

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษากิจการ  
อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับชาติ  
ครั้งที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๐

# ประเด็นท้าทายในอุตสาหกรรมบริการ

*CHALLENGE ISSUE IN SERVICE INDUSTRY*

“ก้าวอย่างแห่งอนาคต การท่องเที่ยวและบริการด้วยปัญญาเพื่อการเปลี่ยนแปลง”

๒๘ สิงหาคม ๒๕๖๐

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

# คำสั่งสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



คำสั่งคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

ที่ ๑๐๒ /๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งกองบรรณาธิการจัดทำรายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๐

ด้วยคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว กำหนดจัดประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๐ “2<sup>nd</sup> NIDA GSTM Research Day” ในวันจันทร์ที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๖๐ เพื่อเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และความคิดทางวิชาการและการวิจัย รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวและบริการ และเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการของนักศึกษา นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกสถาบัน และได้มีคำสั่งคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว ที่ ๙๔/๒๕๖๐ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการและอนุกรรมการจัดประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๐ นั้น

เพื่อให้การพิจารณาผลงานการประชุมวิชาการฯ ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๙ แห่งพระราชบัญญัติ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๐๙ แก้ไขเพิ่มเติมโดยมาตรา ๑๒ แห่งพระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๓ จึง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกองบรรณาธิการจัดทำรายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๐

## ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

- ๑ รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง
- ๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช
- ๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุขเพชร
- ๔ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล
- ๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล
- ๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทริยา หลีกเพ็ชร
- ๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักษพงษ์ วงศาโรจน์
- ๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์
- ๙ อาจารย์ ดร.ไพฑูริย์ มนต์พานทอง
- ๑๐ อาจารย์ ดร.วรวิทย์ สุเมธ
- ๑๑ อาจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ

## ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

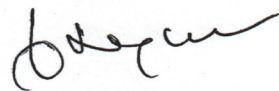
- ๑ ศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วีรกุล

/ ๒ รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย...

- ๒ รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย ปัญญาดี
- ๓ รองศาสตราจารย์ ดร. จรุงศรี มาติกลโกวิท
- ๔ รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์ แสงอาสาวิริยะ
- ๕ รองศาสตราจารย์ ดร.พิธากรณ์ ธนิตเบญจสิทธิ์
- ๖ รองศาสตราจารย์ ดร.รุธิร์ พนมยงค์
- ๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เดชพาหพงษ์
- ๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผไทรัตน์ ภาสน์พิพัฒน์กุล
- ๙ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร สิริสุคันธา
- ๑๐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปุ่น เทียงบุญธรรม
- ๑๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนชย์ นवलสระ
- ๑๒ อาจารย์ ดร.ทัศนีย์ นาคเสนีย์
- ๑๓ อาจารย์ ดร. วรียา ภัทรภิญโญพงศ์
- ๑๔ อาจารย์ ดร.ธิดา แหลมหลักสกุล
- ๑๕ อาจารย์ ดร.วารัชต์ มัชฌิมบุรุษ
- ๑๖ อาจารย์ ดร.ปานแพร เขาวนประยูร
- ๑๗ อาจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน
- ๑๘ อาจารย์ ดร.อนันต์ เขียวชาญกิจการ
- ๑๙ อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ
- ๒๐ อาจารย์ ดร.โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๖๐



(รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง)  
 คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

## คำนำ

การจัดการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๐ เรื่อง “ประเด็นท้าทายในอุตสาหกรรมบริการ” ภายใต้หัวข้อ “ก้าวอย่างแห่งอนาคต การท่องเที่ยวและบริการด้วยปัญญาเพื่อการเปลี่ยนแปลง” มีผลงานจากบัณฑิต และนักวิชาการที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้รับการแต่งตั้งทั้งจากภายในและภายนอกสถาบัน และได้มีการนำเสนอผลงาน จำนวน ๘ เรื่อง ณ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร วันจันทร์ที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๖๐

การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการจากการประชุมวิชาการดังกล่าว ประกอบด้วยบทความที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “ประเด็นท้าทายในอุตสาหกรรมบริการ” ภายใต้หัวข้อ “ก้าวอย่างแห่งอนาคต การท่องเที่ยวและบริการด้วยปัญญาเพื่อการเปลี่ยนแปลง” ซึ่งบทความวิชาการดังกล่าวมีผลจากการศึกษาอันเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการด้านการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ คณะกรรมการจัดประชุมวิชาการขอขอบคุณผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความ ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการการท่องเที่ยว และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ที่ให้ทุนสนับสนุนการจัดการประชุมวิชาการในครั้งนี้

