจุดประสงค์ของการสร้างเทคโนโลยี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิพรัตน์ สิทธิวงศ์ (2558) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการใช้เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนรายวิชาการออกแบบและผลิตสื่อกราฟิกเพื่อการศึกษา สาขาเทคโนโลยีและการสื่อสาร ซึ่งเป็นการศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้ของนิสิตที่มีต่อการใช้เฟสบุ๊ค ในการเรียนการสอนรายวิชาการออกแบบและผลิตสื่อกราฟิก เพื่อการศึกษา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่

เรียนในรายวิชา พบว่า การใช้เฟสบุ๊คในการติดต่อสื่อสารช่วยให้ผู้เรียนกับผู้สอนเกิดความใกล้ชิดคุ้นเคยกันมากขึ้น เพิ่มโอกาสการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนมากขึ้น และสามารถนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงผลงานของตนเองให้ดีขึ้น

ปสุตา แก้วมณี และอาฉะ บิลหิม (2560) พัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้สื่อมัลติมีเดียบูรณาการกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เรื่องนวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการศึกษา เป็นการวิจัยสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่เรียนในรายวิชา พบว่า ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนหลังเรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยสื่อมัลติมีเดียร่วมกับเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญ ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนในระดับมาก

ศรัณย์พร ศศิธนากรแก้ว (2558) ทำการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (SNS) ของกลุ่มเจนเอชวาย (Gen Y) โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 – 35 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงประโยชน์และรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก

ปพิชญา มกรางกูร (2559) ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี Internet Banking กรณีศึกษา GSB กับ K-Cyber ในอำเภอท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการศึกษาต่อกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ Internet Banking ในอำเภอท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Internet Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน

บุษรา ประกอบธรรม (2556) ศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งใช้โมเดลแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม รวบรวมข้อมูลจากนักศึกษา จำนวน

400 คน เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่ ส่งผลต่อการยอม
เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้อีมีอิทธิพลต่อทัศนคติใน
การใช้และความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มุ่ง
ศึกษาเพื่อหาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการประยุกต์ใช้เครือ
ข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการเรียนการสอนรายวิชา
การเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการ
สร้างกลุ่มขึ้นในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค และ
อัปโหลดข้อมูลสำหรับสนับสนุนการเรียนการสอนใน
รายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต เพื่อให้
นักศึกษาใช้ประกอบการเรียนผ่านเครือข่ายสังคม
ออนไลน์เฟสบุ๊ค ประกอบด้วย เอกสารเนื้อหาบทเรียน
เอกสารประกอบการบรรยาย เอกสารแบบฝึกปฏิบัติ
การเขียนโปรแกรม เอกสารใบงาน และคลิปวิดีโอ
สาธิตการเขียนโปรแกรมเว็บแบบพลวัต โดยให้
นักศึกษาเข้าใช้ตลอดการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561
แล้วทำการแจกแบบสอบถามแบบปลายปิดให้กับกลุ่ม
ตัวอย่างเพื่อรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงตุลาคม
พ.ศ. 2561

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยใน
ครั้งนี้ ประชากรคือ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ
บัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขต
ขอนแก่น ซึ่งลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการเขียน
โปรแกรมเว็บแบบพลวัต ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการ
ศึกษา 2561 จำนวน 4 กลุ่มเรียน รวมจำนวนทั้งสิ้น
106 คน คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง
สำเร็จรูปของเครซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan,
1970 อ้างในธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ได้กลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 84 คน แล้วทำวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย
(Sample Random Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการ
เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5
ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ได้แก่
เพศ และกลุ่มเรียน 2) ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การ
ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต 3) ข้อมูล
เกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่าย
ต่อการใช้ 4) ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการประยุกต์
ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คในการเรียนการสอน
และ 5) ความตั้งใจที่จะใช้และการใช้งานจริง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน
ประเมินค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Index of Item
Objective Congruence: IOC) ซึ่งทุกข้อมีค่าเฉลี่ยไม่
ต่ำกว่า 0.5 และให้นักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30
คน ทดลองทำแบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
(Reliability validity) โดยการวิเคราะห์ผลหาค่า
สัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)
ของคำถามทั้งหมด ได้ค่าระดับ 0.78 ซึ่งมีค่าสูงกว่า
0.6 ถือว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นที่สามารถ
นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาได้ (Nanully,
1978)

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้เก็บ
รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามข้างต้นแล้ว ได้ทำการ
วิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้
สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ สำหรับ
ข้อมูลประชากรศาสตร์ และข้อมูลประสบการณ์การ
ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต และใช้ค่า
เฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูล
การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการ
ใช้ทัศนคติที่มีต่อการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
เฟสบุ๊คในการเรียนการสอน ความตั้งใจที่จะใช้และการ
ใช้งานจริงในการวิเคราะห์ข้อมูลมาตราส่วนประมาณ
ค่าแบบ ลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ (1-5) จะนำ
ค่าเฉลี่ย ที่ได้มาแปรผลตามระดับความสำคัญ โดยมี
เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (Best, 1977)

$$\begin{aligned}\text{อันตรายภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

วิเคราะห์และอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาจำนวน 84 ชุด และได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งหมด จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ และกลุ่มเรียน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	35	41.7
	หญิง	49	58.3
กลุ่มเรียน	BIS3N1	17	20.2
	BIS3N2	27	32.1
	BIS3N3	8	9.5
	BIS3Q	32	38.1

จากตารางที่ 1 พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.7 ส่วนใหญ่เรียนอยู่ในกลุ่ม BIS3Q คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมาคือกลุ่มเรียน BIS3N1 และ BIS3N2 คิดเป็นร้อยละ 32.1 และ 20.2 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การใช้เฟสบุ๊คระหว่างเรียน การศึกษาการเขียนโปรแกรมผ่านเว็บไซต์ และผ่านคลิปวิดีโอในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต

ประสิทธิภาพการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต		ความถี่	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการใช้เฟสบุ๊คระหว่างเรียน	ไม่เคยเลย	5	6.0
	เคยบ้าง	19	22.6
	เคยเป็นประจำ	60	71.4
ประสบการณ์ในการศึกษาการเขียนโปรแกรมผ่านเว็บไซต์ต่างๆ	ไม่เคยเลย	12	14.3
	เคยบ้าง	38	45.2
	เคยเป็นประจำ	34	40.5
ประสบการณ์ในการเข้าศึกษาการเขียนโปรแกรมผ่านคลิปปวีดีโอในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	ไม่เคยเลย	25	29.8
	เคยบ้าง	39	46.4
	เคยเป็นประจำ	20	23.8

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้เฟสบุ๊คระหว่างเรียนเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือเคยบ้าง และไม่เคยเลย ร้อยละ 22.6 และร้อยละ 6.0 ตามลำดับ ส่วนประสบการณ์ในการเข้าศึกษา การเขียนโปรแกรมผ่านเว็บไซต์ต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่เคยเข้าอยู่บ้าง คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ เคยเป็นประจำ และไม่เคยเลย คิดเป็นร้อยละ 40.2 และ 14.3 ตามลำดับ และประสบการณ์ การเข้าศึกษาโปรแกรมผ่านคลิปปวีดีโอ

พบว่า ส่วนใหญ่เคยดูอยู่บ้าง คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาคือ ไม่เคยเลย และเคยเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ 23.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้ของการประยุกต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้

การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การรับรู้ถึงประโยชน์		
- เฟสบุคมีประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน	4.44	0.608
- การประยุกต์ใช้เฟสบุคช่วยให้ท่านเข้าถึงทรัพยากรประกอบการเรียนการสอนได้ดีขึ้น	4.38	0.675
- การประยุกต์ใช้เฟสบุคช่วยให้ท่านมีความเข้าใจในการเรียนมากขึ้น	3.33	0.896
- การประยุกต์ใช้เฟสบุคช่วยให้ท่านสามารถศึกษาเพิ่มเติมนอกเวลาได้ตลอดเวลา	4.01	0.703
เฉลี่ยรวม	4.04	0.408
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้		
- เฟสบุคเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานง่าย	4.65	0.503
- ท่านมีความคุ้นเคยกับเมนูเชื่อมโยงของเฟสบุคเป็นอย่างดี	4.62	0.489
- การประยุกต์ใช้เฟสบุคช่วยให้การตั้งคำถามของท่านมีความง่ายขึ้น	4.02	0.676
- การประยุกต์ใช้เฟสบุคช่วยให้ท่านฝึกปฏิบัติของท่านง่ายขึ้น	3.26	0.642
เฉลี่ยรวม	4.13	0.280

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ รับรู้ถึงประโยชน์ของการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประกอบการเรียนการสอน ในระดับมาก ($\bar{x}=4.04$, S.D.=0.408) และรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้ในการระดับมาก ($\bar{x}=4.13$, S.D.=0.280) โดยเห็นว่า เฟสบุคมีประโยชน์ต่อการเรียนการสอนในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.44$, S.D.=0.608) และการใช้งานเฟส

บุคเป็นเรื่องง่ายต่อการใช้ในการระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.65$, S.D.=0.503)

ตอนที่ 4 ทักษะที่มีต่อการประยุกต์ใช้เครือข่ายออนไลน์ในการเรียนการสอน

ผลการวิเคราะห์ทักษะที่มีต่อการประยุกต์ใช้เครือข่ายออนไลน์ในการเรียนการสอน เป็นดังนี้

ตารางที่ 4 ทักษะที่มีต่อการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอน

ทักษะที่มีต่อการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ช่วยให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาการเรียนได้ดีขึ้น	3.77	0.841
ช่วยให้การติดตามการเรียนการสอนได้ดีขึ้น	3.81	0.702
ช่วยให้เกิดความผ่อนคลายได้มากกว่าการเรียนการสอนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว	3.70	0.773
ช่วยให้เกิดความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนมากขึ้น	2.75	0.848
ช่วยให้การทบทวนกิจกรรมและเนื้อหาการเรียนได้ง่ายขึ้น	4.24	0.705
ช่วยให้กล้าแสดงความคิดเห็นและสอบถามข้อสงสัยได้ดีขึ้น	3.32	0.824
เฉลี่ยรวม	3.60	0.337

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุดต่อการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอนจะช่วยให้การทบทวนกิจกรรมและเนื้อหาการเรียนได้ง่ายขึ้น ($\bar{x}=4.24$, S.D.=0.705) รองลงมาคือ ช่วยให้ติดตามการเรียนการสอนได้ดีขึ้น ($\bar{x}=3.81$, S.D.=0.702) และช่วยให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาการเรียนได้ดีขึ้น ($\bar{x}=3.77$, S.D.=0.841) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ความตั้งใจที่จะใช้และการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ประกอบการเรียนการสอนจริง

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจที่จะใช้และการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ประกอบการเรียนการสอนจริง ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความตั้งใจที่จะใช้และการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ประกอบการเรียนการสอนจริง

ความตั้งใจที่จะใช้และการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ประกอบการเรียนการสอนจริง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ท่านมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการติดตามเนื้อหาและวิดีโอของผู้สอนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุคในกลุ่มที่สร้างขึ้น	4.58	0.496
ท่านเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุคในกลุ่มที่ผู้สอนสร้างขึ้นตลอดทั้งภาคการศึกษา	4.48	0.570

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษามีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการติดตามเนื้อหาและวิดีโอของผู้สอนที่ได้นำเสนอผ่านกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุคที่สร้างขึ้นในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.58$, $S.D.=0.496$) และมีการใช้งานจริงตลอดภาคการศึกษาในระดับมากที่สุดเช่นกัน ($\bar{x}=448$, $S.D.=0.570$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุคระหว่างเรียนเป็นประจำ เคยมีประสบการณ์ในการเข้าเว็บไซต์สอน การเขียนโปรแกรมและดูคลิปวิดีโอสาธิตการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์อยู่บ้าง เมื่อนำเอาเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุคมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน พบว่า นักศึกษารับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของศรัณย์ธร ศศิชนากรแก้ว (2558) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เจเนอเรชั่นวาย ซึ่ง รับรู้ถึงประโยชน์และรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุคในการเรียนการสอนโดยรวม ในระดับมาก นักศึกษามีทัศนคติที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด โดยมองว่าช่วยทำให้ผู้เรียนสามารถทบทวนกิจกรรมและเนื้อหาการสอนได้ง่ายขึ้น รองลงมาคือ ช่วยให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาที่ เรียนได้ดีขึ้น สอดคล้องกับปสุตา แก้วมณี และอาฉีะ บิลหิม (2560) ซึ่งได้พัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อมัลติมีเดียบูรณาการร่วมกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงขึ้นกว่าการเรียนด้วยชุดการเรียนปกติ ความมุ่งมั่นตั้งใจในการติดตามเนื้อหาการเรียนการสอนของนักศึกษาที่มีต่อการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคม

ออนไลน์ในการเรียนการสอน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และมีการเข้าใช้งานตลอดภาคการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพรัตน์ สุทธิวงศ์ (2558) ซึ่งศึกษาการใช้เฟสบุคในการเรียนการสอน โดยนิสิตให้การยอมรับในระดับมาก เป็นไปตามการศึกษาของปพิชญา มกรางกูร (2559) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Internet Banking และบุษรา ประกอบธรรม (2556) ซึ่งศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ต่างพบว่า เมื่อคนรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้ ก็จะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีและเกิดการยอมรับเทคโนโลยี

สรุป

จากผลการศึกษาตามที่ได้นำเสนอ จึงสรุปได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุค สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับการเรียนการสอน ร่วมกับการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนปกติได้ เพื่อนำเสนอเอกสารรายละเอียดเนื้อหา ตัวอย่าง แบบฝึกปฏิบัติ ใบงาน ทำให้นักศึกษาทำการศึกษาเพิ่มเติมทบทวนนอกเวลาเรียนได้ ทั้งยังสามารถตั้งคำถามหรือสอบถามปัญหาเกี่ยวกับการเรียน ทำให้มีพื้นที่การเรียนรู้เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากการเรียนการสอนภายในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว ในกรณีของรายวิชาที่ต้องมีภาคปฏิบัติการ ผู้สอนสามารถสาธิตการปฏิบัติในรูปแบบของคลิปวิดีโอ จะทำให้ผู้เรียนมองเห็นตัวอย่างการปฏิบัติจริง และฝึกปฏิบัติตามตัวอย่างได้

บรรณานุกรม

- ทิพรัตน์ ลิทธิวงศ์. (2558). การศึกษาความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการใช้ Facebook ในการเรียนการสอนรายวิชาการออกแบบและผลิตสื่อกราฟิกเพื่อการศึกษา สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7(13), 82 – 88.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- บุษรา ประกอบธรรม. (2556). การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วารสารสุทธิปริทัศน์, 27(81) มกราคม-มีนาคม 2556, 93-108.
- ปพิชญา มกรางกูร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ Internet Banking กรณีศึกษา GSB กับ K-Cyber ในอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, กรุงเทพฯ.
- ปสุตา แก้วมณี และอาฉ๊ะ บิลหิม. (2560). พัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อมัลติมีเดีย บูรณาการกับเครือข่าย สังคมออนไลน์ เรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 13(1), 83-103.
- ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว. (2558). การยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (SNS) ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y). สุทธิปริทัศน์, 29(92), 65-79.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2561). Thailand internet user profile 2018. จาก <https://www.etda.or.th> เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม 2561.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2560. จาก <http://www.nso.go.th> เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม 2561.
- อภิชัย อารยะเจริญชัย และวรัชยา สุนทรสารทูล. (2557). การวัดและการประเมินผลการใช้ Facebook. รังสิต สารสนเทศ, 20(2), 66-94.
- Albalooshi, N., Mavridis, N., & Al-Oirim, N. (2012). A survey on social network and organization development. International Conference on Collaboration Technologies and System (CTS), 2012, 539-545.
- Best, J. W. (1977). Research in Education. (3 rd ed). New Jersey: Prentice hall Inc. 174, 14.
- Dasgupta & Dasgupta. (2009). Social network web 2.0. Developerwork, 2009, 1-2.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. Management Science, 35(8), 982–1003.
- Hootsuite & WeAreSocial. (2018). Digital in 2018: Facebook’s top countries and cities. From <https://wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Accessed on Dec. 1, 2018.
- Nunnally, J.C. (1978). Psychometric theory. New York: McGraw-Hill Book Company.

การพัฒนาระบบการจองรถเช่าและการให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ REST ผ่านระบบเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา บริษัท ลีดเดอร์ บิซ โซลูชั่น จำกัด
DEVELOPMENT OF CAR RENTAL SERVICE SYSTEM AND DATA SERVICE CAR RENTAL VIA
REST A CASE STUDY LEADER BIZ SOLUTION COMPANY LIMITED

ศราวุธ ซื่อวุฒิกุล
SARAWUT SUEWUTTHIKUN

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการจองรถเช่าและการให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ Representational state transfer ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อนำเสนอข้อมูลโดยระบบประกอบด้วยระบบการจองรถเช่า และการบริการข้อมูลรถเช่าผ่านแบบ Representational state transfer (REST)

การพัฒนาระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้ใช้ระบบการจัดการฐานข้อมูล Microsoft SQL Server โปรแกรมที่พัฒนาขึ้น ด้วยภาษาที่ใช้ในการพัฒนาระบบใช้ภาษา ASP.NET วิธีการเขียนโปรแกรมแบบ Model-View-Controller ใน Microsoft Visual Basic .NET framework และพัฒนาเว็บเซิร์ฟเวอร์แบบ REST ในโครงสร้างข้อมูลแบบ JSON

ผลลัพธ์ที่ได้จากการพัฒนาระบบจากการประเมินประสิทธิภาพ การใช้ระบบจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ระดับคะแนนในภาพรวมของระบบพบว่าอยู่ในระดับดีมาก จึงสรุปได้ว่าระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสามารถให้บริการข้อมูลแบบคู่ค้าด้วยเว็บเซิร์ฟเวอร์ได้

คำสำคัญ: ระบบเช่ารถ เว็บแอปพลิเคชัน เว็บเซิร์ฟเวอร์ ระบบสารสนเทศ

Abstract

The objectives of the research were to develop of car rental service system and data service car rental via REST, application has 2 part as car rental service system and application interface program (API) service car rental

Database management system to store data and use SQL commands to interface database with developed applications. The language development program uses ASP.NET with MVC and development API service uses JSON format. A data was analyzed by using frequency, standard deviation

The result of this research were found that the senior project tracking application has 2 part as 1) web application for car rental 2) API service for car rental agent. The result from the study of user's satisfaction towards the system was on the good level ($\bar{x}=4.43, SD=0.39$)

Keywords: Car rental service system, web application, web service, information System

บทนำ

นับตั้งแต่มีผู้ให้บริการสายการบินแบบราคาถูก ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้น ซึ่งการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางนั้น จะต้องประกอบด้วยผู้ให้บริการทางด้านการขนส่งหลายรูปแบบ เช่นการขนส่งทางบก การขนส่งทางเรือ เป็นต้น การขนส่งทางบกเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยม ซึ่งการให้บริการรถแบบเช่าเหมาเป็นที่สนใจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการเดินทางและมีความเป็นส่วนตัว จากรายการของ บมจ.ซินเนอร์เจติค ออโต้ เพอร์ฟอร์แมนซ์ (ASP) กลุ่มธุรกิจทางด้านการให้บริการเช่ารถเพื่อการเดินทางเป็นที่นิยมและเกิดการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น การเพิ่มช่องทางการให้บริการบนระบบอินเทอร์เน็ตเป็นอีกวิธีที่จะทำให้สามารถนักท่องเที่ยวมีตัวบ่งชี้ว่าอัตราการใช้โทรศัพท์มือถือจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย คาดการณ์ว่าภายในปี พ.ศ. 2562 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเอเชียแปซิฟิกจะเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือมากที่สุดในโลก จะสามารถขยายช่องทางการตลาดได้มากและนักท่องเที่ยวจะสามารถเข้ามาใช้บริการได้สะดวกมากขึ้นด้วยการจองหรือรับข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและปัญหาข้างต้นทำให้บริษัท ลิตเตอร์ บิช โซลูชั่น จำกัด ในการจองรถของผู้ให้บริการรถเช่า พบว่าการจองรถที่นิยมใช้ส่วนใหญ่ เป็นการโทรจองกับบริษัทรถเช่าโดยตรง ซึ่งเวลาโทรจองรถเช่าอาจเกิดความล่าช้าในการติดต่อและ ผู้เช่าอาจจะไม่เห็นรายละเอียดที่ชัดเจนของรถที่

ต้องการเช่า จึงทำให้เกิดการส่งมอบรถที่ผิดพลาด และอาจจะมีการลืมนัดที่ข้อมูลที่สำคัญ เช่น เวลาในการรับรถหรือรุ่นรถที่ต้องการเช่า เป็นต้น และบริษัทที่มีผู้ร่วมบริการรถเช่าหลายราย ซึ่งต้องมีการปรับปรุงข้อมูลสถานะรถตลอดเวลา ซึ่งการที่มีผู้ร่วมให้บริการหลายที่มีระบบสารสนเทศในองค์กรที่แตกต่างกัน การเชื่อมโยงหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกันจึงเป็นปัญหาที่จะทำให้เกิดความผิดพลาดได้ง่าย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนาระบบการจองรถเช่า การให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ REST ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งระบบเป็นตัวกลางให้บริษัทรถเช่า นำข้อมูลรถเช่ามาลงในเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ที่ต้องการเช่ารถมีทางเลือกที่หลากหลายในการจองรถเช่า ระบบสามารถลดขั้นตอนในการจองรถเช่าเพื่อให้ผู้จองสามารถจองรถเช่าได้สะดวกรวดเร็วขึ้นและกลุ่มธุรกิจสามารถที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลรถเช่าเพื่อเพิ่มโอกาสในทางธุรกิจมากขึ้นผ่านทางเว็บไซต์ โดยระบบการจองรถเช่าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถทำงานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ได้ทุกแพลตฟอร์ม เช่น พีซี สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการให้บริการข้อมูลรถเช่า
2. เพื่อหาประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจต่อระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ทบทวนวรรณกรรม