# สารบัญ

หน้า

ปกหน้า	ก
คำสั่งสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	ข
เรื่อง แต่งตั้งกองบรรณาธิการจัดทำรายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวระดับชาติ ครั้งที่ ๑ ประจำปี ๒๕๕๙	
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
บทความ เรื่อง	
• การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำอย่างยั่งยืน อัญชิษฐา กิมภู, จุฑามาศ พรหมมา	1
• การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอ บางสะพานน้อยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ วริษา พลจันทิก	13
• แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยหลังการเปิด ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นิตินัย รุ่งจินดารัตน์	27
• ศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ, พรระชชล สุชาฎา	36
• ทูทางสังคมและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: ดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ฐาปนี หนูโตภาพ, ภากร เอื้อโกศลพันธ์, สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน	52
• การศึกษาระดับความใส่ใจเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด และกิจกรรมบริเวณชายหาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อติติยา ไชยโคตร, อรจิรา บุญโชคสุวรรณ, สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน	78
• ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารและแรงจูงใจในการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยว: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่าน กับจังหวัดเชียงใหม่ กัสนีวา ภูวารีตล, กมลพร พันธุ์ประสิทธิ์, รภัส ศิลป์ศรีกุล	107
• ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการ กรณีศึกษา สวนน้ำสวนสยามและ สวนสนุกดรีมเวิลด์ ดลฤทัย เจียรกุล, ประภัสสร เอกประสิทธิ์วัฒนา, พิมพิใจ ศิริพลตั้งมั่น	125

# การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำอย่างยั่งยืน

## Development of Sustainable Cave Attractions

อัญชิษฐา กิมภู\*  
จุฑามาศ พรหมมา\*\*

### บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยนับวันจะทวีความสำคัญมากขึ้น มีผลให้ธรรมชาติถูกนำมาใช้ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ซึ่งหากไม่มีการควบคุมอย่างเหมาะสมและปล่อยให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมไปแล้ว คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็ลดลง ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ เป็นความมหัศจรรย์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ให้ความเพลิดเพลินจากความสวยงามตระการตาและให้ความรู้สึกลึกลับจากความมืดภายใน ซึ่งบางครั้งมีการผูกกรรมกับความเชื่อและนิทานพื้นบ้านเข้าไปด้วย นอกจากนี้ทรัพยากรถ้ำยังเป็นแหล่งอยู่อาศัยของพืชและสัตว์หายาก เป็นแหล่งที่พบร่องรอยทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี จึงมีความสำคัญต่อการเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ แต่อย่างไรก็ดี ทรัพยากรถ้ำเป็นพื้นที่ที่มีความเปราะบางและมีโอกาสที่จะถูกทำลายได้ง่าย ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำที่ไม่เหมาะสมและขาดการวางแผนที่ดีอาจก่อให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ตามมา บทความวิชาการนี้จึงมีจุดมุ่งหมายในการเสนอแนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 มิติไปพร้อมๆ กัน อันได้แก่ มิติในด้านการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม มิติในด้านการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว และมิติในด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวแก่ชุมชนท้องถิ่น

**คำสำคัญ:** การพัฒนา, แหล่งท่องเที่ยวถ้ำ, ความยั่งยืน

### Abstract

Tourism for Thailand is becoming increasingly important. As a result, nature is being used to respond to tourism quickly. If without proper control and environmental degradation, the value of the tourist attraction will be reduced. The cave attraction is a natural occurrence. Give pleasure from gorgeous beauty and give a mysterious sense of darkness. It is sometimes associated with beliefs and folk tales. In addition, cave resources are also a source of habitat for plants, rare animals and a source of historical traces, archeology that is an important source for learning. However, Cave resources are fragile areas and the chances are easily destroyed. Therefore, the

\* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) อาจารย์ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

\*\* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) อาจารย์ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

development of inappropriate caves and lack of good planning may result in undesirable consequences. This article aims to present the concept of development of sustainable cave attractions. The focus is on the development of three dimensions simultaneously. There are the dimension in terms of the consciousness conservation of tourism resources and the environment, dimension in terms of satisfaction to tourists and dimensions in terms of creating community involvement and the benefits of tourism to local communities.