1. วงจรการพัฒนาาระบบ

วงจรพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) เป็นวงจรที่แสดงถึงกิจกรรมในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสำเร็จ วงจรการพัฒนาระบบนี้ จะทำให้เข้าใจถึงกิจกรรมพื้นฐานและรายละเอียดต่างๆ ในการพัฒนาระบบโดยมีอยู่ 6 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 System Requirement เป็นการรับทราบปัญหา หรือความต้องการของผู้ใช้เป็นขั้นตอนของการเก็บรายละเอียดความต้องการจากผู้ใช้งานระบบ ขั้นตอนที่ 2 เป็นขั้นตอนของการค้นหาความต้องการของระบบ และวิเคราะห์ความต้องการนั้น เพื่อให้เข้าใจภาพรวมและหน้าที่การทำงานของระบบ ขั้นตอนที่ 3 เป็นขั้นตอนการออกแบบส่วนประกอบต่างๆ ของซอฟต์แวร์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการที่ได้วิเคราะห์ ซึ่งจะทำให้ได้ Context Diagram List of Process และ List of Entities List of Data ขั้นตอนที่ 4 เป็นขั้นตอนการเขียนโปรแกรมเพื่อพัฒนาระบบจากแบบบนกระดาษให้เป็นระบบตามคุณลักษณะที่กำหนดไว้ จากนั้นทำการทดสอบหาข้อผิดพลาด เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง จนมั่นใจว่าถูกต้องและตรงตามความต้องการ หากพบว่ามีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นจากการทำงานของระบบต้องปรับแก้ไขให้เรียบร้อยพร้อมใช้งานก่อนนำไปติดตั้งใช้จริง ขั้นตอนที่ 5 เป็นขั้นตอนการนำระบบที่พัฒนาจนสมบูรณ์มาติดตั้ง (Installation) และเริ่มใช้งานจริง ในส่วนนี้นอกจากติดตั้งระบบใช้งานแล้ว ยังต้องมีการจัดเตรียมขั้นตอนการสนับสนุนส่งเสริมการใช้งานให้สามารถใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ โดยจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมผู้ใช้งาน (Training) เอกสารประกอบระบบ (Documentation) และแผนการบริการให้ความช่วยเหลือ (Support) เพื่อให้ระบบสามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง ขั้นตอน 6 ขั้นตอนการบำรุงรักษาระบบต่อเนื่องหลังจากเริ่มดำเนินการ ผู้ใช้ระบบอาจจะพบกับปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลัง เช่น ปัญหาเนื่องจากความไม่คุ้นเคยกับระบบ

ใหม่ จึงควรกำหนดแผนค้นหาปัญหาอย่างต่อเนื่อง ติดตามประเมินผล เก็บรวบรวมคำร้องขอให้ปรับปรุงระบบ วิเคราะห์ข้อมูลร้องขอให้ปรับปรุงระบบ จากนั้นออกแบบการทำงานที่ต้องการปรับปรุงแก้ไขและติดตั้ง ซึ่งต้องมีการฝึกอบรมการใช้งานระบบให้แก่ผู้ใช้งาน เพื่อที่จะทราบความพึงพอใจของผู้ใช้

2. ฐานข้อมูล

ฐานข้อมูล คือ กลุ่มข้อมูลที่ถูกนำมาเก็บรวบรวมไว้ในที่เดียวกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการและประมวลผลและเพื่อนำไปใช้ในวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยกลุ่มผู้ใช้ตั้งแต่หนึ่งกลุ่มขึ้นไปซึ่งจะเป็นข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กัน ฐานข้อมูลจะเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยกัน โดยมีระบบจัดการฐานข้อมูล(Database Management System : DBMS) ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานและเป็นตัวกลางระหว่างผู้ใช้กับฐานข้อมูล มีพจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) ทำหน้าที่เก็บโครงสร้างของฐานข้อมูลไว้ ฐานข้อมูลที่ได้รับความนิยมคือ ฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ที่จัดการกลุ่มข้อมูลเดียวกันในรูปของตาราง หรือเทเบิล (Table) แบบสองมิติ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลแต่ละแถวในแนวนอนที่เรียกว่า เรคคอร์ด (Record) และข้อมูลแต่ละคอลัมน์ในแนวตั้งที่เรียกว่าฟิลด์ (Field) ทำให้สามารถเชื่อมโยง หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มข้อมูลหรือตารางที่เกี่ยวข้องกันในฐานข้อมูลเดียวกันได้ง่าย

3. REST (Representational State Transfer) และ โครงสร้างข้อมูลแบบ JSON (JavaScript Object Notation)

Representational State Transfer (REST) เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2000 โดย Roy Thomas Fielding ซึ่ง Representational State Transfer (REST) เป็นสถาปัตยกรรมการสื่อสารข้อมูล เว็บเซอร์วิสรูปแบบหนึ่งที่ใช้แผ่กระจายสื่อ เป็นแนวทางใหม่ ในการสร้างเว็บเซอร์วิสแบบง่าย โดยเรียกใช้ผ่านทาง HTTP Method GET / POST / PUT / DELETE และส่ง

ข้อมูลออกมาในรูปของ XML ทำให้ปริมาณข้อมูลที่รับส่ง น้อยกว่าการใช้ Protocol SOAP อยู่มาก ซึ่งข้อดีข้อนี้ของ REST เป็นนิยมในการเขียนโปรแกรมแบบใช้ RESTful Web Service กันมาก เพราะให้ผลทางด้านประสิทธิภาพของการทำงานเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจาก REST ถูกพัฒนาในปี 2000 ทำให้ยังไม่มีมาตรฐานที่กำหนดให้บังคับใช้งานเหมือน Protocol SOAP เดิม ซึ่งโดยส่วนใหญ่ นักพัฒนาจะสร้างมาตรฐานในการรับส่งข้อมูลขององค์กรตนเองขึ้นมา โดยภาษาในยุคปัจจุบันได้ถูกออกแบบให้รองรับ RESTful Web Service เป็นส่วนใหญ่ พื้นฐานการทำงานของ REST และการใช้ทรัพยากรต่างๆ จะกระทำผ่าน HTTP protocol โดยใช้ URI ในการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้ร้องขอข้อมูลด้วยวิธี HTTP ที่เหมาะสม เช่น GET สำหรับการดึงข้อมูล POST สำหรับการสร้างข้อมูล PUT สำหรับการแก้ไขข้อมูล และ DELETE สำหรับลบข้อมูล โดยมีรูปแบบของข้อมูลที่ใช้สื่อสารกันอยู่ในรูปแบบ XML, JSON, Atom เป็นต้น แต่หนึ่งในรูปแบบที่ได้รับความนิยมคือ JSON JavaScript Object Notation) เป็น Standard format อย่างหนึ่งที่เปี่ยมข้อความ ที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ใช้วิธีการสร้าง object ขึ้นมาเพื่อส่งข้อมูลระหว่างซอฟต์แวร์ หรือ Applications Program Interface (API) โดยจะมีรูปแบบเป็น คู่ Key-Value หรือเป็นแบบลักษณะข้อมูลแบบ array โดยสามารถนำมาใช้แทนรูปแบบการสื่อสารที่เป็น XML ได้ ซึ่งการรับส่งข้อมูลในรูปแบบ JSON โปรแกรมภาษาหลายชนิดรองรับการใช้งาน JSON โดยสามารถสร้างและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแสดงผลลัพธ์ได้หลายลักษณะและมีการรองรับชนิดข้อมูลต่างๆ ได้แก่ Number: ชนิดข้อมูลตัวเลข String: Unicode ใช้เครื่องหมาย Double-quote เพื่อตัวบ่งบอกถึงช่วงข้อมูลของ Unicode Boolean: ค่าข้อมูลทางตรรกศาสตร์โดยจะมีค่าเป็น True หรือ False Array เป็น ชุดข้อมูลซึ่งจะเป็นชนิดใดก็ได้โดยใช้สัญลักษณ์ square bracket [var1,var2] เป็นตัว

แสดงข้อมูลและคั่นด้วยเครื่องหมาย comma แต่ละค่าใน array Object เป็นคี่ข้อมูลที่เป็นคู่ Key-Value ชนิด Strings ใช้สัญลักษณ์ปีกกา {key1:value1,key2:value2} ใช้ comma ในการแบ่งแต่ละคู่ และใช้เครื่องหมาย colon แบ่งระหว่าง key และ value และชนิดสุดท้ายคือ Null เป็นค่าว่าง สำหรับ JSON Schema ใช้สำหรับแสดงรูปแบบและ โครงสร้างของ JSON เพื่อ validation documentation และ interaction control เพื่อการติดต่อยัง ซอฟต์แวร์ หรือ Applications Program Interface (API) ผู้ร้องขอข้อมูลจำเป็นต้องส่ง การร้องขอ(request) ที่ทาง ซอฟต์แวร์หรือ Applications Program Interface (API) ต้องการไปให้ครบถ้วน

4. Model-View-Controller (MVC)

Model View Controller เป็น framework ในการพัฒนา web application ที่ถูกออกแบบให้รองรับ MVC pattern โดยจัดการแยกหน้าที่ขององค์ประกอบใน application ออกเป็นส่วนๆ (separation of concerns) เพื่อให้สะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการพัฒนาซอฟต์แวร์และขยายระบบเพิ่มเติมรวมถึงการทดสอบซอฟต์แวร์ นี่เป็นส่วนๆได้โดยไม่กระทบ หรือกระทบน้อยที่สุดกับส่วนอื่น โดย MVC ย่อมาจาก- Model คือ ส่วน Business Model หรือส่วนที่ติดต่อกับฐานข้อมูล Controller คือ ส่วนควบคุมและรับ request จากผู้ใช้งานและนำข้อมูลจาก Model มาเพื่อแสดงผลข้อมูลกลับไปยังผู้ใช้งานที่ส่วน View และ View คือ ส่วนที่แสดงผลข้อมูลข้อดีของ MVC Project Structure มีการแบ่งแยกส่วนต่างๆ ของ code ออกจากกันชัดเจนและ Test Driven Development and Reusability ด้วยการแบ่งส่วนการทำงานของ code ออกจากกันชัดเจน ทำให้สามารถทำ Unit Testing ได้ง่ายขึ้น และ Controller ไม่จำเป็นต้องผูกกับ View ใด View หนึ่ง สามารถ reuse ใช้ได้กับหลายๆ View ได้ Performance ใน Model-View-Controller จะไม่มี View State และ event ทำให้ลดขนาด page

size ลงไป ทำให้ได้ performance ที่ดีกว่า Full control over HTML ใน Model-View-Controller ไม่มี server control มาให้เหมือน Web Forms ทำให้เราสามารถใช่ control ของ HTML และ java script ได้อย่างอิสระ SEO, URL Routing and REST มีการเรียก URL แบบ REST service และการทำ SEO (Search Engine Optimization) ง่ายกว่า Support Parallel Development ใน Model-View-Controller มีการแบ่งส่วนการทำงานออกจากกันชัดเจน ทำให้ผู้พัฒนาสามารถพัฒนาคู่ขนานกันไปได้ เช่น ในส่วนผู้รับผิดชอบการพัฒนา View และผู้รับผิดชอบ Design สามารถที่จะทำคู่ขนานไปพร้อมกันได้

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

มนายกฤษฎา จินดานวกุล,(2558) ได้พัฒนาระบบบริหารจัดการรถเช่า บริษัท Pagoda Leasing มีวัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองความต้องการการบริหารข้อมูลอย่างเป็นระบบ และในการใช้งานข้อมูลต่างสาขาได้ ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ลดเวลาในการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนการทำงานเดิมลงเพราะข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ถูกจัดเก็บไว้แล้วภายในระบบ ส่งผลให้พนักงานทำงานได้ดีขึ้น ให้บริการได้ดีและรวดเร็วขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น ลดทรัพยากรที่เกิดจากการปฏิบัติงาน และการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระดาษ ทำให้ค่าใช้จ่ายของบริษัทลดลง และระบบบริหารจัดการรถเช่าทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่รวดเร็วขึ้น เพราะระบบมีความสามารถในการค้นหารถยนต์ที่ต้องการจอง อีกทั้งยังสามารถออกไปกำกับภาษีให้ลูกค้าได้

นางสาวชไมพร เทพมาลี และ นางสาวสองสายชล จันทร์ดอกรัก,(2558) ได้พัฒนาระบบจัดการ เช่ารถบรรทุก กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด

ตะวันฉายรีฟีกเกอร์ชั่น มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบจัดการ การให้เช่ารถบรรทุกของบริษัทห้างหุ้นส่วนจำกัด ตะวันฉาย รีฟีกเกอร์ชั่น ลดขั้นตอนการดำเนินงาน ทำให้การดำเนินงานรวดเร็วยิ่งขึ้น ลดระยะเวลาในการทำงานของพนักงาน ช่วยลดความผิดพลาดในการดำเนินงาน สามารถสรุปยอดและออกรายงานตามช่วงเวลาที่ต้องการได้ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้ามากขึ้น ลดการผิดพลาดของข้อมูลในการออกไปเสร็จรับเงินให้กับลูกค้า

นายอรรถสิทธิ์ สุขสมทวีทรัพย์,(2559) ได้พัฒนาระบบจองและลงประกาศรถเช่าพร้อมคนขับออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ Rentcnd.com โดยผู้ใช้สามารถลงประกาศรถเช่าพร้อมคนขับจองรถเช่าพร้อมคนขับ จัดการข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ ดูสถิติการจองหรือการให้เช่าบริการ แสดงความคิดเห็นหลังใช้บริการ และผู้ใช้สามารถดูข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการลงประกาศให้เช่ารถพร้อมคนขับ ในส่วนของผู้ใช้ดูและเว็บไซต์สามารถดูข้อมูลสถิติการใช้บริการของผู้ใช้ และจัดการกับข้อมูลหลัก ต่าง ๆ ได้ผ่านเว็บแอปพลิเคชัน

วิธีดำเนินการพัฒนาระบบในงานวิจัย

ในงานวิจัยนี้เพื่อพัฒนาระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการให้บริการข้อมูลรถเช่าและหาประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจต่อระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา บริษัท สีดเดอร์ บิซ โซลูชั่น จำกัด ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ขั้นตอนใน SDLC เพื่อให้เป็นตามวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาข้อบกพร่องหาแนวทางการแก้ไขกระบวนการการจองรถเช่าและการให้บริการข้อมูล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความถูกต้องบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

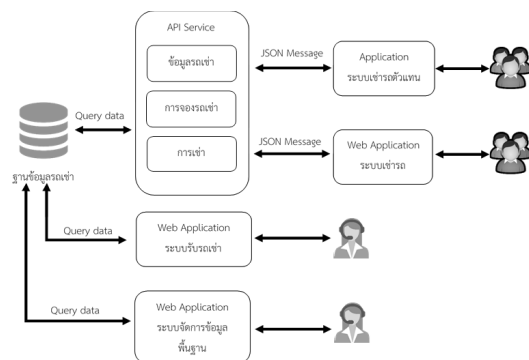
1. กำหนดปัญหาและการค้นหาความต้องการของระบบ

จากการศึกษาปัญหากระบวนการของ บริษัท ลีตเตอร์ บิซ โซลูชั่น พบว่าการจองรถผู้ใช้บริการเช่ารถโดยส่วนใหญ่ เป็นติดต่อการเช่ารถผ่านช่องทาง call center กับบริษัทเช่าโดยตรง ซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการเช่ารถกับบริษัท และการสูญเสียประโยชน์ของการให้บริการจองรถเช่าของบริษัทในการจองรถเช่าผ่านตัวแทนของบริษัทที่มีระบบการให้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้บริการอาจจะไม่เห็นรายละเอียดที่ชัดเจนของรถที่ต้องการเช่า จึงทำให้เกิดการส่งมอบรถที่ผิดพลาดส่งผลให้ผู้ต้องการเช่าเสียเวลาในการหาบริษัทเช่า และความต้องการในการปรับปรุงระบบใหม่ ให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาเช่าผ่านทางเว็บไซต์ได้และนำเสนอข้อมูลรถเช่าปัจจุบันให้กับบริษัทตัวแทนเพื่อนำเสนอข้อมูลการจองรถเช่าต่อผู้ใช้บริการได้ ซึ่งการเช่ารถประกอบไปด้วยกระบวนการจองรถเช่าและรับรถรวมถึงจัดการข้อมูลรถของบริษัท ในส่วนของการให้บริการข้อมูลรถเช่าเป็นการนำข้อมูลรถเช่าปัจจุบันของบริษัทพร้อมกับการดำเนินการตามกระบวนการจองรถ

2. การออกแบบระบบ

การออกแบบระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการให้บริการข้อมูลรถเช่าผู้วิจัยได้แยกการเข้าถึงข้อมูลภายในฐานข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 เป็นการเข้าถึงข้อมูลโดยผ่านการเรียกดูข้อมูล Query ซึ่งในส่วนนี้เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างฐานข้อมูลกับระบบจัดการข้อมูลพื้นฐานรถเช่า และระบบการรับรถเช่า ส่วนที่ 2 เป็นส่วนของระบบจองรถ และระบบเช่ารถซึ่งจะติดต่อผ่าน API service โดยเป็นการบริการข้อมูลในรูปแบบของ JSON format แบ่งการทำงานของ service ออกเป็น 3 บริการ ได้แก่ 1.car_rent_service ในการให้บริการด้านข้อมูลรถเช่า 2.book service เป็น service ที่ให้บริการการจองรถเช่า และ 3.rent_service เป็น service ที่ให้บริการเช่ารถ ดังภาพที่ 1 ในการกำหนดรูป

แบบส่วนการให้บริการข้อมูลของ service ในแต่ละบริการมุ่งเน้นสามารถใช้งานได้ง่ายต่อระบบที่มีความแตกต่างกัน โดยใช้การรับส่งข้อมูลแบบ JSON ซึ่งผู้ใช้บริการข้อมูลเหล่านี้จะต้องมีขั้นตอนในการลงทะเบียนเพื่อรับ token ในการยืนยันตัวตนในการใช้ข้อมูลในการใช้งาน service ทุกครั้ง ดังภาพที่ 2 ขั้นตอนการตรวจสอบ token โดยตัวแทนลงทะเบียนกับระบบซึ่งจะได้ชุดตัวเลขที่เข้ารหัส base64 เพื่อใช้แนบค่าในการ request ทุกฟังก์ชันที่มีการติดต่อกับ API service ซึ่งจัดส่งมาให้รูปแบบของข้อมูล JSON ตัวอย่างเช่น การร้องขอข้อมูลรถเช่าตามช่วงเวลา ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 1 การออกแบบระบบการจองรถเช่าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการให้บริการข้อมูลรถเช่า

รายละเอียดการจอง	รายละเอียดรถเช่า
เลขการจอง	10000087
อีเมลการจอง	pranee@hotmail.com
วันที่จองรถ	4/4/2561
วันที่เช่ารถ	4/4/2561
วันที่คืนรถ	5/4/2561
สถานที่เช่า	Don Muang International Airport
สถานที่คืน	Don Muang International Airport

รายละเอียดรถเช่า	รายละเอียด	ราคาเช่า	จำนวน	รวม	
รถเช่า	100004	Nissan Match	850.00	1	850.00
รวม					850.00

ภาพที่ 2 รูปแบบ JSON Format เพื่อให้บริการข้อมูลรถเช่า

```
{
  {
    "sid": "JV085054",
    "profile": {
      "id": "ภพ8596",
      "province": "อยุธยา",
      "brand": "Honda",
      "series": "CR-V",
      "transmission": "Automatic",
      "seat": 5,
      "door": "5",
      "engine": 2.1,
      "fuel": "petrol"
    },
    "option": {
      "aircondition": "yes",
      "audio": "yes",
      "gps": "yes"
    },
    "price": {
      "perday": 2300,
      "permonth": 3400,
      "peryear": 45000
    },
    "location": {
      "city": "ayutthaya",
      "lat": 14.35167,
      "long": 100.57739
    },
    "servicecharge": {
      "returnother": 30,
      "overlate": 3
    }
  }
}
```

ภาพที่ 3 การร้องขอข้อมูลจาก API Service รถเช่าตามช่วงเวลา

3. การพัฒนาระบบ

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดแบบ Model-View-Controller มาใช้ในการพัฒนาระบบในส่วนของการจัดการข้อมูลพื้นฐานและระบบการรับรถเช่า ที่ติดต่อกับฐานข้อมูลด้วยการเรียกดูข้อมูลโดยแบ่งส่วน Model เป็นส่วนที่ติดต่อกับฐานข้อมูล ทุกหน้าเพจที่ถูกสร้างขึ้นและมีการเรียกใช้ข้อมูลในฐานข้อมูลจะมีการเรียกใช้ Model ตัวเดียวกัน และออกแบบให้สามารถตอบสนองได้จาก Controller หลายๆ ตัว ในส่วน Controller คือ ส่วนควบคุมและรับ request จากผู้ใช้งานและนำข้อมูลจาก Model และในส่วนที่เป็นระบบเช่ารถ จะมี API ทำหน้าที่เป็น Controller ในส่วนนี้ และส่วนของ View เป็นส่วนที่ติดต่อกับ user ถูกออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน ดังภาพที่ 4

```
{
  token: "YXNwamFjb2FtNTY1MTU2YTRjZnNhZjg5dnMxczFkczQ4c2Qx",
  sdate: "2018-07-27",
  stime: "07:48",
  edate: "2018-08-27",
  etime: "18:11",
  city: "khonkaen",
  lan: null,
  long: null,
  seat: null,
  engine: null,
  agent: "thai2rent",
  timestamp: "2018-06-11 14:26:44"
}
```

ภาพที่ 4 ส่วนของ View ในการจัดการข้อมูลการจองรถเช่า

3. การประเมินผลของระบบ

ผู้วิจัยได้แบ่งการประเมินระบบออกเป็น โดยใช้แบบสอบถามซึ่งได้ประเมินความพึงพอใจ 4 ด้าน คือ ด้านความถูกต้องและประสิทธิภาพของระบบตรงตามความต้องการของผู้ใช้หรือไม่ (Functional Requirement Test) ด้านความถูกต้องและประสิทธิภาพในการทำงานของระบบ (Functional Test) ด้านลักษณะการออกแบบระบบง่ายต่อการใช้งานมากน้อยเพียงใด (Usability Test) และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบมีมากน้อยเพียงใด (Security Test) เป็นแบบสอบถาม มาตรฐานส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยระดับ 1.00 ถึง 1.50 โปรแกรมที่พัฒนามีประสิทธิภาพในระดับต้องแก้ไข ระดับที่ 1.51 – 2.50 โปรแกรมที่พัฒนามีประสิทธิภาพในระดับปรับปรุง ระดับ 2.51 – 3.50 โปรแกรมที่พัฒนามีประสิทธิภาพในระดับพอใช้ ระดับ 3.51 – 4.50 โปรแกรมที่พัฒนามีประสิทธิภาพในระดับดี ระดับ 4.51 - 5.00 โปรแกรมที่พัฒนามีประสิทธิภาพในระดับดีมาก การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้พัฒนาได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและสถานะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระบบ ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบ ได้แก่ การประเมินระบบด้าน Functional Requirement Test การประเมินระบบด้าน Functional Test การประเมิน

ระบบด้าน Usability Test และการประเมินระบบด้าน Security Test และ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ โดยกลุ่มประชากรที่ประเมินเป็น ผู้ใช้งานทั่วไป

ผลการวิจัย

การพัฒนากระบวนการจองรถเช่าและการให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ REST ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้าน ดังนี้

ด้านการพัฒนาระบบระบบการจองรถเช่า และการให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ REST ได้ระบบย่อยที่ได้แก่ จัดการข้อมูลพื้นฐาน อนุมัติตัวแทนบริษัทรถเช่า ลงทะเบียนตัวแทนบริษัทรถเช่า ระบบแสดงรายงาน ระบบการจองรถเช่า ระบบรับรถ และทะเบียนลูกค้า โดยการให้บริการข้อมูลรถเช่า และการจองรถเช่าผ่าน API Service ได้แก่ API car_rent_service book service และ rent_service

ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ผลการประเมินระบบด้าน Functional Requirement Test ได้คะแนนเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.32 มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี ผลการประเมินระบบด้าน Functional Test ได้คะแนนเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องของการผลลัพธ์ ซึ่งเห็นว่าระบบสามารถจัดการข้อมูลได้อย่างถูกต้องกับความต้องการของผู้ใช้ในระดับดีมาก ผลการประเมินระบบ

ด้าน Usability Test ได้คะแนนเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นระบบมีความเหมาะสมในการใช้ข้อความเพื่ออธิบายสื่อความหมายและความเหมาะสมในการใช้สัญลักษณ์ ผลการประเมินระบบด้าน Security Test ได้คะแนนเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีมาก แสดงให้เห็นว่าระบบมีความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการพัฒนาระบบการจองรถเช่าและการให้บริการข้อมูลรถเช่าแบบ REST ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยประยุกต์ใช้ กระบวนการพัฒนาตามทฤษฎีวงจรการพัฒนา ระบบ ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบและสามารถพัฒนาระบบที่ใช้ในการแก้ไขปัญหามาในประการแรกคือการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบด้วยการใช้งานระบบฐานข้อมูลรวมกับการทำงานผ่านเว็บแอปพลิเคชัน และการนำข้อมูลไปใช้งานร่วมกับระบบที่มีความแตกต่างกัน ด้วยวิธี REST ทำให้ระบบตัวแทนซึ่งมีความแตกต่างกันทางด้านสถาปัตยกรรมของระบบรูปแบบการดำเนินธุรกิจประยุกต์ใช้ข้อมูลเดียวกันได้ ซึ่งระบบสามารถให้ประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจต่อผู้ใช้ระบบทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก

Reference

- วิกิพีเดีย. (2560). วงจรชีวิตของการพัฒนาซอฟต์แวร์. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2561. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/วงจรชีวิตของการพัฒนาซอฟต์แวร์>
- วิกิพีเดีย. (2560). ระบบสารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2561. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ระบบสารสนเทศ>
- กฤษฎา จินดานวกุล. (2558). ระบบบริหารจัดการรถเช่า บริษัท Pagoda Leasing. สาขาวิชาระบบสารสนเทศ เพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชไมพร เทพมาลี และ สองสายชล จันทร์ดอกกรัก. (2558). ระบบจัดการเช่ารถบรรทุก กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วน จำกัด ตะวันฉายรีฟีกเกอร์เซ็น. ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.

- สุรีย์พร อังสุภาณิช. (2558). ASP.NET MVC Part 1: ทำความรู้จักกับ ASP.NET MVC. จาก <https://sysadmin.psu.ac.th/2015/asp-net-mvc-part-asp-net-mvc/>. วันที่ 6 ธันวาคม 2560
- สุภกิจ อัญนพพรชัย. (2560). SQL คืออะไร. จาก <https://saixiii.com/sql-statement/>. วันที่ 6 ธันวาคม 2560
- อรรถสิทธิ์ สุขสมทวิทรัพย์. (2559). ระบบจองและลงประกาศรถเช่าพร้อมคนขับออนไลน์. ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- รายงานข่าว Next Trade Co., Ltd.. (2018) ASAP ธุรกิจรถเช่าที่พร้อมเติบโตไปกับการท่องเที่ยวไทย. จาก www.hooncenter.com. วันที่ 27 มกราคม 2561

การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันและวิธีกำหนดราคาของรายการ
ระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558)
DISCLOSURE ABOUT A PERSON OR AN ENTITY THAT IS RELATED TO THE ENTITY, AND
PRICING METHOD FOR RELATED PARTY TRANSACTIONS WITH AN ENTITY'S RELATED
PARTIES-TAS 24 (REVISED 2015)

สุมินทร เบ้าธรรม¹ และคณะ^{2,3,4}
Sumintorn Baotham¹ et al.,^{2,3,4}

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร

^{2,3,4} นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร

¹Asst.Prof.Dr, Accounting Department, RMUTI, Sakon-Nakhon Campus

^{2,3,4} Students of Accounting Department, RMUTI, Sakon-Nakhon Campus

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษา (1) การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) และ (2) วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 738 บริษัท โดยการสำรวจจากหมายเหตุประกอบงบการเงินประจำปี 2559 แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 สำรวจลักษณะความสัมพันธ์โดยแยกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ (1) บริษัทใหญ่ (2) กิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมใน/กิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ (3) บริษัทย่อย (4) บริษัทร่วม (5) การร่วมค้าที่กิจการเป็นผู้ลงทุนการร่วมค้า (6) ผู้บริหารสำคัญของกิจการหรือของบริษัทใหญ่ และ (7) บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ ส่วนที่ 2 สำรวจวิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน โดยแยกเป็น 8 วิธี ดังนี้ (1) ราคาตามที่เกิดขึ้นจริง (2) ราคาตลาด (3) ราคาที่ตกลงร่วมกัน (4) ราคาตามราคาที่ระบุไว้ในสัญญา (5) ราคาใกล้เคียงกับตลาด (6) ราคาทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (7) ราคาตามที่ประกาศจ่าย และ (8) ราคาอื่น ๆ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละ

ผลการศึกษาส่วนที่ 1 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน พบว่าลักษณะความสัมพันธ์เกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ที่มีการเปิดเผยมากที่สุดได้แก่ การเปิดเผยบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ รองลงมาคือ การเป็นบริษัทย่อย และการเป็นบริษัทร่วม ตามลำดับ ส่วนการเปิดเผยกิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมหรือกิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ มีการเปิดเผยน้อยที่สุด ผลการศึกษาส่วนที่ 2 วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน พบว่า วิธีที่กิจการใช้ในการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน มากที่สุดคือ วิธีราคาตามราคาที่ระบุไว้ในสัญญา รองลงมาคือ วิธีอื่น ๆ และวิธีราคาที่ตกลงร่วมกัน ตามลำดับ ส่วนวิธีราคาตามราคาที่ประกาศจ่าย เป็นวิธีที่กิจการใช้ในการกำหนดราคาน้อยที่สุด ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อกองทุนในการพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน และรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เมื่อต้องตัดสินใจลงทุน

คำสำคัญ: การเปิดเผยข้อมูล บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน

Abstract

This research studies (1) disclosure of transactions and outstanding balances with an entity's related parties- IAS 24 (Revised 2015) and (2) pricing method for related party transactions of Thai listed companies. A total of 738 companies were surveyed from the notes to their financial statements for 2016. The survey is divided into 2 parts. Part 1 surveys the person or entity that is related to the entity in 7 categories: (1) the parent; (2) entities with joint control or significant influence over the entity; (3) subsidiaries; (4) associates; (5) joint ventures in which the entity is a venturer; (6) key management personnel of the entity or its parent; and (7) other related parties. Part 2 surveys the pricing method for related party transactions in 8 categories: (1) actual price; (2) market price; (3) agreed price; (4) contract price; (5) price close to the market; (6) cost plus margin; (7) price as declared; and (8) other price. Statistics used in the data analysis include frequency and percentage.

Part 1 results found that the person or entity that is most related to the entity is other related parties, followed by subsidiaries and associates. The person or entity that is least related to the entity is joint ventures in which the entity is a venturer. Part 2 results found that the most frequent pricing method for related party transactions is contract price, followed by other price and agreed price. The least frequent pricing method for related party transactions is price as declared. The findings from this research will benefit potential investors in considering information about an entity's related parties before investing in that entity.

Keywords: Disclosure, person or entity that is related to the entity, pricing method for related party transaction, Thai listed companies

1. บทนำ

การตัดสินใจในการลงทุนของนักลงทุนจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หลายประการ ประเด็นหนึ่งที่มีความสำคัญคือ “รายการบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน” ซึ่งตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) ระบุว่า กิจการจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินตระหนักถึงความเป็นไปได้ที่ว่าฐานะการเงิน และกำไรหรือขาดทุนของ

กิจการ อาจได้รับผลกระทบจากการที่กิจการมีบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน และจากการมีรายการและยอดคงค้าง รวมถึงภาระผูกพันกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินได้ประเมินการดำเนินงานของกิจการ ความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจของกิจการนั้น ๆ ได้ ทั้งนี้ สามารถแยกประเด็นของความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันได้ ดังนี้ (1) ความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันเป็นเรื่องปกติทางการค้า และการประกอบธุรกิจ

ตัวอย่างเช่น การที่กิจการมีกิจกรรมทางธุรกิจผ่าน
บริษัทย่อย การร่วมค้า และบริษัทร่วมบอยครั้ง ซึ่งภายใต้
สถานการณ์เหล่านี้ ความสามารถของกิจการในการ
ส่งผลกระทบต่อนโยบายการเงินและการดำเนินงาน
ของผู้ได้รับการลงทุนเกิดขึ้นโดยผ่านการควบคุม การ
ควบคุมร่วม หรือการมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ (2)
ความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน อาจ
มีผลกระทบต่อกำไรหรือขาดทุนและฐานะการเงินของ
กิจการ บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน อาจทำ
รายการที่บุคคลหรือกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกันไม่ทำ
ตัวอย่างเช่น กิจการขายสินค้าในราคาทุนให้แก่บริษัท
ใหญ่ ซึ่งอาจไม่ขายให้กับลูกค้ารายอื่นในเงื่อนไข
เดียวกัน นอกจากนี้ รายการระหว่างกิจการกับบุคคล
หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอาจไม่เกิดขึ้นในจำนวนเงิน
เดียวกันกับรายงานระหว่างกิจการกับบุคคลหรือ
กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (3) กำไรหรือขาดทุนและ
ฐานะการเงินของกิจการอาจได้รับผลกระทบความ
สัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันแม้ไม่มี
รายการระหว่างกันเกิดขึ้น การมีความสัมพันธ์เพียง
เล็กน้อยกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอาจเพียง
พอที่จะส่งผลกระทบต่อรายการที่กิจการมีกับบุคคล
หรือกิจการอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกัน ตัวอย่างเช่น บริษัท
ย่อยอาจเลิกความสัมพันธ์กับคู่ค้า เมื่อบริษัทใหญ่ซื้อ
บริษัทย่อยอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งทำธุรกิจประเภทเดียวกับคู่
ค้า กิจการหนึ่งอาจจะบังเอิญบังเอิญบางอย่างเพราะได้
รับอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญจากอีกกิจการหนึ่ง เช่น
บริษัทย่อยอาจได้รับคำสั่งจากบริษัทใหญ่ไม่ให้อำนาจ
การดำเนินงานและพัฒนา เป็นต้น ทั้งนี้ มาตรฐานการ
บัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) กำหนดว่า กิจการ
ต้องเปิดเผยข้อมูลแยกจากกันตามแต่ละประเภท ดังนี้
(1) บริษัทใหญ่ (2) กิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมใน หรือ
กิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ (3)
บริษัทย่อย (4) บริษัทร่วม (5) การร่วมค้าที่กิจการเป็น
ผู้ลงทุนร่วมค้า (6) ผู้บริหารสำคัญของกิจการหรือของ
บริษัทใหญ่ และ (7) บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

อื่น ๆ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจ
ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่
เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย เฉพาะงบการเงินปี 2559 โดยทำการ
แบ่งประเภทเป็น 7 ประเภท ตามที่ระบุไว้ในมาตรฐาน
การบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) เพื่อจะได้ทราบ
ว่ากิจการได้มีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวหรือไม่
อย่างไร และเพื่อให้เกิดคุณค่าต่องานวิจัยเพิ่มมากขึ้น
ผู้วิจัยจึงเพิ่มการศึกษาวិธีการกำหนดราคาของรายการ
ระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อสำรวจว่ากิจการใช้
วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่
เกี่ยวข้องกัน โดยวิธีใดบ้าง ทั้งนี้ สารสนเทศที่ได้จาก
การวิจัยจะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ช่วยในการพิจารณา
ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน รวมถึง
วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่
เกี่ยวข้องกัน เพื่อประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน
ตลอดจนเพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินได้ตระหนักถึงความเป็น
ไปได้ที่ว่าฐานะการเงินและกำไรหรือขาดทุนของ
กิจการอาจได้รับผลกระทบจากการที่กิจการมีบุคคล
หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน และจากการมีรายการและ
ยอดคงค้าง รวมถึงภาระผูกพันกับบุคคลหรือกิจการที่
เกี่ยวข้องกัน

2. การเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) ในทุกกิจการต้อง (สภาวิชาชีพ บัญชี, 2560: ออนไลน์)

1.เปิดเผยความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทใหญ่
และบริษัทย่อยในทุกกรณี ไม่ว่าจะมียุทธการระหว่าง
กันหรือไม่ กิจการต้องเปิดเผยชื่อของบริษัทใหญ่ และ
กิจการที่เป็นผู้ควบคุมสูงสุดในกิจการหากมิใช่เป็น
บริษัทใหญ่ หากบริษัทใหญ่หรือกิจการที่เป็นผู้ควบคุม
สูงสุดในกิจการไม่ได้จัดทำงบการเงินรวมเพื่อเสนอต่อ
สาธารณชน กิจการต้องเปิดเผยชื่อของบริษัทใหญ่ที่
อยู่ในลำดับถัดขึ้นไปที่มีการจัดทำงบการเงินรวมเพื่อ

เสนอต่อสาธารณชนด้วย

2. เปิดเผยความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันในทุกกรณีที่มีการควบคุมเกิดขึ้นไม่ว่าจะมีรายการระหว่างกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินได้เข้าใจถึงผลกระทบที่มีต่อกิจการอันเป็นผลมาจากการมีความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

3. การเปิดเผยความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทใหญ่และบริษัทย่อยตามมาตรฐานการบัญชีฉบับนี้เป็นการเปิดเผยเพิ่มเติมจากมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 27 (ปรับปรุง 2558) เรื่อง งบการเงินเฉพาะกิจการ (เมื่อมีการประกาศใช้) และมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 12 (ปรับปรุง 2558) เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนได้เสียในกิจการอื่น (เมื่อมีการประกาศใช้)

4. ข้อ 1. หมายถึง บริษัทใหญ่ในลำดับถัดไปซึ่งหมายถึงบริษัทใหญ่รายแรกในกลุ่มเหนือ บริษัทใหญ่ระหว่างกลาง (Intermediate parent) ซึ่งเป็นผู้จัดทำงบการเงินรวมเพื่อเสนอต่อสาธารณชน

5. กิจการต้องเปิดเผยจำนวนค่าตอบแทนที่จ่ายให้แก่ผู้บริหารสำคัญของกิจการเป็นยอดรวมและแยกประเภทดังต่อไปนี้ (1) ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน (2) ผลประโยชน์หลังออกจากงาน (3) ผลประโยชน์ระยะยาวอื่นๆ (4) ผลประโยชน์เมื่อถูกเลิกจ้างงาน และ (5) ผลประโยชน์ของพนักงานที่จ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์

5ก. ในกรณีที่กิจการได้รับบริการด้านผู้บริหารสำคัญจากกิจการอื่น (กิจการบริหาร) กิจการไม่ต้องนำข้อกำหนดในข้อที่ 5 มาปฏิบัติกับค่าตอบแทนที่กิจการบริหารได้จ่ายหรือที่จะต้องจ่ายให้แก่พนักงานหรือกรรมการของกิจการบริหาร

6. ในกรณีที่กิจการมีรายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน กิจการต้องเปิดเผยลักษณะความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับรายการและยอดคงค้างของ

รายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ที่จำเป็นในการทำความเข้าใจถึงผลกระทบจากความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันที่อาจมีต่อการเงิน ข้อกำหนดในการเปิดเผยนี้เป็นรายการที่เพิ่มขึ้นจากข้อกำหนดในข้อที่ 5 ซึ่งกำหนดให้เปิดเผยค่าตอบแทนของผู้บริหารสำคัญ โดยกิจการต้องเปิดเผยข้อมูลทุกข้อต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย (1) จำนวนเงินของรายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน (2) จำนวนเงินของยอดคงค้าง รวมถึงภาระผูกพัน และ (ก) ข้อกำหนด และเงื่อนไข รวมถึงหลักประกัน (ถ้ามี) และลักษณะของสิ่งตอบแทนที่จะใช้ในการชาระยอดคงค้างดังกล่าวและ (ข) รายละเอียดของการค้าประกันที่ให้หรือได้รับ (3) ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญที่เกี่ยวข้องกับจำนวนเงินของยอดคงค้าง และ (4)หนี้สูญหรือหนี้สงสัยจะสูญที่รับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในระหว่างงวดที่เกิดขึ้นจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

6ก. กิจการต้องเปิดเผยจำนวนเงินค่าบริการด้านผู้บริหารสำคัญที่จ่ายให้กิจการบริหารที่แยกต่างหาก

7. การเปิดเผยข้อมูลตามข้อที่ 6 กิจการต้องเปิดเผยข้อมูลแยกจากกันตามแต่ละประเภทดังต่อไปนี้ (1) บริษัทใหญ่ (2) กิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมใน/กิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ (3) บริษัทย่อย (4) บริษัทร่วม (5) การร่วมค้าที่กิจการเป็นผู้ลงทุนร่วมค้า (6) ผู้บริหารสำคัญของกิจการหรือของบริษัทใหญ่ และ (7) บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ

8. ตัวอย่างของรายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันที่กิจการต้องเปิดเผย (1) การซื้อหรือขายสินค้า (ไม่ว่าจะเป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือไม่) (2) การซื้อหรือขายอสังหาริมทรัพย์หรือสินทรัพย์อื่น (3) การให้หรือรับบริการ (4) การมีสัญญาเช่าระยะยาวหรือให้เช่า (5) รายการโอนหรือรับโอนงานวิจัยและพัฒนา (6) รายการโอนหรือรับโอนสิทธิที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญาการให้หรือใช้สิทธิ (7) รายการโอนหรือรับ

โอนที่เกิดขึ้นภายใต้ข้อตกลงการจัดการทางการเงิน (รวมถึงการกู้ยืมและการระดมทุนจากผู้ถือหุ้นที่ทำในรูปของเงินสดหรือในรูปแบบอื่น) (8) การค้าประกัน หรือการใช้หลักประกัน (9) ภาระผูกพันในการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในกรณีที่มีเหตุการณ์ที่ระบุเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงสัญญาที่มีผลบังคับแล้ว (ไม่ว่าจะมีการรับรู้หรือไม่) และ (10) การชำระหนี้สินแทนกิจการ หรือการที่กิจการชำระหนี้สินแทนบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีการศึกษาการเปรียบเทียบการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) ของบริษัทจดทะเบียน กับ บริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ธนาวิดี อยู่สุภาพ และนิมนวล วิเศษสรรพ, 2556) ซึ่งพบว่าบริษัทจดทะเบียน และ บริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวปฏิบัติทางการบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) ที่เหมือนกัน ซึ่งดูได้จากรายละเอียดของข้อมูลที่ได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินภายใต้หัวข้อรายการที่เกิดขึ้นและยอดคงเหลือกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันเหมือนกัน แต่จะมีความแตกต่างในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลแต่ยังคงไว้ซึ่งเนื้อหาและรายละเอียดของข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน คือมีการบ่งบอกถึงลักษณะความสัมพันธ์ของบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน โดยแบ่งเป็นบริษัทย่อย บริษัทร่วมและบุคคล หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีศึกษาการปฏิบัติทางการบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียนกลุ่มธุรกิจการเกษตรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการศึกษาเนื้อหาตามมาตรฐานการบัญชีไทยฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2550) เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลของบุคคลหรือกิจการ

ที่เกี่ยวข้องกัน ประกาศใช้ในปี 2553 เปรียบเทียบกับมาตรฐานการบัญชีไทยฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลของบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน (กชพร ชูจิตร, 2555) พบว่า มีความแตกต่างกันในส่วนของคำนิยามของบุคคลที่เกี่ยวข้องของสมาชิกในครอบครัวที่ใกล้ชิดของบุคคลให้ครอบคลุมถึงบุคคลในอุปการะของบุคคลนั้นหรือของสามี ภรรยาของบุคคลนั้น และในส่วนผู้บริหารสำคัญของกิจการเพิ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน สั่งการ และควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการทั้งทางตรงและทางอ้อม และเพิ่มเติมการเปิดเผยรายการค้าหรือรายการบัญชี โดยให้แยกตามประเภทของบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่พอทำการสำรวจการเปิดเผยข้อมูลของกลุ่มธุรกิจการเกษตรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วง 2 ปีพบว่าไม่มีบริษัทใดทำการเปิดเผยลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวที่ใกล้ชิดของบุคคลให้ครอบคลุมถึงบุคคลในอุปการะของบุคคลนั้นหรือของสามี ภรรยาของบุคคลนั้น ซึ่งเป็นคำนิยามที่เพิ่มขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) รวมถึงไม่พบบริษัทใดทำการเปิดเผยรายการบัญชี การเป็นตัวแทน และรายการบัญชีการให้สิทธิในการใช้สินทรัพย์ระหว่างบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งตามมาตรฐานการบัญชีไทยฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) กำหนดให้เปิดเผยรายการค้าหรือรายการบัญชี โดยให้แยกตามประเภทของบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันทั้งทางตรง และทางอ้อม

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงขยายความรู้ด้านการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) โดยทำการสำรวจการเปิดเผยข้อมูลโดยแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สำรวจการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามข้อ 7 ข้างต้น ซึ่งแบ่งเป็น 7 ประเภท ได้แก่ (1) บริษัทใหญ่ (2) กิจการ

ซึ่งมีการควบคุมร่วมใน/กิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ (3) บริษัทย่อย (4) บริษัทร่วม (5) การร่วมค้าที่กิจการเป็นผู้ลงทุนการร่วมค้า (6) ผู้บริหารสำคัญของกิจการหรือของบริษัทใหญ่ และ (7) บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ

ส่วนที่ 2 สำนวณวิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันโดยยึดตัวอย่างของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันที่กิจการต้องเปิดเผยตามข้อ 8 ทั้ง 10 รายการดังกล่าวข้างต้น เพื่อสำนวนรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องที่กิจการต้องเปิดเผย ใช้การกำหนดราคาโดยวิธีใดบ้าง ซึ่งพบว่ามีวิธีการกำหนดราคา จำนวน 8 วิธี ได้แก่ (1) ราคาตาม

ที่เกิดขึ้นจริง (2) ราคาตลาด (3) ราคาที่ตกลงร่วมกัน (4) ราคาตามที่ระบุไว้ในสัญญา (5) ราคาใกล้เคียงกับตลาด (6) ราคาทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (7) ราคาตามที่ประกาศจ่าย และ (8) ราคาอื่น ๆ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเลือกเฉพาะบริษัทที่ปรากฏรายการการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน จำนวนทั้งสิ้น 738 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560: ออนไลน์)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน
1	กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	58
2	กลุ่มบริการ	144
3	กลุ่มเทคโนโลยี	49
4	กลุ่มธุรกิจการเงิน	67
5	กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	125
6	กลุ่มทรัพยากร	61
7	กลุ่มอสังหาริมทรัพย์	176
8	กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	50
9	อื่นๆ	8
รวม		738

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสรุปตารางการเปิดเผยลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน และสรุปตารางวิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง (Checklist) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ศึกษามาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 24 เรื่อง รายได้ (ปรับปรุง 2558)

3.2 ศึกษาการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามการแบ่งประเภทที่ระบุไว้ในมาตรฐาน ดังนี้ (1) บริษัทใหญ่ (2) กิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมใน/กิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ (3) บริษัทย่อย (4) บริษัทร่วม (5) การร่วมค้าที่กิจการเป็นผู้ลงทุนการร่วมค้า (6) ผู้บริหารสำคัญของกิจการหรือของบริษัทใหญ่ และ (7)

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่น

3.3 ศึกษาวิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันโดยยึดตัวอย่างของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันที่กิจการต้องเปิดเผย ซึ่งพบว่าวิธีการกำหนดราคาแบ่งได้เป็น 8 วิธี ได้แก่ (1) ราคาตามที่เกิดขึ้นจริง (2) ราคาตลาด (3) ราคาที่ตกลงร่วมกัน (4) ราคาตามที่จะระบุไว้ในสัญญา (5) ราคาใกล้เคียงกับตลาด (6) ราคาทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (7) ราคาตามที่ประกาศจ่าย และ (8) ราคาอื่น ๆ

3.4 นำข้อมูลที่ได้มาทำการ Checklist โดยใช้แบบสรุปตารางข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น

3.5 วิเคราะห์ร้อยละของการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันในแต่ละประเภท และร้อยละของวิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

3.6 สรุปผลการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันในแต่ละประเภท และวิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความถี่และร้อยละ

4. ผลที่ได้รับจากการวิจัย

ตารางที่ 2 สรุปการเปิดเผยลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ลำดับที่	กลุ่มอุตสาหกรรม	ลักษณะความสัมพันธ์เกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน						
		บริษัทใหญ่	กิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมใน/กิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ	บริษัทย่อย	บริษัทร่วม	การร่วมค้าที่กิจการเป็นผู้ลงทุนการร่วมค้า	ผู้บริหารสำคัญของกิจการหรือของบริษัทใหญ่	บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ
1	เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	5	2	47	27	8	14	36
2	บริการ	24	3	113	49	15	26	107
3	เทคโนโลยี	5	3	24	16	8	7	27
4	ธุรกิจการเงิน	9	1	38	17	2	3	61
5	สินค้าอุตสาหกรรม	21	3	79	34	16	33	105
6	ทรัพยากร	12	3	38	25	12	9	51
7	อสังหาริมทรัพย์	17	0	102	30	22	12	157
8	สินค้าอุปโภคบริโภค	6	0	21	24	4	13	40
9	อื่นๆ	3	0	5	2	0	0	6
รวม 1,602 รายการ		102	15	467	224	87	117	590
ร้อยละ		6.37	0.94	29.15	13.98	5.43	7.30	36.83

จากตารางที่ 2 พบว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทุกกลุ่มอุตสาหกรรมและทุกบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน โดยลักษณะความสัมพันธ์ที่มีการเปิดเผยมากที่สุดคือ บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ จำนวน 590 บริษัท คิดเป็นอัตราร้อยละ

36.83 รองลงมาคือ การเป็นบริษัทย่อย จำนวน 467 บริษัท คิดเป็นอัตราร้อยละ 29.15 การเป็นบริษัทร่วมจำนวน 224 บริษัท คิดเป็นอัตราร้อยละ 13.98 ตามลำดับ ส่วนกิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมหรือกิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ มีการเปิดเผยน้อยที่สุดจำนวน 15 บริษัท คิดเป็นอัตราร้อยละ 0.94

ตารางที่ 3 สรุปวิธีที่ใช้ในการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีที่ใช้ในการกำหนดราคารายการระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน									
ลำดับที่	กลุ่มอุตสาหกรรม	ราคาตามที่เกิดขึ้นจริง	ราคาตลาด	ราคาที่ตกลงร่วมกัน	ราคาตามที่ระบุไว้ในสัญญา	ราคาใกล้เคียงกับตลาด	ราคาทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม	ราคาตามที่ประกาศจ่าย	ราคาอื่นๆ
1	เกษตรและอาหาร	3	25	32	52	5	29	6	20
2	บริการ	15	61	60	122	5	31	7	92
3	เทคโนโลยี	8	28	30	49	12	9	6	32
4	ธุรกิจการเงิน	1	39	44	105	2	5	20	88
5	สินค้าอุตสาหกรรม	10	80	101	56	51	75	25	95
6	ทรัพยากร	3	47	27	100	1	15	6	45
7	อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	23	82	83	186	19	18	18	163
8	สินค้าอุปโภคบริโภค	5	27	39	37	14	21	5	25
9	อื่นๆ	0	1	8	8	0	0	0	10
รวม 2,572 รายการ		68	390	424	715	109	203	93	570
ร้อยละ		2.64	15.16	16.49	27.80	4.24	7.89	3.62	22.16

จากตารางที่ 3 พบว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีการใช้วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน โดยวิธีที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ ราคาตามที่ระบุไว้ในสัญญา จำนวน 715 รายการ คิดเป็นอัตราร้อยละ 27.80 รองลงมา คือ ราคาอื่น ๆ เช่น ราคาทุน ราคาตามที่ได้รับอนุมัติโดยที่ประชุมผู้ถือหุ้น จำนวน 570 รายการ คิดเป็นอัตราร้อยละ 22.16 และราคาที่ตกลงร่วมกัน จำนวน 424 รายการ คิดเป็นร้อยละ 16.49 ส่วนราคาตามที่เกิดขึ้นจริง เป็นวิธีที่ใช้ในการกำหนด

ราคาของรายการระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันน้อยที่สุดจำนวน 68 รายการ คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.64

5. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การเปิดเผยเกี่ยวกับข้อมูลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

1.1 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับงบการเงินปี 2559 ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม พบว่า มีการเปิดเผยข้อมูล

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ มากที่สุด รองลงมาคือ การเป็นบริษัทย่อย และการเป็นบริษัทร่วม ตามลำดับ ส่วนกิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมหรือกิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันน้อยที่สุด

1.2 กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ไม่พบการเปิดเผยข้อมูลการเป็นกิจการซึ่งมีการควบคุมร่วมในหรือกิจการที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเหนือกิจการ

2. วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

2.1 วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับงบการเงินปี 2559 ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม พบว่า วิธีที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ ราคาตามที่ระบุไว้ในสัญญา รองลงมา คือ ราคาอื่น ๆ เช่น ราคาทุน ราคาตามที่ได้รับอนุมัติโดยที่ประชุมผู้ถือหุ้น และราคาที่เกิดกลปร่วมกัน ตามลำดับ ส่วนราคาตามที่เกิดขึ้นจริง เป็นวิธีที่ใช้ในการกำหนดราคาของรายการระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันน้อยที่สุด

2.2 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่ามีการใช้วิธีตามราคาที่เกิดกลปร่วมกันในการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันมากที่สุด

6. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

1.1 แม้ว่าจะเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แต่พบว่าลักษณะความสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นบุคคลหรือสมาชิกในครอบครัวที่ใกล้ชิดของบุคคลนั้น เช่น เป็นสามี ภรรยา และบุตรของบุคคลนั้น เป็นบุตรของสามี ภรรยาของบุคคลนั้น และเป็น

บุคคลในอุปการะของบุคคลนั้นหรือของสามีภรรยาของบุคคลนั้น ดังนั้น ข้อค้นพบนี้ จะเป็นสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจของนักลงทุน รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินในการตระหนักถึงความเป็นไปได้ที่ว่าฐานะการเงินและกำไรหรือขาดทุนของกิจการอาจได้รับผลกระทบจากการที่กิจการมีบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

1.2 วิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน มีหลายวิธีที่กิจการเลือกใช้ แต่วิธีตามราคาที่เกิดขึ้นจริง ก็ยังเป็นวิธีการกำหนดราคาที่กิจการที่เกี่ยวข้องกันเลือกใช้ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้งบการเงินจำเป็นต้องตระหนักถึงความเป็นไปได้ที่ว่าฐานะการเงินและกำไรหรือขาดทุนของกิจการอาจได้รับผลกระทบจากการมีรายการและยอดคงค้าง รวมถึงภาระผูกพันกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

2. ข้อเสนอแนะทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะการเปิดการบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) และวิธีการกำหนดราคาของรายการระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษามาตรฐานการบัญชีอื่นเกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 12 เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนได้เสียในกิจการอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับบริษัทย่อย การร่วมกิจการ บริษัทร่วม และกิจการซึ่งมีโครงสร้างเฉพาะตัวซึ่งไม่ได้รวมอยู่ในงบการเงิน เพื่อศึกษาลักษณะของส่วนได้เสียของกิจการในกิจการอื่นและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผลกระทบของส่วนได้เสียเหล่านั้นที่มีต่อฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของกิจการ

เอกสารอ้างอิง

- กชพร ชูจิตร. (2555). ศึกษาการปฏิบัติทางการบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียนกลุ่มธุรกิจการเกษตรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระระดับบัณฑิต มหาวิทยลัยเชียงใหม่.
- Chujit, K. (2012). *A study of accounting practices in accordance with TAS No.24 (bound volume 2009), related party disclosure, of companies listed in agribusiness sector, the stock exchange of Thailand*. Master of Accounting, Chiang Mai University. [in Thai]
- ธนาวดี อยู่สุภาพ และนิมนวล วิเศษสรรพ (2556). การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2552) ของบริษัทจดทะเบียนกับบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *นำเสนอที่การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยรังสิต ปี 2556*.
- Yusupap, T & Visedsun, N. (2013). The comparative study of disclosure of related individuals of entities based on the accounting standard no.24 (revised 2009) of listed and non-listed companies of the stock exchange of Thailand. *RSU Research Conference 2013*. [in Thai]
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). *มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 24 (ปรับปรุง 2558) เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.fap.or.th/upload/9414/HQI2iE4Gfc.pdf>.
- Federation of Accounting Professions under the Royal Patronage of His Majesty the King. (2017). Thai Accounting Standard No. 24 (revised 2015) related party disclosures. Retrieved December 20, 2017, from <http://www.fap.or.th/upload/9414/HQI2iE4Gfc.pdf>. [in Thai]
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). *รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2560, จาก <http://market.sec.or.th/public/isc/th/FinancialReport /ALL>.
- The stock exchange of Thailand. (2017). *Listed of Thai listed companies*. Retrieved December 26, 2017, from <http://market.sec.or.th/public/isc/th/FinancialReport /ALL>. [in Thai]

การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม STATES AND PROBLEMS OF ENGLISH AND CULTURE TEACHING AND LEARNING

ศศิธร รัตนประยูร

Sasithorn Rattanaprayoon

คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการสอน และ 2) เพื่อรวบรวมปัญหาและใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมการเรียนการสอน การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จำนวน 39 คน โดยใช้แบบสอบถามสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนใน 8 ด้าน สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า Independent Samples t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 87.18 และจบการศึกษาจากสายสามัญ ร้อยละ 89.74 2) สภาพปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.41 ซึ่งด้านผู้สอนมีปัญหาน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.45 และด้านการเขียนมีปัญหามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.13 3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัญหาพบว่า นักศึกษาที่มีสถานภาพทางเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาการเรียนการสอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักศึกษาที่มีพื้นฐานการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัญหาและอุปสรรค ภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม การเรียนการสอน

Abstract

The research was aimed to study States and Problems of English and Culture Teaching and Learning. The objectives of this research were 1) to investigate current instructional practices and identify any problems in English and Culture Subject 2) to collect problems and use them as a guideline for improving appropriate teaching activities. The sample included 39 students who registered for English and Culture Subject. The tool of data collection was a questionnaire. The statistics included the percentage, mean, standard deviation and an Independent Samples t – test. It was found that 1) the most of respondents were women (87.18%) and graduated with Senior High School (89.74%) 2) On the whole, the English teaching problems were in low level. When considering for each aspect, it was revealed that the problem of

Corresponding Author

E-mail: sasithorn.ra @rmuti.ac.th

writing skill came first ($\bar{x} = 3.13$) and the problem of instructor came last ($\bar{x} = 1.45$) 3) from the comparative, it was found that the respondents with different status had significantly different opinions at 0.05 level. The respondents with different educational background had no different opinions.

Keywords: States and Problems English and Culture Teaching and Learning

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือว่าเป็นรายได้หลักของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติดำเนินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 29.88 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2557 ถึงร้อยละ 20.44 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ประมาณ 7.8 ล้านคน รองลงมาคือมาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และลาว ตามลำดับ ส่วนประเทศที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศจีน ประมาณ 3.7 แสนล้านบาท รองลงมา ได้แก่ มาเลเซีย รัสเซีย อังกฤษและออสเตรเลีย ตามลำดับ ซึ่งรวมแล้วการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 1.44 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2557 ร้อยละ 23.53 ถือว่าเป็นปีที่มีการขยายตัวของรายได้อย่างมากเลยทีเดียว (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่างก็หลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่มีความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และในฐานะของอาจารย์ผู้ทำหน้าที่ในการสอนภาษาอังกฤษให้แก่ นักศึกษาการท่องเที่ยว ผู้ที่จะมีบทบาทสำคัญในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงต้องคำนึงถึงบทบาทที่สำคัญของผู้สอนนอกจากจะเป็นผู้ถ่ายทอดให้ความรู้แก่นักศึกษาแล้ว ยังต้องมีความรับผิดชอบที่จะต้องคอยพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอนให้เกิดความทันสมัย น่าสนใจ เข้ากับผู้เรียน สร้างแรง

กระตุ้นโดยวิธีอื่นๆ นอกเหนือการเรียนการสอนตามปกติ

ถึงแม้ว่าการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษจะต้องเริ่มเรียนกันตั้งแต่ชั้นประถมศึกษา แต่นักศึกษาไทยก็ยังประสบกับปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่าผลการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาภาษาอังกฤษ English Proficiency Index ประจำปี 2556 โดยสถาบันสอนภาษาระดับโลก Education First ที่ได้ทดสอบในประเทศไทยที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ใน 60 ประเทศทั่วโลก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีคะแนนความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษอยู่ในลำดับที่ 55 โดยถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศที่มีผลสัมฤทธิ์ทางภาษาอังกฤษค่อนข้างต่ำสุด หรือกลุ่มที่แย่ที่สุด ซึ่งประเทศในอาเซียนที่เข้ารับการทดสอบนั้นประเทศมาเลเซีย อยู่อันดับที่ 11 ประเทศสิงคโปร์ อยู่อันดับที่ 12 ประเทศอินโดนีเซีย อยู่อันดับที่ 25 และประเทศเวียดนาม อันดับที่ 28 ทั้งนี้ผลการทดสอบผลสัมฤทธิ์จะถูกแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มผลสัมฤทธิ์สูงมาก สูง ปานกลาง ต่ำ และต่ำมาก (ผู้จัดการ On-line, 2557)

จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคของการเรียนการสอนในรายวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นวิชาที่มีความสำคัญสำหรับนักศึกษาการท่องเที่ยวที่จะต้องมีความรู้ในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมอันดีงามของไทยไปสู่สายตาของชาวโลก โดยการใช้การสำรวจความคิดเห็น เพื่อหาปัญหาและอุปสรรคในเรื่องความสนใจและพื้นฐาน

ในการเรียนของนักศึกษา และนำผลที่ได้ไปพัฒนาและ
แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างตรงจุด อันจะนำไปสู่การ
พัฒนานักศึกษาในการใช้ภาษาอังกฤษอย่างมี
ประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคใน
การเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม
2. เพื่อรวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้นและใช้เป็น
แนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมการเรียนการสอนที่
เหมาะสมในภาคเรียนถัดไป

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษา (กรม
วิชาการ, 2542) อธิบายไว้ว่า ในการเรียนรู้ทางภาษา
มีแนวคิดดังนี้

- 1.1 การรับรู้ทางภาษา ผู้เรียนจะรับรู้
จากของจริงหรือรับเป็นภาพในสมองมากกว่ารับเป็น
สัญลักษณ์

- 1.2 การพัฒนาก็กระทำก่อนจะเสริม
ความสามารถในการพูด และทักษะการอ่านจะเสริม
ความสามารถในการเรียน

- 1.3 ทักษะภาษาควรพัฒนาโดยการใช้
เรื่องราวที่มีความเหมาะสมมากกว่าการฝึกให้จดจำ

- 1.4 ในวัยเริ่มเรียนภาษา ผู้เรียนจะรับรู้
ได้ประมาณ 5-7 คำ บทเรียนจึงไม่ควรยาวเกินไป และ
ถ้ามีภาพประกอบด้วยจะช่วยให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

- 1.5 ในการสอนไวยากรณ์ ผู้สอนควร
กำหนดรูปแบบแล้วให้ผู้เรียนฟังประโยคการใช้
สถานการณ์ต่างๆที่มีความหมาย อาจเปลี่ยนคำนาม
ประธาน กริยา กรรม แต่ให้เห็นกฎเกณฑ์ย่อย

- 1.6 การฝึกการใช้ภาษาทั้งการพูดและ
การเขียนควรเริ่มจากการฝึกให้เห็นรูปแบบผลิตใน
สถานการณ์ใหม่แล้วขยายมาเป็นเรื่องของตนเอง

- 1.7 การเรียนแปลให้มีความหมาย ควร
นำสิ่งที่ทำให้จดจำตัวสะกด และคำแปลรวมถึง
ลักษณะการใช้ประโยค ไปปรากฏในเรื่องราวที่มีความ
หมายในสถานการณ์ต่างๆ จะทำให้ผู้เรียนจดจำวิธีการ
เขียนและเข้าใจความหมายโดยตนเอง

- 1.8 การเรียนประโยคโดยคำนึงถึงหน้าที่
การใช้งาน (Function) ควรฝึกให้เห็นการใช้ประโยค
ในสถานการณ์ต่างๆ เช่น การพูดกับผู้ใหญ่ การพูดกับ
เพื่อนและฝึกโดยให้บทบาทสมมติ

2. แนวความคิดเกี่ยวกับการสอนภาษาและ
ความต้องการทักษะทางภาษาอังกฤษ (อิสรา สาระ
งาม, 2529) อธิบายไว้ว่า แนวการสอนภาษาใน
ศตวรรษที่ 20 นี้ แบ่งได้ดังนี้