**Keywords:** Development, Cave attraction, Sustainability

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำมาซึ่งรายได้เข้าสู่ประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก เห็นได้จากข้อมูลในปี พ.ศ.2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 35.64% เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2554 และมีรายได้เพิ่มขึ้น 23.39% เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2557 (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ซึ่งการที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมประเพณีที่ดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยว ยังช่วยสร้างรายได้จากการซื้อสินค้าและบริการกระจายไปสู่ประชาชนทุกชนชั้น และประชาชนภายในแหล่งท่องเที่ยวมีรายได้จากการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนและครอบครัวให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้ผู้คนได้มีโอกาสมาพบปะกันและมีปฏิสัมพันธ์กับประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน (ศรัณยา วรากุลวิทย์, 2551) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีคุณประโยชน์ต่อประเทศชาติและท้องถิ่นนานาประการ แต่อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวก็ส่งผลกระทบต่อด้านลบด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ภายใต้ผลประโยชน์ที่เกิดจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในระยะที่ผ่านมา พบว่ามีอัตราการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวในอัตราสูง เป็นสาเหตุให้ทรัพยากรธรรมชาติในประเทศถูกทำลายลงอย่างรวดเร็ว (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549) ดังนั้นถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยจะทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ แต่การปล่อยทิ้งสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมมากเกินไปจนถึงจุดๆ หนึ่งแล้ว คุณค่าที่เคยมีอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย (มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, 2555) เนื่องจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบหลักที่ถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าวัฒนธรรม ซึ่งนับได้ว่าธรรมชาติเป็นทุนชนิดหนึ่ง และเป็นปัจจัยการผลิตที่ใช้ในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง แต่หากธรรมชาติถูกนำมาใช้ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวโดยไม่มีการควบคุมอย่างเหมาะสม ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวตามมา ท้ายที่สุดก็เปรียบเสมือนการทุบหม้อข้าวตนเอง ทั้งนี้การควบคุมที่อ่อนแอของประเทศกำลังพัฒนามักพบว่าสิ่งแวดล้อมถูกใช้เพื่อรองรับของเสีย ซึ่งนอกจากจะทำลายการท่องเที่ยวแล้ว ยังส่งผลเสียต่อสุขภาพอนามัยของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นนั้นด้วย ซึ่งความตระหนักถึงปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวมักจะเกิดขึ้นภายหลังจากที่พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นลดลง อีกทั้งต้นทุนที่จะใช้ในการบำบัดฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กลับมาสวยงามดังเดิมก็มักจะสูงเกินไปเสียแล้ว ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมานี้ ก่อให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ (Bussaba Sitikarn, 2010) ทั้งการรั่วไหลทางเศรษฐกิจ การเกิดมลภาวะและความทรุดโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และการสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ ฟื้นฟูสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาคการท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐและเอกชน สร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจอันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศให้

เจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต (บุษบา สิทธิการ, 2557) ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จัดได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (รัตนาลักษณ์วารกุล, 2554) เนื่องจากถ้ำมีลักษณะเด่นทางภูมิประเทศ มีความสวยงามตระการตา จากการสะสมตัวของแคลเซียมคาร์บอเนตที่อยู่บนเพดานถ้ำ ผงถ้ำ และพื้นถ้ำ ก่อให้เกิดความตระการตาของรูปร่างต่างๆ ได้แก่ หินงอก หินย้อย เสาหิน หินน้ำไหล (เป็นคราบหินที่เป็นผลมาจากการตกผลึกของแคลไซต์ที่ปนมากับน้ำ) เป็นต้น นอกจากนี้ ถ้ำยังเป็นที่อยู่อาศัยของพืชและสัตว์หายาก เป็นแหล่งที่มีแร่ธาตุสำคัญ เหมาะแก่การเป็นพื้นที่เพื่อการศึกษาเรียนรู้ และในบางถ้ำยังให้ความรู้สึกลึกลับที่เกิดจากความมืดภายใน ผูกรวมกับความเชื่อและนิทานพื้นบ้านเกี่ยวกับถ้ำ นอกจากนี้การท่องเที่ยวถ้ำ ยังจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบกระฉับกระเฉง ที่ลักษณะการท่องเที่ยวมักเป็นการผจญภัย ปีนป่าย หรือการเดินทางเขาไปตามเส้นทางลึกเข้าไปภายในถ้ำ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, 2537) แต่ทั้งนี้ เนื่องจากถ้ำส่วนใหญ่เป็นพื้นที่หินปูน ซึ่งมีความเปราะบางและมีโอกาสที่จะถูกทำลายได้ง่าย ดังนั้นหากได้รับความเสียหายแล้ว ย่อมที่จะใช้เวลานานในการฟื้นฟูสภาพให้กลับมามีเดิม เนื่องจากถ้ำมีพัฒนาการที่ต้องอาศัยช่วงเวลาที่ยาวนาน อีกทั้ง ถ้ำที่มีความเป็นธรรมชาติแบบดั้งเดิมค่อนข้างมาก อาจเป็นอันตรายหากผู้ที่เข้าไปไม่มีประสบการณ์ที่เพียงพอ เช่น บางถ้ำมีน้ำท่วมในช่วงฤดูฝน (รัตนาลักษณ์วารกุล, 2554) ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำไปในแนวทางที่เหมาะสม จะทำให้มนุษย์สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้ในระยะยาวและยั่งยืน และไม่กระทบต่อระบบนิเวศของถ้ำโดยรวม บทความวิชาการนี้จึงได้นำเสนอแนวคิดที่มุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำให้เกิดความยั่งยืน

## ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับถ้ำ

ถ้ำเกิดขึ้นได้ในหินหลายชนิด แต่ในหินที่พบถ้ำมากที่สุด คือ หินที่มีคาร์บอเนต เช่น หินอ่อน หินปูน หินโดโลไมต์ เป็นต้น ซึ่งลักษณะของถ้ำจะมีหลายรูปร่าง แต่ส่วนใหญ่มักพบเป็นรูปร่างแนวตั้ง และแนวราบ หรือสองแบบผสมกัน บางถ้ำอาจมีน้ำไหลผ่านตลอดทั้งปี บางถ้ำมีน้ำเฉพาะในบางฤดู บางถ้ำเป็นถ้ำใต้น้ำ และบางถ้ำเป็นถ้ำที่แห้งสนิท (รัตนาลักษณ์วารกุล, 2554) สาเหตุของการเกิดถ้ำ อาจเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการกัดเซาะของกระแสน้ำ กระแสลม การผุพัง การกร่อนของหิน ดิน และอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลกที่ส่วนในของโลก (สมชาย พุ่มสะอาด และครรชิต วัฒนเสถียร, 2534) นอกจากนี้การเกิดถ้ำยังเป็นกระบวนการทางธรณีวิทยาที่มีวิธีการที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความลาดซึ่งส่งผลให้หินที่แตก เคลื่อนตัวลงมาอย่างรวดเร็ว หรือสภาพภูมิอากาศ ปริมาณความชื้น และอากาศที่ร้อนมากๆ จะเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาทางเคมี ทำให้หินผุสลายได้เร็วขึ้น หรือเกิดจากพืช เนื่องจากในบริเวณที่มีพืชปกคลุมอาจช่วยยับยั้งการผุพังทางกายภาพหรือซ่อนไขไปตามรอยแยก ดูดความชื้นและสารเคมีจากดิน เมื่อพืชล้มตายจะเน่าเปื่อยกลายเป็นดินและเพิ่มกรดอินทรีย์ในดิน เร่งการผุพัง

กิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวถ้ำ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, 2537) มีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ได้แก่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเพื่อเคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือนมัสการพระพุทธรูป เนื่องจากถ้ำแห่งนั้นอาจเป็นศาสนสถานหรือเป็นสถานที่พำนักของพระภิกษุสงฆ์ หรือไปเพื่อทัศนศึกษาเพื่อชมความสวยงามและความมหัศจรรย์ที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น ถ้ำที่มีหินงอก หินย้อยที่สวยงาม มีธารน้ำไหลผ่าน ถ้ำที่เกิดจากการกัดเซาะของทะเล เป็นต้น หรือไปเพื่อการศึกษาทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ซึ่งในบางถ้ำมีหลักฐานทางโบราณคดี เช่น ภาพเขียนผนังถ้ำ โครงกระดูกมนุษย์โบราณ หรืออุปกรณ์ภาชนะเครื่องใช้ต่างๆ และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสิ่งอื่นๆ เช่น ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากถ้ำ เช่น ถ้ำที่ได้รับการสัมปทานเป็นพื้นที่เก็บมูลค้างคาวมาผลิตเป็นปุ๋ย หรือถ้ำที่มีการเก็บรังนก เป็นต้น



## แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำในประเทศไทย

ประเทศไทยมีทรัพยากรถ้ำอยู่มากมายหลายจังหวัด (สมชาย พุ่มสะอาด และ ครรชิต วัฒนเสถียร, 2534) และถ้ำที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่