- 2.1 แนวการสอนแบบเน้นหลักไวยากรณ์
(Traditional Approaches) เป็นแนวทางการสอนที่
เน้นให้ผู้เรียนจดจำกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ครูผู้สอนให้ ซึ่ง
แนวทางการสอนนี้ทำให้เกิดวิธีการสอนแบบแปล
(Grammar Translation Method) ขึ้นมา

- 2.2 แนวการสอนแบบเน้นการฝึก
โครงสร้างประโยค (Structure Approach) เป็นแนว
การสอนที่เชื่อว่าภาษาที่แท้จริงคือภาษาพูด ดังนั้นใน
การสอนภาษาใดก็ตามจะต้องดำเนินการสอนให้เป็น
ธรรมชาติการเรียนภาษาของมนุษย์ นั่นคือ ต้องเริ่ม
จากภาษาพูด (ทักษะการฟัง พูด) ก่อนภาษาเขียน
(ทักษะการอ่าน เขียน) แนวการสอนนี้จึงเน้นการฝึก
ปากเปล่าแบบสร้างต่างๆ ที่เรียกว่าฝึกกระสวน
ประโยค (Pattern Practice) มาก แนวการสอนนี้ต้อง
อาศัยความรู้ทางภาษาศาสตร์มาช่วยโดยเฉพาะด้าน
การออกเสียง นักภาษาศาสตร์ที่บุกเบิกแนวการสอนนี้
คือ Charles C. Fries ซึ่งแนวทางการสอนนี้ทำให้เกิด
วิธีการสอนแบบของทหาร (Min men Method) และ
วิธีการสอนแบบพูดฟัง (Audio-lingual Method) ขึ้น

- 2.3 แนวการสอนแบบเน้นการสื่อความ
หมาย (Communicative Approach) เป็นแนวการ
สอนแบบเน้นสื่อความหมายที่เน้นหน้าที่ (Function)

ของโครงสร้างของประโยค เพื่อประโยชน์ในการสื่อความหมายมากกว่าเน้นรูปแบบ (Form) ของภาษาเหมือนแนวการสอนแบบกระตุ้นความคิด ซึ่งแนวการสอนนี้อาจจะเรียกอีกอย่างได้ว่าเป็นแนวการสอนโดยอาศัยทฤษฎีฟังก์ชันนอล (Functional Approach)

2.4 แนวการสอนแบบเน้นประสบการณ์ตรง (Encounter Approach) แนวการสอนนี้เกิดจากแนวความคิดที่ว่า การเรียนภาษาจะเรียนได้ดี หากผู้เรียนมีโอกาสได้คลุกคลีกับเจ้าของภาษา และให้ผู้เรียนมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ภาษานั้นในชีวิตประจำวันของตน แนวคิดนี้ก่อให้เกิดวิธีการสอนแบบธรรมชาติ (Natural Approach) สำหรับผู้เรียนภาษาที่ 2 ขึ้นมา ซึ่งวิธีการสอนนี้ยังเป็นที่ยอมรับของบุคคลหลายกลุ่มในปัจจุบัน

2.5 แนวการสอนภาษาแบบผสม (Electric Approach) แนวการสอนนี้เกิดจากการนำเอาแนวคิดต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วผสมเข้าด้วยกัน เช่น นำแนวการสอนแบบเน้นหลักไวยากรณ์และแนวการสอนแบบเน้นการสื่อความหมายเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดวิธีการสอนแบบครูเงียบ (The Silent Way) วิธีการสอนแบบกลุ่มสัมพันธ์ (The Counseling Learning Community Language Learning) และวิธีการสอนแบบเน้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรพร รัตนโรภาส (2553) ได้ศึกษาเรื่องสภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชา ENG321 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารมวลชน สาขาวิชาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอน รายวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารมวลชน ด้านการสอนและเทคนิคการสอน ด้านบุคลิกลักษณะของ อาจารย์ ด้านสื่อประกอบการสอน ด้านการวัดและประเมินผล 2) ต้องการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน ให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการ

เรียนสูงขึ้น การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาสาขาวิชา ภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ จำนวน 50 คน โดยใช้แบบสอบถามสภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนใน 4 ด้าน คือ ด้านการสอนและเทคนิคการสอน ด้านบุคลิกลักษณะของอาจารย์ ด้านสื่อประกอบการสอน ด้าน การวัดและประเมินผล สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนรายวิชา รายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารมวลชน ภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ด้านการสอนและเทคนิคการสอน ด้านบุคลิกลักษณะของอาจารย์ ด้านสื่อประกอบการสอน ด้านการวัดและประเมินผล มีปัญหาน้อยที่สุด 2) ข้อเสนอแนะของนักศึกษาที่มีต่อด้านบุคลิกลักษณะของอาจารย์คือเรื่องอาจารย์สามารถควบคุมอารมณ์ ขณะสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96 อยู่ในระดับน้อย นักศึกษาบางคนเสนอแนะว่าอยากให้อาจารย์มีบุคลิกที่เป็นกันเองกับนักศึกษาให้มากกว่านี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดซึ่งได้จากการศึกษาแนวคิด/ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ และพื้นฐานการเรียนรู้ของผู้เรียน และตัวแปรตาม ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคของการเรียนการสอนวิชา ภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ชั้นปีที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2560 โดยแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ทักษะด้านการฟังของผู้เรียน ทักษะด้านการพูดของผู้เรียน ทักษะด้านการอ่านของผู้เรียน ทักษะด้านการเขียนของผู้เรียน ด้านผู้เรียน ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสื่อการสอนและการวัดผลการศึกษา และด้านผู้สอน

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือนักศึกษาที่ลงทะเบียนรายวิชา 01-064-302 วิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม คณะวิทยาศาสตร์ และศิลปศาสตร์ ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 39 คน เป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยสอน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องมือเชิงปริมาณ เพื่อสำรวจความสามารถ และปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านทักษะการฟัง ด้านทักษะการพูด ด้านทักษะการอ่าน ด้านทักษะการเขียน ด้านผู้เรียน ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสื่อการสอนและการวัดผลการศึกษา และด้านผู้สอน ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยคำถาม 2 ลักษณะ คือ กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกหรือคำถามปลายเปิดและคำถามที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นหรือคำถามปลายเปิด การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทำโดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยค่า IOC จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 ในแต่ละข้อ โดยผลการวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณหาค่า Reliability ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว ปี 3 ประจำภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 15 คน ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ

0.960

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยขนาดตัวอย่าง 39 คน โดยการนำแบบสอบถามให้หน่วยตัวอย่างตอบ จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลของนักศึกษาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า Independent Samples t-test

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน ด้านต่าง ๆ 8 ด้าน ดังนี้ ด้านทักษะการฟัง ด้านทักษะการพูด ด้านทักษะการอ่าน ด้านทักษะการเขียน ด้านผู้เรียน ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสื่อการสอนและการวัดผลการศึกษา และด้านผู้สอน แสดงโดยการสรุปผล

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 87.18 และพื้นฐานการศึกษาก่อนเข้าเรียน นักศึกษาร้อยละ 89.74 จบการศึกษายาสามัญ รองลงมาคือจบการศึกษายาอาชีวะ คิดเป็นร้อยละ 10.26

2. ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม พบว่าปัญหาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา 01-064-302 วิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม ภาพรวมมีปัญหอยู่ในระดับ 2

คือ มีปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.41) (S.D = 0.664) เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า

1) ทักษะด้านการฟังของผู้เรียน พบว่าปัญหาของการเรียนการสอนอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ความสามารถในการจับใจความในการฟังคำบรรยายของอาจารย์ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือปัญหาด้านความสามารถในการจับใจความสำคัญของประโยค หัวข้อ หรือรายละเอียดจากเอกสารประกอบการสอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69

2) ทักษะด้านการพูดของผู้เรียน พบว่าปัญหาของการเรียนการสอนอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ความสามารถด้านการขยายความด้วยคำศัพท์คำอื่นแทนคำศัพท์ที่ไม่ทราบ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.44 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการแนะนำตนเองและผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 2.59

3) ทักษะด้านการอ่านของผู้เรียน พบว่านักศึกษามีปัญหาในทักษะด้านการอ่านอยู่ในระดับปานกลาง โดยหัวข้อที่นักศึกษามีปัญหามากที่สุดคือปัญหาด้านความเข้าใจในประเภทของคำ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.95 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดได้แก่ปัญหาด้านทักษะพื้นฐานในด้านการอ่านภาษาอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.54

4) ทักษะด้านการเขียนของผู้เรียน พบว่านักศึกษามีปัญหาในทักษะด้านการเขียนอยู่ในระดับปานกลาง โดยหัวข้อที่นักศึกษามีปัญหามากที่สุดคือการขาดพื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษด้านการเขียน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่การได้รับการฝึกฝนในด้านการเขียน มีค่าเฉลี่ย 2.77

5) ด้านผู้เรียน พบว่าปัญหาของการเรียนการสอนอยู่ในระดับน้อย โดยหัวข้อที่นักศึกษามีปัญหามากที่สุดคือ ด้านการแบ่งเวลาทบทวนบทเรียนอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.56 รองลงมาคือปัญหาด้านความสามารถในการทำแบบฝึกหัดที่อาจารย์สั่งได้ โดย

มีค่าเฉลี่ย 2.38 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ความสามารถในการทำงานร่วมกันกับเพื่อนในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ย 1.95

6) ด้านสภาพแวดล้อม พบว่าปัญหาของการเรียนการสอนอยู่ในระดับน้อย โดยหัวข้อที่นักศึกษามีปัญหามากที่สุดคือ วัสดุอุปกรณ์ประกอบการสอนมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.05 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่บรรยากาศในการเรียนการสอนมีความไม่ตึงเครียด มีค่าเฉลี่ย 1.67

7) ด้านสื่อการสอนและการวัดผลการศึกษา พบว่าปัญหาของการเรียนการสอนอยู่ในระดับน้อย โดยหัวข้อที่นักศึกษามีปัญหามากที่สุดคือ งานที่อาจารย์มอบหมายมีความยากหรือง่ายในระดับที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.10 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ ด้านเนื้อหาในเอกสารประกอบการสอนมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์รายวิชา โดยมีค่าเฉลี่ย 1.69

8) ด้านผู้สอน พบว่าปัญหาของการเรียนการสอนอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยหัวข้อที่นักศึกษามีปัญหามากที่สุดคือ อาจารย์ให้รายละเอียดรายวิชาและแจ้งเกณฑ์การประเมินผล โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.62 และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ การมีความเชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาที่สอน และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักศึกษาและมีความเป็นกันเอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.36

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ

1) นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาเพศชาย มีปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมด้านผู้สอนโดยภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ

3.44 ส่วนนักศึกษาเพศหญิง มีปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมโดยภาพรวม อยู่ในระดับน้อย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้

2) นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานที่มีพื้นฐานการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน คือผู้เรียนทั้งสองกลุ่มมีปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

4. ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน รายวิชา 01-064-302 วิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม ผู้วิจัยพบว่า

1) ทักษะด้านการฟังของผู้เรียน ผู้สอนควรใช้วิธีโอภาษาอังกฤษประกอบการสอนที่ผู้พูดพูดไม่เร็วมากนัก ควรมอบหมายให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนในการฟังนอกเวลาเรียนอย่างสม่ำเสมอ ควรนำสื่อการสอนที่มีผู้พูดหลายๆสำเนียง เพื่อให้ให้นักศึกษาได้คุ้นเคยกับสำเนียงต่าง ๆ และผู้สอนควรอธิบายควบคู่ไปด้วย

2) ทักษะด้านการพูดของผู้เรียน ผู้สอนควรกระตุ้นให้นักศึกษาได้ฝึกฝนในการฟังบทสนทนาและหัดพูดอย่างสม่ำเสมอ ควรสอนการออกเสียงอย่างถูกวิธี โดยปราศจากการตำหนิและล้อเลียนใด ๆ ผู้สอนควรเปิดโอกาสให้มีการสนทนาภาษาอังกฤษในชั่วโมงเรียน หรือนอกชั่วโมงเรียนอย่างสม่ำเสมอ

3) ทักษะด้านการอ่านของผู้เรียน ผู้สอนต้องคอยติดตามและสอนการออกเสียงอย่างถูกวิธี ผู้สอนต้องกระตุ้นให้นักศึกษาได้ฝึกฝนในการอ่านบทความอย่างสม่ำเสมอ ผู้สอนควรให้คำแนะนำว่าจะต้องอ่านคำที่ลงท้ายด้วย es และ ed ว่าอย่างไรจึงจะถูกต้องตามหลักไวยากรณ์

4) ทักษะด้านการเขียนของผู้เรียน ผู้สอนต้องกระตุ้นให้นักศึกษาอ่านบทความอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้นักศึกษามีคลังคำศัพท์เพิ่มมากขึ้น

5) ด้านผู้เรียน ต้องมีการฝึกฝนทักษะทั้ง 4 ทักษะให้มากขึ้นและต่อเนื่อง ผู้สอนควรหมั่นสนทนาภาษาอังกฤษกับนักศึกษาแม้จะอยู่นอกห้องเรียน และควรให้คำแนะนำในการแบ่งเวลาเพื่อค้นคว้าและฝึกฝนเพิ่มเติมนอกห้องเรียนให้เหมาะสม

6) ด้านสภาพแวดล้อม ผู้สอนควรมอบหมายให้นักศึกษาในห้องจับคู่สนทนาภาษาอังกฤษกันตลอดภาคการศึกษา ผู้สอนควรสอดส่องดูแลนักศึกษาในห้องอย่างทั่วถึง เพื่อไม่ให้นักศึกษาจับกลุ่มคุยกันจนเป็นอุปสรรคในการเรียนของผู้อื่น

7) ด้านสื่อการสอนและการวัดผลการศึกษา สื่อการสอนควรมีความน่าสนใจและหลากหลาย และผู้สอนควรตรวจสอบอุปกรณ์ประกอบการสอนให้ครบถ้วนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการสอนได้

8) ด้านผู้สอน ผู้สอนมีความเอาใจใส่ เป็นกันเอง สอนโดยใช้คำศัพท์ไม่ยากนัก และคอยรับฟังปัญหาของนักศึกษาอยู่เสมอ ผู้สอนมีกิจกรรมมาสอนให้เข้าใจมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม พบว่า นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่า ปัญหาที่ต้องการการแก้ไขมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ปัญหาด้านการเขียนของผู้เรียน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 และหากวิเคราะห์เป็นรายข้อแล้ว พบว่า ปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไขเป็นอันดับแรกคือ การขาดพื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษด้านการเขียน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ที่เป็นอย่างนี้อาจเนื่องมาจากยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และการเข้าถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ มีมากขึ้น นักศึกษาจึงมีโอกาสดูฟังภาษาอังกฤษจากเจ้าของภาษาผ่านทางสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดายและบ่อยครั้งมากยิ่งขึ้น ทำให้ปัญหาด้านการฟังไม่ใช่ปัญหาหลักของการเรียนภาษาอังกฤษอีกต่อ

ไป ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Prator (1976) ที่กล่าวไว้ว่า “ปัญหาจากการเรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ ผู้เรียนจะมีปัญหาในการฟังมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้เรียนเหล่านั้นมีโอกาสพบกับเจ้าของภาษาน้อย” แต่ผลการวิจัยครั้งนี้ก็มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ คิต ศิธร แสงธนู และ คิต พงศทัต (2521) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “ผู้เรียนใช้เวลาในการเรียนและมีโอกาสของการฝึกทักษะการฟังและฝึกเขียนเสียงภาษาแม่ คือ ภาษาไทยของตนเองอยู่ถึง 6-7 ปี เป็นอย่างน้อยก่อนที่จะเรียนอ่านและเขียน แต่การเรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง มุ่งให้ผู้เรียนฟัง พูด อ่าน และเขียนไปด้วยกัน เป็นการฝึนธรรมชาติของการเรียนรู้ภาษา” และ ยังสอดคล้องกับ วลีษฐ์ เกษมทรัพย์ (2548) ที่กล่าวว่า “การสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยนั้นมีแนวทางการสอนที่สวนทางกับกระบวนการเรียนรู้ทางธรรมชาติ” ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัญหาด้านทักษะทั้ง 4 ของการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมยังคงเป็นปัญหาในลำดับต้นๆ กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น ปัญหาเหล่านี้ล้วนสืบเนื่องมาจากขั้นตอนของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของนักเรียน นักศึกษาในประเทศไทย จะเริ่มมาจากการอ่าน และการท่อง (พูด) A B C การท่องคำศัพท์ พร้อม ๆ กับการฟังคุณพ่อ หรือคุณแม่อ่านคำศัพท์เหล่านั้นให้ฟัง หลังจากนั้น ก็ลงมือเขียนตามเส้นประ หรือเขียนตามคำบอก ดังนั้น จะสังเกตได้ว่าขั้นตอนของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของคนไทยค่อนข้างจะฝืนธรรมชาติของการเรียนรู้ภาษาโดยสิ้นเชิง ทำให้ปัญหาด้านทักษะทั้ง 4 (การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน) ยังคงเป็นปัญหาหลักสำหรับนักศึกษาไทย ดังนั้นหากจะขจัดปัญหาในด้านทักษะทั้ง 4 ของการเรียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาไทย จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษตั้งแต่ระดับอนุบาล โดยจะต้องเริ่มจากการฟัง และฝึกเขียนเสียงระยะหนึ่ง (6-7 ปี) จึงค่อยมาเรียนวิธีการอ่านและการเขียนต่อไป

2. ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบอีกว่า นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือปัญหาด้านผู้สอน ซึ่งอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.46 จากผลวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า นักศึกษามีความชื่นชอบในวิธีการสอน ความเชี่ยวชาญของผู้สอน บุคลิกภาพของผู้สอน รวมไปถึงวิธีการวัดและประเมินผลของผู้สอน เนื่องมาจากผู้สอนได้ใช้วิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ที่มีความสอดคล้องกับรูปแบบการสอนแบบใหม่ ของ Bennett, N (1979) ที่กล่าวว่า ผู้สอนต้องมีการสอนแบบบูรณาการเนื้อหา ต้องมีบทบาทในการชี้แนะประสบการณ์การเรียนรู้ ต้องกระตุ้นหรือรื้อฟื้นในบทบาทและความรู้สึกของผู้เรียน นักเรียนต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนหลักสูตร กิจกรรมหลักเน้นให้ผู้เรียนค้นพบด้วยตนเอง ผู้สอนต้องใช้การเสริมแรงหรือให้รางวัลมากกว่าการลงโทษ ใช้แรงจูงใจภายใน และต้องไม่เคร่งครัดกับมาตรฐานทางวิชาการมากเกินไป ต้องมีการทดสอบบ้าง มีการมุ่งเน้นการทำงานเป็นกลุ่มแบบร่วมมือ ต้องไม่ยึดติดกับการเรียนในห้องเรียน ต้องมุ่งสร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ให้ผู้เรียน ต้องมุ่งเน้นความรู้ทางวิชาการและทักษะด้านจิตพิสัยเท่าเทียมกัน รวมไปถึงผู้สอนจะต้องมุ่งเน้นการประเมินกระบวนการเป็นสำคัญอีกด้วย ซึ่งจากการดำเนินการการเรียนการสอนรายวิชา 01-064-302 วิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรม ประจำปีการศึกษา 2560 ได้ดำเนินการเรียนการสอนให้เป็นไปในแนวทางการสอนแบบใหม่ ของ Bennett, N (1979) จึงทำให้ผู้เรียนมีความสนุกสนานในการเรียน แต่ถึงกระนั้นก็ยังไม่ทำให้ปัญหาของการเรียนภาษาอังกฤษทั้ง 4 ทักษะของผู้เรียนหมดไป ทำให้ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับสังเวียน สุธงษิตกุล (2521) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่ในระดับประถมจะมีการปูพื้นฐานภาษาอังกฤษไม่ดีเท่าที่ควร เลยทำให้ต้องมาเร่งปรับพื้นฐานภาษาอังกฤษกันใหม่ในระดับมัธยมและระดับมหาวิทยาลัย กล่าวคือ แม้ว่าผู้สอนในระดับ

มหาวิทยาลัยจะมีความเชี่ยวชาญในการสอนภาษาอังกฤษ และใช้วิธีการสอนที่ดีเพียงใดก็ยังไม่สามารถกำจัดปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษทั้ง 4 ทักษะได้ ดังนั้นหากต้องการให้การเรียนการสอนภาษาอังกฤษของนักศึกษาไทยประสบผลสำเร็จ จะต้องได้รับความร่วมมือร่วมใจของผู้สอนทุกระดับชั้น ไม่ว่าจะเป็นการปูพื้นฐานจากระดับอนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา ที่จะต้องเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการเรียนรู้วิชาภาษาอังกฤษให้เป็นไปตามธรรมชาติของการเรียนรู้ภาษา โดยจะต้องเริ่มจากการฟังและฝึกเลียนเสียงระยะหนึ่ง (6-7 ปี) จึงค่อยมาเรียนวิธีการอ่านและการเขียนต่อไป จึงจะทำให้การใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยพัฒนาและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับตลาดแรงงานของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียนได้เป็นอย่างดี

3. ตัวแปรด้านเพศ พบว่า นักศึกษาที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมโดยภาพรวม มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมรายด้าน พบว่า ปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมของผู้เรียนทั้ง 8 ด้าน มีความแตกต่างกัน นั่นคือ เพศชายมีปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ส่วนเพศหญิงอยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นแบบนี้เนื่องจากมาจากนักศึกษาเพศชายไม่ค่อยเอาใจใส่กับการเรียน และไม่มีความรับผิดชอบเท่ากับนักศึกษาเพศหญิง ความสนใจในการเรียนในห้องเรียนของเพศชายก็ค่อนข้างน้อยกว่าเพศหญิง จึงทำให้นักศึกษาเพศชายสามารถเรียนรู้วิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมได้น้อยกว่าเพศหญิง ฉะนั้นนักศึกษาเพศชายจึงรู้สึกว่าตนเองมีปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมมากกว่าเพศหญิง

4. ตัวแปรด้านพื้นฐานการศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีพื้นฐานการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมโดยภาพรวม มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.570 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมรายด้าน พบว่า ปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมของผู้เรียนทั้ง 8 ด้าน ไม่มีความแตกต่างกัน นั่นคือ ผู้เรียนทั้งสองกลุ่มมีปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุจากที่หลักสูตรของสถาบันการศึกษาสายอาชีพได้ให้ความสำคัญต่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสถาบันการศึกษาสายสามัญ ในหลักสูตรได้มีการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษไว้ในทุกภาคการศึกษา ทำให้นักศึกษาที่จบจากสถาบันการศึกษาสายอาชีพมีพื้นฐานด้านภาษาอังกฤษเทียบเท่ากับนักศึกษาที่จบการศึกษาจากสถาบันการศึกษาสายสามัญ จึงทำให้นักศึกษาที่จบการศึกษาจากสถาบันการศึกษาสายอาชีพและสายสามัญมีปัญหาในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน และสำหรับผลวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาสายสามัญยังคงมีปัญหาในการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลางนั้น อาจเนื่องมาจากว่าสถาบันการศึกษาสายสามัญส่วนใหญ่ที่นักศึกษาเรียนจบมานั้นได้เน้นการเรียนการสอนในวิชาภาษาจีนมากกว่าภาษาอังกฤษ ทำให้ปัญหาในการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมยังคงอยู่ในระดับปานกลางอยู่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

ควรมีการจัดห้องเรียนสำหรับการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษที่มีสื่อการสอนที่เหมาะสมและทันสมัย เช่น ห้อง Sound Lab ควรมีการตรวจสอบ

อุปกรณ์การเรียนการสอนในห้องเรียนอย่างสม่ำเสมอ หากมีการชำรุดต้องเร่งดำเนินการแก้ไขโดยด่วน และควรมีการเชิญวิทยากรชาวต่างชาติ (Native Speaker) มาร่วมสนทนากับนักศึกษาในห้องและนอกห้องเรียนอย่างสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป
ควรศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเรียน การสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษาใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และควรมีการศึกษาปัญหาด้านภาษาอังกฤษของบัณฑิตของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ก่อนเข้าสู่ ตลาดแรงงาน

References

- ผู้จัดการ Online. (27 มกราคม 2557). การศึกษา. เข้าถึงได้จาก คุณภาพชีวิต: <https://www.facebook.com/ecberkku/posts/877149395632169>
- วชิษฐ์ เกษมทรัพย์. (2548). ปัญหาการเรียนรู้อังกฤษตอนการสวนทางของการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในระบบการศึกษา. วารสารวงการครู, 2(20), 83.
- ศิริธ แสงธนู และ คิต พงศทัต. (2521). คู่มือครูภาษาอังกฤษภาคทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สังเวียน สฤณีกุล. (2521). วิธีการสอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนมัธยมศึกษา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (8 มกราคม 2559). ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่ โกยรายได้ทะลุเป้า 2.23 ล้านล้าน. เข้าถึงได้จาก หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ: <http://www.thansettakij.com/content/25115>
- Bennett, N. (1976). *Teaching Style and Pupil Progress*. London: Open Books.
- Prator, C.H. (1976). *In Search of Method*, English Teaching Forum. 14 (1).

เอกลักษณ์ร้านอาหารฟู้ดทรัคท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อาหาร จังหวัดเชียงใหม่

LOCAL FOOD TRUCK IDENTITY FOR TOURISM IN CHIANG MAI PROVINCE

ชูเกียรติ ศิริวงศ์, กิรติญา ศิริกุล, เกศินี วรปัสสุ และ ศิริพร มารังค์

Chukiat Siriwong, Keeratiya sirikul, Kedsinee worrapussu and Siripond Marung

หลักสูตรการท่องเที่ยวและบริการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารฟู้ดทรัค ของผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และ 3) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการฟู้ดทรัค ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาแบบผสม โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ กับผู้บริโภคที่รับประทานอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค จำนวน 200 คน และกลุ่มเชียงใหม่ฟู้ดทรัคคลับ จำนวน 5 ราย ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแรงจูงใจที่เลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค เพื่อทดลองร้านอาหารใหม่ๆ บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือเพื่อน ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคต่อเดือน ประมาณ 2-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง 101-200 บาทช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการบ่อยที่สุดคือช่วงเย็นหลังเลิกเรียนหรือทำงาน เอกลักษณ์ฟู้ดทรัคที่สำคัญคือ มีความสะดวกสบาย และการตั้งร้าน ซึ่งแนวคิดในการทำธุรกิจฟู้ดทรัค ขึ้นอยู่กับความคิดของแต่ละบุคคล ส่วนทำเลที่สร้างรายได้มากที่สุดคือ งานแฟร์ และเอกลักษณ์ของแต่ละร้านมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน นอกจากนี้ข้อเสียในเรื่องของขนาดของรถที่ใหญ่ จึงทำให้ค่าเช่าที่มีราคาสูงกว่าร้านที่ตั้งขายบนพื้น และสถานที่จอดรถบางที่ผิดกฎหมาย ภาษีในการจดทะเบียนการค้าค่อนข้างสูง

คำสำคัญ: ฟู้ดทรัค การเลือกซื้อ อาหารและเครื่องดื่ม

Abstract

The research aim to explore 1) Factors affecting Food Truck Selection of Customers in Chiang Mai. 2) To study The Factor results of 7P's marketing mix study 3) To study food Truck business identity in Chiang Mai. This research is mixed method research by using survey questionnaire and interview instruction with 200 food truck's customers and 5 Chiang Mai Food Truck member. The findings of this study indicated that Factors affecting Food Truck Selection of Customers in Chiang Mai, as well as marketing mix were product, price, place, process physical evidence and promotion from media. The research results revealed that the majority of

respondents were female, aged between 21-30. They typically had a bachelor's degree were students with income lower than 10,000 Baht. The major motive to choose a restaurant type food truck was to try new restaurants. The most influential person is a friend. Frequency to purchase from food trucks is to 2-3 times per month and 101-200 baht was spent each time. Most often people buy from food trucks in the evening after school or work. Opening a Food Truck is more comfortable than managing a restaurant. The concept of business food resources is based on the idea of the individual. The location most revenue is generated is at food EXPOS and the identity of the design and decoration is different. Moreover, The disadvantages are in terms of the size of the truck. Therefore, the rent is more expensive than street food and Some parking places are illegal. Commercial registration tax is quite high.

Keywords: Food Truck, consumption, Food and Beverage

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคเริ่มมีเวลาจำกัด มีรูปแบบการใช้ชีวิตอย่างรีบเร่ง ต้องการอาหารที่มีความสะดวกและรวดเร็วต่อการบริโภค ซึ่ง “ฟู้ดทรัค” (Food Truck) เป็นรูปแบบการบริโภคที่สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ยิ่งไปกว่านั้น ฟู้ดทรัค ยังสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคด้วยการมีเมนูอาหารให้เลือกอย่างหลากหลายประเภทอีกด้วย ฟู้ดทรัค มีการตอบโต้หลาย ๆ ด้านที่ร้านอาหารทั่วไปไม่สามารถทำได้ เช่น การทำร้านอาหารร้านหนึ่งต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทำเล การตกแต่ง การจ้างพนักงาน ในขณะที่การเริ่มต้นธุรกิจฟู้ดทรัค เพียงแค่มีรถหนึ่งคันทุนในการตกแต่งรถ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายมากขึ้น เพิ่มโอกาสเติบโตทางธุรกิจได้มากขึ้น ทำให้ธุรกิจฟู้ดทรัคในเมืองไทยขณะนี้ได้เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะปี 2559 ที่จากเดิมเป็นรถขายอาหารต่างชาติแบบต้นตำรับ เช่น แอมเบอร์เกอร์ พิชซ่า ปัจจุบันเริ่มมีการปรับตัวให้เข้าความต้องการของผู้บริโภคคนไทยมากยิ่งขึ้น โดยมีการนำมาปรับเป็นรถขายอาหารที่มีความหลากหลายขึ้น ทั้งอาหารไทย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ฯลฯ เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่ชอบลิ้มลองรสชาติแปลกใหม่ (ญาณเดช ศิริบุ

กุลชร, 2560) ปัจจุบันได้มีการเปิดตัวเครือข่าย “ฟู้ดทรัค” ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยว โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ และเปิดตัวกลุ่ม “เชียงใหม่ฟู้ดทรัคคลับ” ภายใต้กิจกรรมสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมเป้าหมายฟู้ดทรัค ซึ่งมีโครงการพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรมอาหารภาคเหนือ (Northern Thailand Food Valley) ได้ขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการที่จำหน่ายอาหารบนรถเคลื่อนที่ฟู้ดทรัค ซึ่งเป็นโครงการเพิ่มศักยภาพและยกระดับเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเป้าหมาย (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1, 2561) ทั้งนี้เพื่อพัฒนาและต่อยอดธุรกิจฟู้ดทรัค สู่การสร้างเครือข่ายในกระบวนการอุตสาหกรรม และส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ จนนำไปสู่การเป็นอัตลักษณ์ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว และสร้างแรงจูงใจในการบริโภคอาหารปลอดภัยและมีคุณภาพของคนในพื้นที่และจังหวัดข้างเคียง (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) จากเหตุผลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ “อัตลักษณ์ร้านอาหารฟู้ดทรัคท้องถิ่นเพื่อส่ง

เสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อาหาร จังหวัด เชียงใหม่” เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยด้าน การตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและ เพื่อพัฒนาต่อยอดธุรกิจ

พิศุทธิ์ สู่ความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคต ทางผู้วิจัยจึงเล็ง เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด (7Ps) ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการเลือกซื้อ อาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารพิศุทธิ์ ของผู้ บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้

1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการพิศุทธิ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารพิศุทธิ์ของผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผล ต่อการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารพิศุทธิ์ของผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างของเอกลักษณ์ สินค้า (กาลัญ วรพิทยุต, ม.ป.ป.) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1. Core Identity หมายถึง แก่นสำคัญที่เป็นจุดยืน ของสินค้าทั้งในด้านของความหมายและความสำเร็จ ของสินค้า ซึ่งประกอบด้วยองค์ ประกอบและความ สัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ แสดงถึงจุดยืนของสินค้า ซึ่งจะมี ความมั่นคงและไม่ เปลี่ยนแปลงไม่ว่าสินค้านี้จะมีการ เติบโต เช่น การขยายตลาดหรือการขยายสาย ผลิตภัณ์ออกไป หรือเวลาจะล่วงเลยไปนานเท่าใด ก็ตาม นอกจากนี้ Core Identity ควรจะประกอบไป ด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ ด้านที่ทำให้สินค้านั้นมี เอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นด้าน ประโยชน์ จากการทำหน้าที่ของสินค้า (Functional Benefits) ประโยชน์ทางด้านอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Benefits) และประโยชน์ ของสินค้าใน

ฐานะที่เป็น เครื่องบ่งบอกสถานะเฉพาะบางอย่างของ ผู้บริโภค (Self-expressive Benefits)เป็นต้น ซึ่งบาง ครั้งเราจะพบว่า บางส่วนของสโลแกนของสินค้าหรือ องค์กรก็ จะมี Core Identity ซึ่งจะบ่ง บอกเอกลักษณ์ และคุณค่าของสินค้านั้น ๆ ปรากฏอยู่อย่างไ้ก็ตาม โดยทั่วไปแล้ว Core Identity มักจะไม่ได้แสดงรายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับประโยชน์ หรือ หน้าที่ของ สินค้าไว้ แต่จะแสดงจุดยืนที่แตกต่างหรือคุณสมบัติ หลักที่สำคัญเท่านั้น

2. Extended Identity จะเป็นองค์ประกอบ ที่ช่วยเพิ่มเติมเนื้อหา หรือรายละเอียดให้ สินค้ามีความสมบูรณ์ มากยิ่งขึ้น ดังนั้น การขายสินค้าในส่วน ตลาดอื่น ๆ จะเปลี่ยนเฉพาะในส่วนExtended Identity และยังคง Core Identity ไว้

Aaker (1996) ยังได้ อธิบายเพิ่มเติมว่า Brand Personality หรือบุคลิกของสินค้านั้นเป็นส่วน หนึ่งของ Extended Identity เช่นกัน เพราะบุคลิก ของสินค้าจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยอธิบายถึงคุณลักษณะ ของตัวสินค้าให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พรสิริ ทิววรรณวงศ์ (2546) ได้อธิบายถึงส่วน ประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ(7Ps of Marketing) ว่าหมายถึงเครื่องมือขององค์กรที่จะใช้ในการ วิเคราะห์ส่วนประสม ทางการตลาดของธุรกิจการ บริการ ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอ ขายในทางธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ หรือ ความจำเป็นของลูกค้าและผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความ พึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และ สิ่งสัมผัส ไม่ได้ อาทิเช่น ราคา คุณภาพ สี บรรจุภัณฑ์ บริการ และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์นั้นอาจจะเป็นสินค้า สถานที่ การบริการ หรือบุคคล ก็ได้ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์จึงประกอบ ไปด้วย สินค้า การบริการ ความคิด สถานที่ และบุคคล อีกทั้งผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณค่า ในสายตาของ ผู้บริโภคจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้น

จำหน่ายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนของเงินสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต่อการใช้จ่ายเพื่อให้ได้มา ซึ่งผลิตภัณฑ์ ราคาถือเป็นต้นทุนของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับ ราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคหรือลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ

3. สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย กิจกรรมที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการ จากองค์กรออกสู่ตลาดเป้าหมาย กิจกรรมที่จะ เป็นตัวช่วยในการกระจายสินค้า ก็ได้แก่การขนส่ง คลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความ พึงพอใจต่อตราสินค้าและการบริการ รวมถึงบุคคล ใน การที่จะใช้สร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความ ต้องการในผลิตภัณฑ์ โดยคาดหวังว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อ รวมถึงการติดต่อ สื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

5. บุคคล (People) ที่ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจ เพื่อให้สามารถ สร้างความ พึงพอใจให้กับลูกค้าได้ รวมถึงสร้างความแตกต่างกับ คู่แข่งได้ บุคคลหรือ พนักงานจะต้องมี ความรู้ความสามารถ และทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า เพื่อที่จะตอบสนอง ต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการสร้างคุณภาพโดยรวมด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ เพื่อช่วยสร้างคุณค่าให้กับ ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นในด้านความสะอาด ความรวดเร็ว และอื่น ๆ

7. กระบวนการ (Process) เป็นกระบวนการ ส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้ อย่าง รวดเร็ว และก่อให้เกิดความพึงพอใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วรเทพ คำแก้วแจ่ม (2552) ศึกษาเรื่อง ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจาก แผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ของตนเอง โดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้ของ ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 25,001-50,000 บาท สื่อที่ ทำให้รู้จักแผงลอยจำหน่ายอาหาร คือบังเอิญผ่านไป พบ และตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอย เพื่อเป็นการรับประทานตามปกติไม่มีโอกาสพิเศษ โดย ซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหารมากกว่า 10 ครั้ง/เดือน ซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายในวันจันทร์ ถึงวันพฤหัสบดีมากที่สุด ส่วนใหญ่ในเวลา 17.01-19.00 น. บริเวณถนนโชตินา รองลงมาคือ ถนนสุเทพ รายการอาหารหลักมักเป็นประเภทอาหารจานเดียวใส่ ก๋ล่อง/ห่อ/ถุง ส่วนอาหารว่างเป็นประเภทปาท่องโก๋/ขนมปังสังขยา ผู้ที่ซื้ออาหารกลับไปรับประทานที่บ้าน โดยเฉลี่ยจำนวน 1 ชิ้น/จาน/ชุด/ก๋ล่อง/ห่อ/ถุง ราคา ต่อหน่วย 21-25 บาท ส่วนผู้ที่รับประทานกับเพื่อนที่ แผงลอย จำนวน 1-2 คนใช้เวลานั่งรับประทานที่ แผงลอยจำหน่ายอาหาร 16-20 นาที ปัจจัยย่อยที่มี ผลต่อการเลือกซื้ออาหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ รสชาติของอาหาร ด้านราคา คือราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ ด้านสถานที่ คือทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ใกล้ที่พัก/สำนักงาน/สถานศึกษา ค่าเฉลี่ย เท่ากัน ด้านการส่งเสริมการตลาด คือการให้บริการน้ำ เปลาฟรี ด้านบุคคล คือสภาพอนามัยและความ สะอาดของผู้ประกอบการ/พนักงาน ด้านกระบวนการ ให้บริการ คือมีการประกอบอาหาร/ปรุงอาหารที่ถูก สุขลักษณะ และด้านหลักฐานทางกายภาพ คือความ สะอาดของแผงลอยจำหน่ายอาหาร อุปกรณ์ โต๊ะ และ

ที่นั่งในบริเวณแผงลอยจำหน่ายอาหาร

ณีนี พานสายตา และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มแบบฟู้ดทรัคให้ประสบความสำเร็จ” พบว่า บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับการบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่ม แบบฟู้ดทรัคทั้งในบริบทของประเทศไทยและต่างประเทศ และเพื่อประมวลและสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มแบบฟู้ดทรัคให้ประสบความสำเร็จ จากผลการสังเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ทำให้การบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มแบบฟู้ดทรัคประสบความสำเร็จนั้น ประกอบด้วย 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยทางการบริหาร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผลการวิจัยเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มแบบฟู้ดทรัคที่เด่นชัดที่สุด คือ กลยุทธ์ (Strategy) ด้วยการสร้างความแปลกใหม่และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของร้านฟู้ดทรัคแต่ละร้าน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่ม แบบฟู้ดทรัคที่เด่นชัดที่สุด คือ การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้า และผลิตภัณฑ์ (Product) มีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการใช้ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ

สันทจุฑา จำรูญวัฒน์ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7Ps) และปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำข้อมูลและผลการวิจัยที่

ได้ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ รวมถึงกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีการใช้บริการมากขึ้นและมีความต่อเนื่อง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความเหมาะสมของราคา ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางและราคาผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับร้านอื่น ปัจจัยด้านความมีเอกลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านการนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ชื่อเสียงและความหลากหลายของ Food Truck ปัจจัยด้านความโดดเด่นและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านพนักงาน โดยในส่วนของลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าลักษณะเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พงศกร บุญพรัตน์ และอภิวรรตน์ กรมเมือง (2559) การวิจัยในครั้งนี้ทำการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ที่มีประสบการณ์เคยซื้อ และบริโภคอาหารจากร้านฟู้ดทรัค ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบได้แก่ t-test One-Way ANOVA พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อเมนูเครื่องดื่มมากที่สุดในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจพบว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ด้านสาเหตุที่ใช้บริการพบว่าเลือกใช้บริการ

เพราะอยากทดลองร้านใหม่ ๆ ด้านสถานที่ที่ใช้บริการพบว่าใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด ในส่วนของช่วงวันที่ใช้บริการพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันเสาร์-วันอาทิตย์มากที่สุด ด้านสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการพบว่าสื่อจากอินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุด และพบว่าร้านอาหารฟู้ดทรัคเหมาะสำหรับตนเองมากที่สุด โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ สาเหตุที่ใช้บริการ สถานที่ที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ และ สื่อที่มีอิทธิพลในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 และ 0.05

พุทธรักษา อินทร์บำรุง (2553) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรีผลการวิจัยพบว่า 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า ภายในตลาดนัดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านบุคคลากรมากที่สุด ให้ความสำคัญในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในด้านกระบวนการน้อยที่สุด 3. ปัจจัยจิตวิทยาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในตลาดนัดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านการรับรู้มากที่สุด ให้ความสำคัญในด้านบุคลิกภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในด้านการจูงใจ น้อยที่สุด พฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้า 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยเลือก

ซื้อสินค้าในช่วงเวลา 10.00-14.00 น. มีค่าใช้จ่าย 501-1,000 บาทต่อครั้ง ส่วนสินค้าประเภทต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวนถือเป็นสินค้าที่เลือกซื้อมากที่สุด โดยครอบครัว /ญาติ ถือเป็นบุคคลที่ไปซื้อสินค้าด้วยมากที่สุด ส่วนการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพื่ออุปโภค บริโภคมากที่สุด

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือและใช้โปรแกรม SPSS Statistics ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิจัย โดยในการวิจัยนั้นมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้บริโภคอาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารฟู้ดทรัค (Food Truck) ในจังหวัด เชียงใหม่ 1,746,840 คน (กรมการปกครอง, 2561) 2) ผู้ประกอบการฟู้ดทรัค จากกลุ่ม “เชียงใหม่ฟู้ดทรัคคลับ” ที่ผ่านการอบรมมาตรฐาน จำนวน 94 ราย (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและคณะ, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน คือ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงแยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้แบบสอบถามได้จากผู้บริโภคที่มาเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารฟู้ดทรัค จากย่านต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ นิมมานเหมินท์ กาตรวมโชค ตลาดนัดโลตัสคำเที่ยง ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติฯ และจริงใจมาร์เก็ต 2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้แบบสัมภาษณ์ ได้โดยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จาก กลุ่ม “เชียงใหม่ฟู้ดทรัคคลับ” ที่ผ่านการอบรมจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 5 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) เป็นเทคนิควิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์แบบผสมผสาน ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารฟู้ดทรัค (Food Truck) ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารฟู้ดทรัค (Food Truck) ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยใช้คำถามที่เป็นลักษณะปลายเปิด บทสัมภาษณ์จะเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นในการทำฟู้ดทรัค แนวคิด และเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการฟู้ดทรัค (Food Truck) ในจังหวัดเชียงใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ด้วยตัวเอง 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มฟู้ดทรัค จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ร้าน โดยใช้ประเด็นในการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. คณะผู้วิจัยมีการวางแผนการเก็บข้อมูล โดยได้ติดต่อนัดหมายไปยังผู้ประกอบการล่วงหน้า และดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มฟู้ดทรัค แต่ละร้านใน จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยตนเอง

2. คณะผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ โดยใช้คำถามที่เป็นลักษณะปลายเปิด ที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3. คณะผู้วิจัยสรุปรวบรวมความคิดในแต่ละด้านทันทีที่จบแบบสัมภาษณ์ในแต่ละด้าน 4. เมื่อการสัมภาษณ์สิ้นสุดลง ผู้วิจัยจะสรุปอีกครั้ง 5. การสัมภาษณ์แต่ละครั้งผู้วิจัยได้บันทึกเทปไว้ทุกครั้ง โดยขออนุญาตในการบันทึกเสียงผู้ให้สัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม เป็นข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้ประกอบการจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้สำรวจมาดำเนินการดังนี้ 1) การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก 2) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมากรอกลงในโปรแกรม SPSS Statistics เพื่อคำนวณหาค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) การวิเคราะห์ตัวแปรส่วนบุคคล และพฤติกรรมของผู้บริโภค อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยจะใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) 2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนาเพื่อสรุปผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ผลการวิจัย

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคอาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารฟู้ดทรัค (Food Truck) ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียนและนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

สรุปผลการวิจัยด้านข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคร้านอาหารและเครื่องดื่มฟู้ดทรัค (Food Truck) จากผลการวิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมการ

บริโภคร้านอาหารและเครื่องประเภทฟู้ดทรัคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าแรงจูงใจที่เลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค คือ เพื่อทดลองร้านอาหารใหม่ๆ บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่เพื่อน ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคต่อเดือนประมาณ 2-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค เฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง 101-200 บาท การเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค บ่อยที่สุดคือช่วงเย็นหลังเลิกเรียนหรือทำงาน

สรุปผลการวิจัยด้านข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

1 ปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคพึงพอใจผู้ประกอบการมีมารยาท พุดจาสุภาพ รองลงมาผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และผู้ประกอบการมีความเอาใจใส่ในการบริการ ตามลำดับ นอกจากนี้ในเรื่องการแต่งตัวของผู้ชายยังมีผลการดึงดูดผู้บริโภคอีกด้วย

2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พึงพอใจ

อาหารมีรสชาติอร่อย รองลงมาอาหารสะอาดถูกหลักอนามัย มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย และวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารมีคุณภาพ ตามลำดับ นอกจากนี้ในเรื่องอาหารมีความสะอาดอร่อยและหลากหลาย มีความนิยมตามกระแสในปัจจุบัน หาซื้อได้ง่ายใกล้สถานที่พัก

3 ปัจจัยด้านราคาความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พึงพอใจราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร รองลงมามีป้ายแสดงราคาอาหารชัดเจน และราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ ตามลำดับ นอกจากนี้ในเรื่องราคาเข้าถึงง่าย รสชาติและปริมาณมีความเหมาะสมกับราคา

4 ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคพึงพอใจทำเลที่ตั้งฟู้ดทรัค ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมาทำเลที่ตั้งฟู้ดทรัค สามารถเดินทางสะดวกและทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งฟู้ดทรัครวมกันหลาย ๆ ร้าน ตามลำดับ นอกจากนี้ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถหาซื้อได้ง่าย ใกล้สถานที่พักยังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้วย

5 ปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคพึงพอใจกระบวนการสั่งอาหารเป็นลำดับขั้นตอนที่ง่าย สะดวก รองลงมามีความรวดเร็วและถูกต้องในการคิดเงินและทอนเงิน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว ตามลำดับ

6 ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคพึงพอใจ

การนำเสนอเมนูอาหารน่าสนใจ มีภาพประกอบ รองลงมาบริเวณที่ตั้งฟู้ดทรัคมีความสะอาด และการตกแต่งรถฟู้ดทรัคมีความดึงดูด มีเอกลักษณ์ ตามลำดับ นอกจากนี้เรื่องบรรยากาศของร้าน การตกแต่ง และสีของรถน่าดึงดูดมีความแปลกใหม่

7 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ รองลงมามีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น มีโปรโมชั่น ส่วนลด บัตรสะสมแต้ม เป็นต้น และมี Pages Facebook แจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ตามลำดับ นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาด มีสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา ความนิยมในโซเชียลเป็นสิ่งที่ทำให้ตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ด้านเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการฟู้ดทรัค (Food Truck) จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการฟู้ดทรัคทั้ง 5 ราย ได้ข้อสรุปโดยรวมในแต่ละด้านดังนี้ 1 ด้านความสะดวกสบาย และความเร็ว พบว่าจุดเริ่มต้นในการทำฟู้ดทรัคส่วนใหญ่เริ่มมาจากการประกอบธุรกิจฟู้ดทรัคมีความสะดวกสบาย ทั้งเรื่องการจัดร้าน การขนย้ายและการเก็บร้านในที่ใช้เวลาไม่นาน และสามารถเปลี่ยนทำเลที่ตั้งไปตามจุดต่าง ๆ ได้เรื่อย ๆ ทั้งยังสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบการซื้อที่สะดวก และรวดเร็ว 2 ด้านแนวคิดของผู้ประกอบการ พบว่าแนวคิดในการทำธุรกิจฟู้ดทรัค ขึ้นอยู่กับความคิดของแต่ละบุคคล รูปแบบเอกลักษณ์ของการออกแบบ และตกแต่งร้านที่แตกต่างกันไป สร้างความโดดเด่นของร้านด้วยตนเอง การตกแต่งรถแต่ละคันขึ้นอยู่กับงบประมาณของแต่ละร้าน 3 ด้านการเพิ่มมูลค่า พบว่าการขายอาหารบนรถฟู้ดทรัคช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ด้วยราคาที่สมเหตุสมผล นอกจากนี้ยังสามารถดึงดูดลูกค้าได้ดี เพราะด้วยความโดดเด่นของรถฟู้ดทรัคที่ออกแบบรถให้มีความสูงกว่าระดับพื้น จึงทำให้

รถฟู้ดทรัคมีความสะอาดมากกว่าร้านอาหารที่ตั้งบนพื้น และสามารถเห็นรถได้ชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งฟู้ดทรัคก็สามารถตอบโจทย์ได้ดี อีกทั้งสินค้าของแต่ละร้านยังเป็นสินค้าที่กำลังนิยมในปัจจุบัน เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ วัตถุดิบที่หากินได้ยากในจังหวัดเชียงใหม่ 4 ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าทำเลที่สร้างรายได้มากที่สุดคือ งานแฟร์ เพราะงานแฟร์ ส่วนใหญ่สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งมากกว่าการขายตามตลาดนัดต่าง ๆ และกลุ่มผู้บริโภคมีส่วนสำคัญต่อการเลือกทำเลที่ตั้ง ซึ่งผู้บริโภคฟู้ดทรัคส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นชาวไทยมากกว่า ชาวต่างชาติ ด้านเอกลักษณ์ พบว่าเอกลักษณ์ของแต่ละร้านมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน เช่น วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร สูตรหรือรสชาติ แบรินต์สินค้า การตกแต่งรถฟู้ดทรัค 6 ด้านข้อเสีย พบว่ารถฟู้ดทรัคมีข้อเสียในเรื่องของขนาดของรถที่ใหญ่ ในกรณีที่ออกตามงานแฟร์ จะต้องใช้พื้นที่มากในการตั้งร้านซึ่งมีพื้นที่จำกัด จึงทำให้ค่าเช่าที่มีราคาสูงมากกว่าร้านที่ตั้งขายบนพื้น และสถานที่จอดรถบางที่ผิดกฎหมาย ภาษีในการจดทะเบียนการค้าค่อนข้างสูง และเมื่ออยากจะทำขายก็ยาก ก็สามารถทำได้ยาก เนื่องจากมีพื้นที่จำกัด ไม่สามารถวางโต๊ะเก้าอี้ได้ เป็นต้น แต่มีผู้ประกอบการ 2 รายที่ไม่ได้กล่าวถึงเรื่องข้อเสีย

การอภิปรายผล

1) การอภิปรายผลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียนและนักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของพุทธชาติ อินทร์บำรุง (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วน

ใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรเทพ คำแก้วแจ่ม (2552) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ของตนเองโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติกร เหลืองศิริ (2553) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านไอศกรีมของผู้บริโภค กรณีศึกษา นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ที่เลือกใช้บริการร้านไอศกรีมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนมากมีอายุ 20-21 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 และระดับรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ที่ระดับ 3,000-8,000 บาท

2) การอภิปรายผลการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่แรงจูงใจที่เลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค คือ เพื่อทดลองร้านอาหารใหม่ๆ บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่เพื่อน ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคต่อเดือน ประมาณ 2-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค เฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง 101-200 บาท การเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค บ่อยที่สุดคือช่วงเย็นหลังเลิกเรียนหรือทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธชาติ อินทร์บำรุง (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้า ภายในตลาดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากที่สุด จากการวิเคราะห์ข้างต้นด้านเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการฟู้ดทรัค พบว่า ฟู้ดทรัค มีความสะดวกสบายทั้งเรื่องการตั้งร้าน การขนย้าย และการเก็บร้านในที่ใช้เวลาไม่นาน ซึ่งแนวคิดในการทำธุรกิจ ฟู้ดทรัค ขึ้นอยู่กับความคิดของแต่ละบุคคล รูปแบบเอกลักษณ์ของการออกแบบและตกแต่งร้านที่

ตนเอง จากการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยด้านบุคคล คือ ผู้ประกอบการ มีมารยาท พุดจาสุภาพ ร้องลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่อาหารมีรสชาติอร่อย ปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีทำเลใกล้กับแหล่งชุมชน ปัจจัยด้านกระบวนการในการส่งอาหารที่เป็นลำดับขั้นตอน ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ คือ เมนูอาหารมีความดึงดูด และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มาจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยพร สำเนียงเสนาะ (2551) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับ “ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี” พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานีผู้บริโภคให้น้ำหนักปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารระดับมากในด้านบุคลากรมากที่สุด ร้องลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่ายด้านกระบวนการ และให้น้ำหนักปัจจัยการตัดสินใจ ระดับปานกลางในด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธชาติ อินทร์บำรุง (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้า ภายในตลาดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านบุคลากรมากที่สุด จากการวิเคราะห์ข้างต้นด้านเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการฟู้ดทรัค พบว่า ฟู้ดทรัค มีความสะดวกสบายทั้งเรื่องการตั้งร้าน การขนย้าย และการเก็บร้านในที่ใช้เวลาไม่นาน ซึ่งแนวคิดในการทำธุรกิจ ฟู้ดทรัค ขึ้นอยู่กับความคิดของแต่ละบุคคล รูปแบบเอกลักษณ์ของการออกแบบและตกแต่งร้านที่

แตกต่างกันไป สร้างความโดดเด่นของร้านด้วยตนเอง ส่วนทำเลที่สร้างรายได้มากที่สุดคือ งานแฟร์ เพราะงานแฟร์ ส่วนใหญ่สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก และเอกลักษณ์ของแต่ละร้านมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน เช่น วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร สูตรหรือรสชาติ แปรนดสินค้า การตกแต่งรถฟู้ดทรัค นอกจากนี้ข้อเสียในเรื่องของขนาดของรถที่ใหญ่ในกรณีที่ออกตามงานแฟร์ จะต้องใช้พื้นที่มากในการตั้งร้านซึ่งมีพื้นที่จำกัด จึงทำให้ค่าเช่าที่มีราคาสูงกว่าร้านที่ตั้งขายบนพื้น และสถานที่จอดรถบางที่ผิดกฎหมาย ภาษีในการจดทะเบียนการค้าค่อนข้างสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ Aaker (1996) กล่าวถึง ความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้ายังช่วยสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภคเป้าหมาย ด้วยการเสนอคุณค่าตรา สินค้าแก่ผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ซึ่งสินค้านั้นมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวและมีคุณค่า ข้อเสนอแนะ

1) ธุรกิจฟู้ดทรัคควรสร้างความรับรู้โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เพราะธุรกิจร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคมีการเคลื่อนที่ย้ายไปจำหน่าย ณ จุดต่างๆ ที่แตกต่างกันในแต่ละวัน ซึ่งการจะสื่อสารถึงผู้บริโภคได้เป็นวงกว้างนั้น จำเป็นต้องการใช้สื่อ Social Network ให้เข้ามามีบทบาทและเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การใช้ Page Facebook ในการสื่อสารกับผู้บริโภคว่าในแต่ละสัปดาห์จะไปขายที่ไหน หรือมีการแจ้งเมนูใหม่ๆ ให้กับลูกค้าผ่านสื่อดังกล่าว

2) เจ้าของกิจการควรเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอสำหรับผู้บริโภค หรือมีการจัดการ

เพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าหากมีจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) เจ้าของกิจการฟู้ดทรัค ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเน้นไปที่เรื่องของรสชาติจะต้องมีความอร่อย โดยอาจใช้วิธีทดลองแจกให้กลุ่มตัวอย่างชิมและให้กลุ่มตัวอย่างให้คำแนะนำกลับมา เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงรสชาติอาหารให้ดีขึ้น

4) ผู้ประกอบการจะต้องใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และจะต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับความสะอาดของอาหาร เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค

5) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค ควรให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางของผู้บริโภค เช่น ติดริมถนนหรือมีที่จอดรถในบริเวณใกล้เคียง หรือจอดใกล้แหล่งที่อยู่อาศัย สถานศึกษา ที่มีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จะช่วยเพิ่มโอกาสในการที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้มากขึ้น

6) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค ควรให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่าย ประกอบกับการตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นแตกต่างจากฟู้ดทรัคทั่วไป เช่น การเลือกสีรถให้มีความโดดเด่น การตกแต่งบริเวณร้านด้วยไฟสีต่างๆ เป็นต้น

7) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค ควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการสั่งอาหาร จะช่วยให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- Aaker, D., A (1996.) *Building Strong Brands*, New York. The Free Press. A division of Simon & Schuster Inc.
- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ.
- กนิษฐกานต์ พรหมราษฎร์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ. กรมการปกครอง. (2561). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน พ.ศ. 2561. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2562. จาก <http://stat.dopa.go.th/>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและคณะ. *ผู้ดัดแปลงผลิตภัณฑ์ประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2561. จาก <https://www.thairath.co.th/>
- กฤติกร เหลืองหิรัญ. (2553). พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารไอศกรีมของผู้บริโภค กรณีศึกษานักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- กานต์ บุญสร้อย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร. กรุงเทพฯ.
- กัลญ วรพิทยตุ. (ม.ป.ป.). *Brand...Identity*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- จิตพิสุทธิ หงษ์ขจร. (2560). ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ชัยพร สำเนียงเสนาะ. (2551). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี. กรุงเทพฯ.
- ชลลดา พันธุ์ประมูล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารคลีนสำเร็จรูปของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ชุลีพร มาสนนตร. (2555). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปที่บ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. กรุงเทพฯ.
- เชียน ไป. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ
- ญาณเดช ศิริบุญกุล. (2560) จั๊ปปี้! Food Truck 3 สไตล์ของนักธุรกิจใหม่วัยเริ่มสร้างตัว. ค้นหาเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2561 จาก <https://www.smartsme.co.th/>
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟิตของประชากรในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ.
- ดวงสมร มะโนวรรณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของชนชั้นกลางในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ.
- ดวงสมร มะโนวรรณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของชนชั้นกลางใน กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ.
- ดารีกา ธนะสูตร. (2557). ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านเค้กไขมันต่ำระดับพรีเมียมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ.
- ธัญชา บินดุเหล็ม. (2556). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). กรุงเทพฯ.

- ธัญญรัตน์ พุทธิพงษ์ชัยชาญ. (2560). *ประสิทธิภาพการบริหารบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : กรณีศึกษา ในเขตอำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์*. กรุงเทพฯ.
- นลินี พานสายตา และคณะ. (2561). *กลยุทธ์การบริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มแบบฟู้ดทรัคให้ประสบความสำเร็จ*. ค้นหามีเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2561, จาก <https://www.tci-thaijo.org>
- นัทธมน เดชประภัสสร. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพฯ.
- นิตา ชัชกุล. (2554). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญพริกา ตั้งอุดมสิริ. (2560). *กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck) กรณีศึกษา ร้าน Answer Cheeze (แอนเซอร์ชีส)*. กรุงเทพฯ.
- ปรมรัตน์ปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2557). *ปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารมือหลักของผู้บริโภคในชุมชนวังหลัง เขตบางกอกน้อย*. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2560). *เปิดตัว 14 เครือข่าย “Food Truck” เชียงใหม่ ยกระดับมาตรฐานคุณภาพหมุนท่องเที่ยว*. ค้นหามีเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2561
- พงศกร บุญรัตน์ และอภิวรรตน์ กรมเมือง. (2559). *การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัคในเขตกรุงเทพมหานคร. ประชาคมอาเซียน*. กรุงเทพฯ.
- พรศรี ทิวาวรรณวงศ์. (2546). *เอกสารการสอน วิชาหลักการบริหาร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.
- พุทธชาติ อินทร์บำรุง. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี*. ค้นหามีเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2561, จาก <http://www.thapra.lib.su.ac.th/>
- รัฐศิลป์ รัตนกัญเกียรติ. (2559). *Food Truck กับปัจจัยสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ.
- วรเทพ คำแก้วแจ่ม. (2552). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ.
- วรุตม์ ประไพพิศกัตร์. (2556). *ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัว จังหวัดระยอง*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2558). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม*. กรุงเทพฯ.
- วิภาดา เนียมรักษา. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2558). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดแวววาวพรินติ้ง*. กรุงเทพฯ.
- ศิริพร สุโกโตะชะ. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่1, (2561) *ฟู้ดทรัคเชียงใหม่ สร้างโอกาสก้าวธุรกิจไปกับมีออาชีฟ*. ค้นหามีวันที่ 20 สิงหาคม 2561 จาก <https://www.facebook.com/pg/dip.ipc1/posts/>
- สักรินทร์ ตรีวรรณไพศาล. (2550). *พฤติกรรมและปัจจัยการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ.

- สัณห์จุฑา จำรูญวัฒน์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ค้นหาเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2561 ,จาก <http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/>
- สุชาดา จิตรโรจนรักษ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าร้านครีฟาเบเกอร์ จังหวัดกาญจนบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- สุรินทร์ ยิ่งนิก. (2555). เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ความเหมือนและความต่างที่ต้องใช้ให้ถูกต้อง. ค้นหาเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2561, จาก <https://www.gotoknow.org/>
- หทัยกาญจน์ โสตรดี. (2550). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. กรุงเทพฯ.
- อัจฉรา อินทร์พิมพ์. (2557). ปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. กรุงเทพฯ.

การพัฒนาคำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยการเรียนรู้ที่เน้นภาระงาน The Development of English Vocabulary by Using Task-Based Learning

สุรวดี ลิทธิสระ และคณะ
Surawadee Sittisara et al.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

บทคัดย่อ

คำศัพท์ภาษาอังกฤษถือเป็นจุดสำคัญเริ่มต้นของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อนำไปสู่ความสามารถทางด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน หากผู้เรียนขาดทักษะในการจดจำคำศัพท์หรือไม่สามารถอ่านออกเสียงรวมทั้งไม่มีความหมายของคำศัพท์ จะส่งผลต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้ในการเรียนระดับที่สูงขึ้น และส่งผลต่อการใช้ภาษาอังกฤษในอนาคต การพัฒนาคำศัพท์นั้นมีหลากหลายวิธีด้วยกันขึ้นอยู่กับความถนัดของผู้เรียน วิธีการพัฒนาคำศัพท์ของผู้เรียนอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งผู้สอนสามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนได้นั้น คือการใช้การเรียนรู้ที่เน้นภาระงานมาช่วยพัฒนาคำศัพท์ภาษาอังกฤษของผู้เรียนช่วยให้ผู้เรียนจดจำคำศัพท์ได้ รู้ความหมายของคำศัพท์ อ่านออกเสียงคำศัพท์ และสามารถนำคำศัพท์ไปประยุกต์ใช้ในทักษะอื่นๆของการเรียนภาษาอังกฤษได้

คำสำคัญ: การเรียนรู้ที่เน้นภาระงาน การพัฒนาคำศัพท์ การเรียนภาษาอังกฤษ

Abstract

English vocabulary skill is the first step of learning English. This skill can lead to the abilities of listening, speaking, reading and writing skills. If the learner lacks vocabulary memorizing skills, they cannot read English vocabulary and cannot understand the meaning of vocabulary. It can affect students in learning English in higher education and using English in the future. Another way of developing a learner's vocabulary which the instructor can use in classroom, It is by using a Task-based learning approach in teaching. Task-based learning can help students to develop their knowledge of English vocabulary, by for example, memorizing, understanding the meaning, reading English vocabulary aloud, and applying their knowledge of English vocabulary in other English language skills.

Keywords: Task-Based Learning Vocabulary development Learning English

บทนำ

คำศัพท์ถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนภาษาอังกฤษ หากผู้เรียนขาดพื้นฐานความรู้ทางด้านคำศัพท์ กล่าวคือ ผู้เรียนมีคลังคำศัพท์ที่จดจำได้น้อยย่อมเป็นอุปสรรคต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษไม่ว่าจะเป็นในระดับชั้นปริญญาตรีหรือในระดับการศึกษาอื่นๆที่สูงขึ้น อีกทั้งยังส่งผลต่อการปฏิบัติงานในอนาคตเนื่องจากปัจจุบันภาษาอังกฤษถือเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นมาก การที่ผู้เรียนเป็นผู้มีความรู้ด้านคำศัพท์มากย่อมได้เปรียบกว่าผู้ที่มีความรู้ด้านคำศัพท์น้อย เพราะความรู้ด้านคำศัพท์สามารถเป็นพื้นฐานสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษในทักษะอื่นๆ กล่าวคือ

คำศัพท์มีผลต่อด้านทักษะการฟังและการพูดในรูปแบบเดียวกัน ซึ่งหากผู้เรียนฟังคำศัพท์ที่ชาวต่างชาติพูดเพื่อต้องการจะสื่อความหมายกับผู้เรียนไม่ได้ ผู้เรียนก็ไม่สามารถพูดสื่อสารตอบโต้กลับไปได้ ทั้งการฟังและการพูดถือเป็นทักษะสำคัญต่อการใช้ชีวิตในสังคมแก่ผู้เรียนโดยเฉพาะในโลกสังคมที่เข้าสู่ประชาคมอาเซียน

คำศัพท์มีผลต่อด้านทักษะการอ่าน ในกรณีการอ่านบทความภาษาอังกฤษเรื่องหนึ่ง หากผู้เรียนมีปัญหาด้านคำศัพท์คือไม่ทราบความหมายของคำศัพท์จะส่งผลให้ผู้เรียนไม่สามารถเข้าใจต่อเรื่องที่อ่านได้ ผู้เรียนไม่สามารถทำความเข้าใจบทความภาษาอังกฤษจากเรื่องดังกล่าวได้ เมื่อผู้เรียนเกิดความไม่รู้ในเรื่องที่อ่าน ทำให้ผู้เรียนเบื่อหน่ายและไม่สนใจวิชาภาษาอังกฤษ

คำศัพท์มีผลต่อด้านทักษะการเขียน หากผู้เรียนไม่มีความรู้ด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษมากพอย่อมทำให้การสื่อสารด้านการเขียนอ่านตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากผู้เรียนไม่สามารถนำคำศัพท์มา แต่งเป็นประโยคไปจนถึงการเขียนเรียงความที่มีเนื้อหาจำนวนมากเป็นภาษาอังกฤษได้

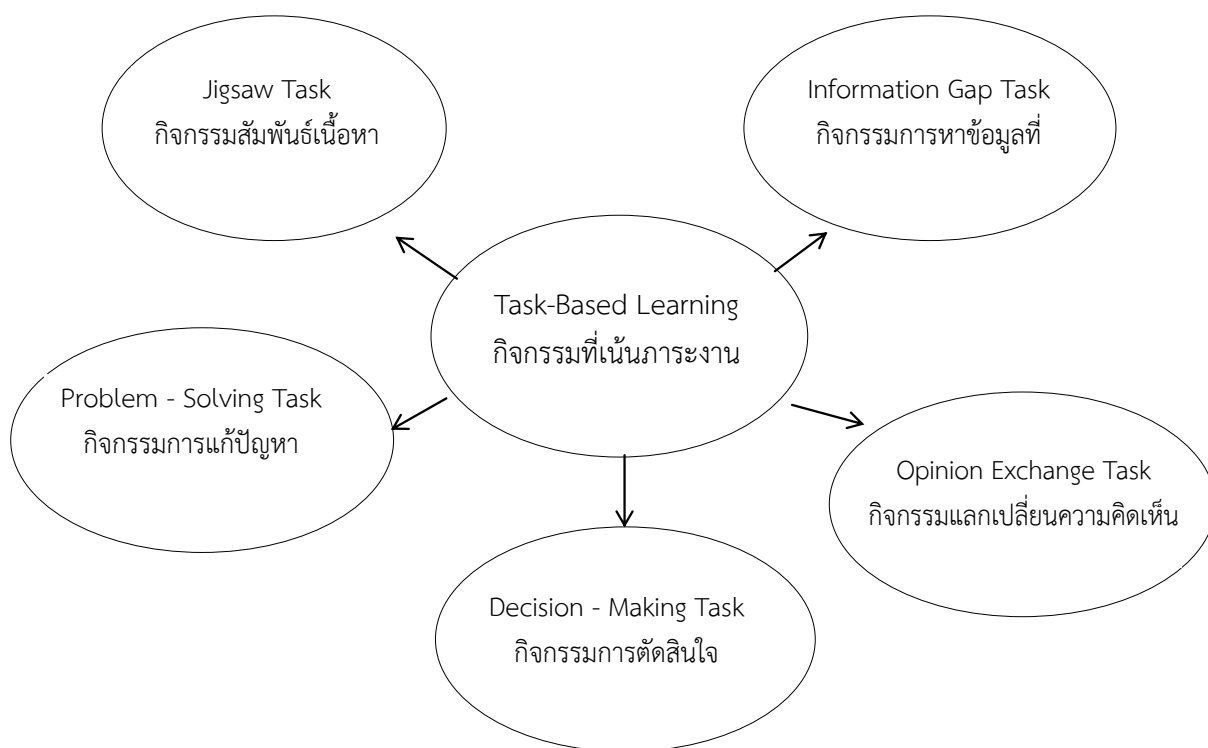
จากความสำคัญของคำศัพท์ภาษาอังกฤษข้างต้นจะเห็นได้ว่าไม่ว่าจะเป็นทักษะของภาษาอังกฤษทักษะใด ย่อมมีคำศัพท์มาเกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น ดังนั้นหน้าที่ของผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหากวิธีการสอนเพื่อมาพัฒนาคำศัพท์แก่ผู้เรียน ช่วยทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดจนจดจำคำศัพท์ ได้ จากคำกล่าวของ ซอทิพ วิริยะ (2555) ที่ว่า ปัญหาของผู้เรียนวิชาภาษาอังกฤษมีหลายสาเหตุประการหนึ่งคือ บทเรียนไม่ท้าทาย ผู้เรียนเรียนแบบไม่มีส่วนร่วม และขาดความรับผิดชอบในการเรียนด้วยตนเองนั้น แสดงให้เห็นว่าวิธีการเรียนการสอนในห้องเรียนเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะวิชาภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาที่สองในการรับรู้ของคนไทยด้วยแล้ว ถือเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับครูผู้สอนว่าจะมีกลวิธีอย่างไรที่จะช่วยให้การเรียนรู้ของผู้เรียนสัมฤทธิ์ผลและเกิดการพัฒนา นรมน บุรีแก้ว (2552) ได้กล่าวถึงการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษโดยเน้นภาระงานและการสอนคำศัพท์ไว้ว่า การสอนภาษาอังกฤษโดยเน้นภาระงานที่หลากหลาย จะช่วยเพิ่มพูนความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษของผู้เรียนได้ โดยใช้แผนการสอนที่มีเนื้อหาเหมาะสมกับระดับชั้นของผู้เรียน และจากคำกล่าวของ อาภรณ์ชนิศา แสงสังข์ (2547) กล่าวไว้ว่าการใช้เทคนิคที่หลากหลายของผู้สอนทำให้ผู้เรียนมีผลการเรียนรู้ด้านคำศัพท์ดีขึ้น เช่น การใช้นิทาน อิเล็กทรอนิกส์ การใช้เพลงและภาพยนตร์ เข้ามาช่วยในการเรียนการสอน เป็นต้น

จากข้อความข้างต้นที่แสดงให้เห็นการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษรูปแบบหนึ่ง นั่นคือ การสอนภาษาอังกฤษโดยการเรียนรู้ที่เน้นภาระงาน (Task-Based Learning) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายให้ผู้เรียนเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านกิจกรรมต่างๆโดยอิงสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน วิธีการสอนดังกล่าวจะมีขั้นตอนหลักๆ อยู่ 3 ขั้นตอน จากตามแนวคิดของ Willis ซึ่งแต่ละขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วย ขั้นก่อนปฏิบัติงาน ขั้นปฏิบัติงาน และขั้นรายงานต่อชั้นเรียน

ซึ่งแต่ละขั้นตอนนั้นมีรูปแบบที่น่าสนใจที่ผู้สอนสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนได้จริง

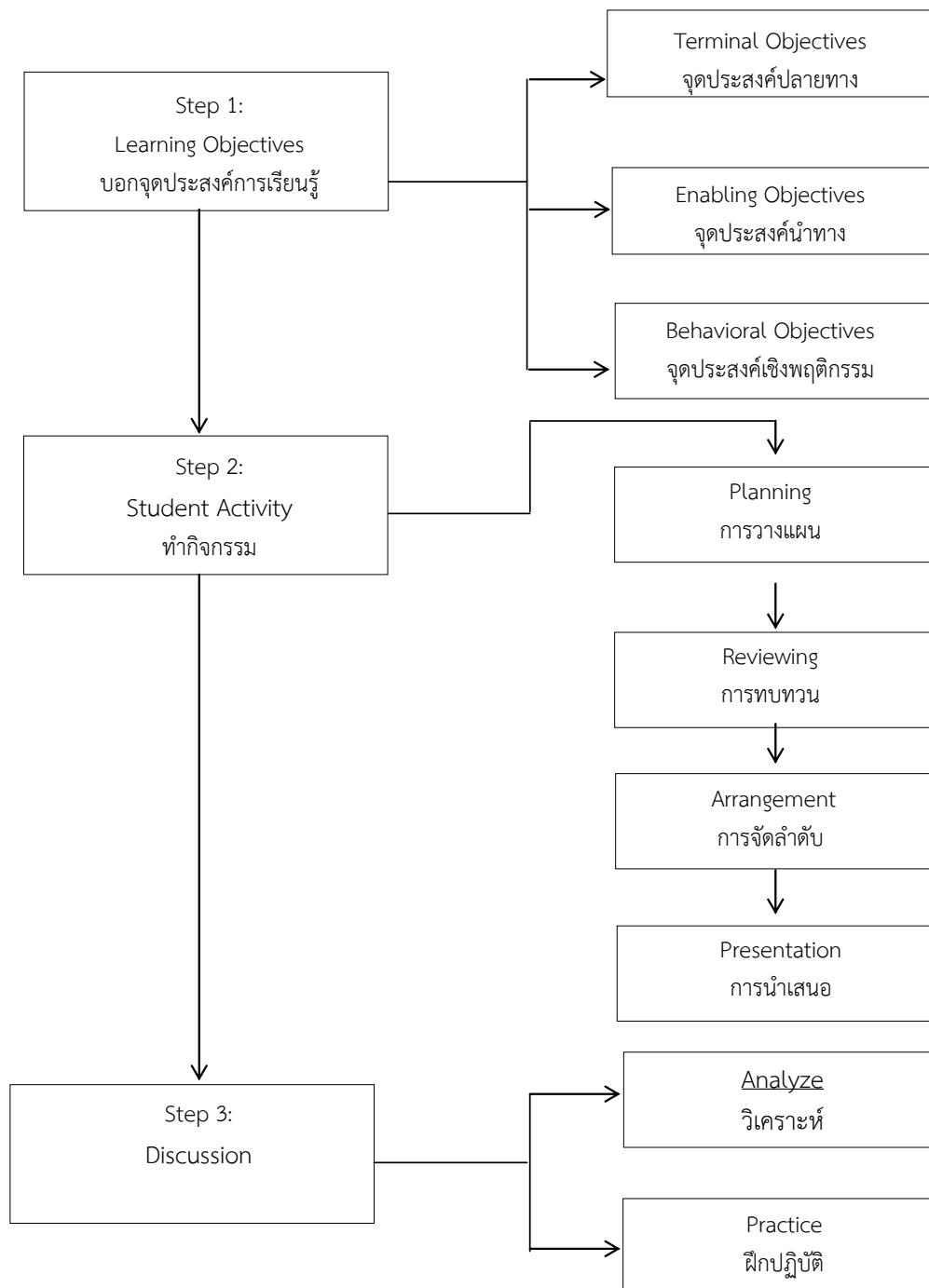
สำหรับประเภทกิจกรรมที่เน้นภาระงานนั้น (Pica, et al, 1993) แบ่งไว้ 5 ประเภท คือ 1. กิจกรรมสัมพันธ์เนื้อหา (Jigsaw Task) 2. กิจกรรมการหาข้อมูลที่ขาดหายไป (Information Gap Task) 3. กิจกรรมการแก้ปัญหา (Problem – Solving Task) 4. กิจกรรมการตัดสินใจ (Decision – Making Task) และ 5. กิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Opinion

Exchange Task) ซึ่งประเภทของกิจกรรมที่เน้นภาระงานทั้งห้าประเภทรูปแบบนั้น ผู้สอนสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมให้สัมพันธ์กับเนื้อหาของบทเรียนรวมทั้งผู้เรียน ผู้สอนสามารถออกแบบแผนการสอนด้วยการนำวิธีการสอนโดยการเรียนรู้ที่เน้นภาระงานไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบทเรียน ตัวอย่างเช่น การนำวิธีการสอนโดยการเรียนรู้ที่เน้นภาระงานไปใช้กับการเรียนรู้คำศัพท์ของผู้เรียนและยังทำให้ผู้เรียนได้พัฒนาคำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น จากการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวของครูผู้สอน



รูปที่ 1: ประเภทของกิจกรรมที่เน้นภาระงาน (Pica, et al, 1993)

วิธีการเรียนรู้คำศัพท์ที่เน้นภาระงาน ยกตัวอย่างการจัดทำแผนการสอนอย่างคร่าวๆ ดังนี้



รูปที่ 2: ขั้นตอนการจัดทำแผนการสอนโดยเน้นภาระงาน

1. ผู้สอนบอกจุดประสงค์การเรียนรู้ (Learning Objectives) แก่ผู้เรียนว่าผู้เรียนจะได้เรียนรู้อะไรจากกิจกรรม การเรียนการสอนในบทเรียน จุดประสงค์นำทาง (Enabling Objectives) คือสิ่งที่ผู้สอนต้องการให้เกิดการเรียนรู้ และ จุดประสงค์ปลายทาง (Terminal Objectives) คือ สิ่ง que ผู้เรียนจะได้เรียนรู้จากการจัดกิจกรรม รวมไปถึงจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives) ที่ผู้สอนคาดหวัง

หวังว่าจะได้รับจากผู้เรียนในการ จัดกิจกรรมการเรียน การสอน

ในที่นี้ ขอยกตัวอย่างหนึ่งในกิจกรรมที่จัดขึ้น ภายในห้องเรียน โดยใช้ Task-based learning คือ กิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ผู้เรียนต้องการจะไปเที่ยวในวันหยุด ซึ่งประกอบด้วยจุดประสงค์ ดังต่อไปนี้

จุดประสงค์ปลายทาง	ผู้เรียนสามารถทำแผนการเดินทางสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้เรียนต้องการจะไปเที่ยวในวันหยุดได้
จุดประสงค์นำทาง	ผู้เรียนได้ระดมความคิดหาคำศัพท์นำมาใช้ในการทำแผนการเดินทาง ผู้เรียนได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในกิจกรรมการเรียนรู้และเพิ่มพูนความสามารถด้านภาษาอังกฤษในเชิงสร้างสรรค์ได้

โดยทักษะที่ผู้เรียนจะได้รับจากการจัดการเรียนรู้นี้ คือ ทักษะการพูด ทักษะการเขียน ทักษะการฟัง ทักษะการอ่าน ทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ ผ่านชุดคำศัพท์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำในวันหยุด อุปกรณ์ที่ใช้ในการเดินทางและท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ผู้เรียนได้ใช้ภาษาในการทำกิจกรรม (Student Activity) ได้ทำรู้จักการวางแผน (Planning) การทบทวนเนื้อหา (Reviewing) การเรียงลำดับเนื้อหา (Arrangement) ตลอดจนวิธีการนำเสนอหน้าชั้นเรียน (Presentation) ผู้เรียนได้ลงมือทำงานทั้งแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม ซึ่งในส่วนนี้ การใช้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาสร้างประโยค ตลอดจนเขียนเป็นเรื่องราวเพื่อสื่อให้เพื่อนในกลุ่มและเพื่อนในห้องเรียนสามารถอ่านได้เข้าใจตรงกัน ถือเป็นเรื่อง que ผู้เรียนต้องใช้ทักษะด้านคำศัพท์และไวยากรณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารเป็นอย่างมาก

3. ผู้เรียนได้ฝึกการอภิปราย (Discussion) ถึงงานที่ได้ปฏิบัติโดยมีผู้สอนเป็นผู้ดำเนินกิจกรรม ยกตัวอย่างเช่น เมื่อทุกกลุ่มนำเสนอานของกลุ่มตนเองเสร็จแล้วนั้น ผู้สอนจะกระตุ้นให้ผู้เรียนคนอื่นในห้องบอกถึงจุดเด่นของการนำเสนอ เช่น การใช้ภาษาพูด ท่าทาง ความน่าสนใจของเนื้อหา เป็นต้น หลังจากนั้นผู้เรียนจะได้ฝึกวิเคราะห์ (Analyze) ว่ามีส่วนใดที่ผิดพลาดไป เช่น การสะกดคำ การเลือกใช้คำที่เหมาะสม การเรียงลำดับความคิด หลักไวยากรณ์ เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนนี้ ผู้สอนจะเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะและให้คำแนะนำพร้อมทั้งหาวิธีการแก้ไขให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง (Practice)

จะเห็นได้ว่า จากการที่ผู้สอนใช้วิธีการสอน โดยเน้นภาระงานกับการเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อนำมาพัฒนาคำศัพท์ให้กับผู้เรียนนั้นเป็นการฝึกให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง กระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียน ทำให้บทเรียนดูน่าสนใจไม่เบื่อหน่าย นอกจากนี้ยังเป็นการ

ฝึกให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของตนเอง โดยเฉพาะด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ การจัดการเรียนการสอนโดยเน้นภาระงานไม่เพียงแต่จะช่วยให้ผู้เรียนได้เพิ่มพูนคำศัพท์ใหม่ๆ แต่ยังช่วยให้ผู้เรียนจดจำคำศัพท์ต่างๆ ได้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย เนื่องจากผู้เรียนผ่านกระบวนการทำงานด้วยตนเอง ไม่ได้เรียนเรียนรู้คำศัพท์ด้วยการท่องจำเพียงอย่างเดียว การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยการเรียนรู้ที่เน้นภาระงาน ผู้เรียนจะได้ฝึกคิดคำหาคำศัพท์มาใช้ในงานของตน ตั้งแต่ขั้นแรกไปจนจบกระบวนการของการเรียนรู้โดยเน้นภาระงาน วิธีการสอนในรูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง และมีความสุขกับการเรียนภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนที่เน้นภาระงาน ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าการเรียนการสอนโดยเน้นภาระงานช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษได้จริง ตัวอย่าง งานวิจัยเรื่อง การใช้ภาระงานในการสอนด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ของ อภิทรลิน พลยิ่ง และสมโภชน์ พนาवास ในการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ “สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน” ครั้งที่ 2 ในวันที่ 18-19 มิถุนายน 2558 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2558 ที่ได้ทำการวิจัยดังกล่าวและเก็บข้อมูลจากนักเรียนระดับชั้น

ประถมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 28 คน พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียนมีระดับสูงขึ้น คือ ก่อนเรียน ($\bar{x}$ = 35.75, SD. = 16.24) และหลังเรียน ($\bar{x}$ = 49.46, SD. = 17.93) อีกทั้งยังมีงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทักษะภาษาอังกฤษโดยผ่านการเรียนรู้โดยเน้นภาระงานอีกมากมาย เช่น การส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษและแรงจูงใจของผู้เรียนด้วยกิจกรรมที่เน้น ภาระงานด้านการท่องเที่ยว ของ สุปรียา เตจ๊ะตา พบว่า การเรียนการสอนโดยเน้นภาระงานที่มาจากแผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นนั้น และทำการเก็บข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาจำนวน 20 คน พบว่า ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนอยู่ในระดับดีถึงดีมาก คิดเป็นร้อยละ 73.75 หากพิจารณาเป็นรายคน พบว่า นักเรียนทุกคนผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ 50% ในเรื่องของแรงจูงใจของผู้เรียนก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ 2.61 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) เท่ากับ 0.53 ทั้งนี้หลังจากการจัดการเรียนโดยใช้กิจกรรมข้างต้น พบว่า มีค่าเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้น ($\bar{x}$ = 3.22, SD. = 0.34) ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า การจัดการเรียนการสอนโดยเน้นภาระงานสามารถพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษได้จริง ไม่เพียงแต่ในด้านคำศัพท์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงทักษะด้านอื่นๆ ของภาษาอังกฤษด้วย ไม่ว่าจะเป็นด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ซึ่งทุกๆ ทักษะล้วนมีความสำคัญต่อการเรียนภาษาอังกฤษและการดำเนินชีวิตของผู้เรียนในอนาคต

References

- ช่อทิพ วิริยะ. (2555). การเพิ่มความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษโดยการสอนภาษาแบบเน้นภาระงานเป็น
หลัก : เตรียมความพร้อมของนักศึกษาศาสตร์ให้พร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กรุงเทพฯ :
สถาบันภาษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. นรมน บุรีแก้ว
- _____. (2552). การใช้การสอนภาษาแบบมุ่งปฏิบัติงานที่เน้นรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อ
เพิ่มพูนความสามารถในการฟัง พูด ภาษาอังกฤษ และทักษะทางสังคม ของนักเรียนระดับก้าวหน้า. เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุปรียา เตจ๊ะตา. (2552). การส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษและแรงจูงใจของผู้เรียนด้วย กิจกรรม
การเรียนรู้ที่เน้นภาระงานด้านการท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์-มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอน
ภาษาอังกฤษ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภัทธลิน พลยิ่งและสมโภชน์ พนาวาส. (2558). การใช้ภาระงานในการสอนด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับ
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. 318-327.
- อาภรณ์ชนิต แสงสังข์. (2547). การใช้ภาพยนตร์การ์ตูนประกอบตัวอักษรบรรยาย เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้คำ
ศัพท์ภาษาอังกฤษ การฟังเพื่อความเข้าใจ และจริยธรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. วิทยานิพนธ์
ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Pica, T. , et al. (1993). *Choosing and Using Communication Tasks for Second Language Instruc-
tion and Research Task and Language Learning Integrating Theory and Practice*. Bristol
: Longdunn Press.
- Willis, J. (1998). Task - Based Learning : What kind of adventure? *Language Teacher Online*.
<http://langue.hyper.chubu.ac.jp/jalt/pub/tlt/98/jul/willis.html>.
- Willis, J. (1996). *A framework for task-based learning*. Harlow : Longman.