1. ถ้ำเชียงดาว อยู่ในพื้นที่เขาหลวงเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงเป็นอันดับสองของไทย ที่บริเวณปากถ้ำมีพระพุทธรูปปูนปั้นหลายองค์ เชื่อกันว่ามีเมืองลับแลอยู่ในถ้ำเชียงดาว
2. ถ้ำผานาง อยู่ในจังหวัดแพร่ เป็นถ้ำที่มีตำนานระหว่างชายหนุ่มกับพระธิดาของกษัตริย์ ในเรื่องความรักและการรอคอย
3. ถ้ำลอด อยู่ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นถ้ำขนาดใหญ่ มีความสวยงาม และมีความสำคัญทางโบราณคดี มีห้องโถงซึ่งเคยเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์โบราณ มีลำน้ำไหลผ่านเป็นทางกว้าง และมีหินงอก หินย้อยที่งดงาม
4. ถ้ำเขาจันทร์งาม อยู่ในจังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งศิลปะถ้ำ ที่มีภาพเขียนสี หรือการลงสีบนผนังผาหิน ภาพที่ปรากฏเป็นรูปสัตว์รูปร่างสั้น มีอายุหลายพันปี
5. ถ้ำประกายเพชร อยู่ในจังหวัดชัยภูมิ ชาวบ้านเรียกว่าถ้ำเงิน ถ้ำแห่งนี้เคยเป็นสถานที่หลบซ่อนของเหล่าคอมมิวนิสต์
6. ถ้ำฝ่ามือแดง อยู่ในจังหวัดขอนแก่น เป็นถ้ำที่มีภาพลายมือ 9 มือ ทาบบนผนังหิน แล้วพ่นสีแดงลงไป นักโบราณคดีสันนิษฐานว่า เป็นการแสดงความเป็นเจ้าของถ้ำ หรืออาจเป็นพิธีกรรมความเชื่อ
7. ถ้ำองชะ อยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเคยพบกลองมโหระทึกสำริดจำนวนมาก และพบเครื่องมือหินขัด พบโลหะที่ใช้ต้นไม้ทั้งต้น พบเครื่องมือสำริด เครื่องประดับ โครงกระดูกมนุษย์ ถ้ำแห่งนี้จึงมีความสำคัญในการเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ ยุคหินจนถึงยุคโลหะ
8. ถ้ำเลเขากอบ อยู่ในจังหวัดตรัง เป็นถ้ำขนาดใหญ่ที่มีธารน้ำไหลผ่าน ถ้ำนี้ถูกจัดให้เป็น Unseen in Thailand ภายในมีถ้ำมากมาย แต่จุดเด่นของถ้ำเลเขากอบ คือถ้ำมังกร เพราะถ้ำนี้มีระดับเพดานที่ต่ำมาก การเข้าชมถ้ำต้องนอนราบไปบนเรือ เป็นระยะทางกว่า 350 เมตร ชาวบ้านเชื่อว่าเปรียบเสมือนการลอดผ่านท้องมังกร ถือเป็นการสะเดาะเคราะห์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)
9. ถ้ำเขาวังทอง อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ภายในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดขนอม-หมู่เกาะทะเลใต้ เป็นถ้ำที่มีความสวยงาม มีหินงอกหินย้อย ที่มีรูปร่างลักษณะแปลกตา มีทั้งรูปร่างคล้ายเจดีย์ โดโนเสาร์ ผลน้อยหน่า และไข่ดาว ทางเดินของถ้ำบางช่วงต้องก้มต่ำจนเกือบต้องคลานเข้าไป และบางช่วงต้องปีนป่าย
10. ถ้ำปะการัง อยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าคลองแสง ภายในถ้ำมีหินงอก หินย้อย ที่มีรูปร่างลักษณะคล้ายกับปะการังในทะเล เช่น คล้ายกับปะการังรูปเขากวาง นอกจากนี้ภายในถ้ำยังพบซากฟอสซิลของสัตว์ทะเลชนิดเซลล์เดียว มีอายุประมาณ 400-250 ล้านปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

## ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ มีสาเหตุมาจากหลากหลายปัจจัย (รัตนา ลักขณาวรรกุล, 2554) ได้แก่ ภายหลังของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวภายในถ้ำไม่ได้ดำเนินการเก็บเศษชิ้นส่วนออกไปจากพื้นที่ถ้ำให้หมด ซึ่งชิ้นส่วนที่ถูกทิ้งไว้ภายในถ้ำ อาทิ เศษโลหะและเศษสายไฟ ขยะเหล่านี้เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในถ้ำ เช่น ทองแดงก่อให้เกิดองค์ประกอบของคาร์บอนที่มีพิษต่อสัตว์ที่ไม่มีกระดูกสันหลัง ปัจจัยต่อมาคือ การก่อสร้างที่ขาดการวางแผน เมื่อสร้างไปแล้วอาจจะยังเป็นการเพิ่มผลกระทบต่อถ้ำ และการรื้อถอนอาจดำเนินการได้ยากกว่าตอนสร้างแรกเริ่ม ปัจจัยต่อมาคือ สิ่งที่มาทับตัวของนักท่องเที่ยว เช่น ปุ๋ยขน

ไฟเบอร์จากเสื้อผ้า ฝุ่นที่ติดตัวเข้ามา สะเก็ดผิวหนังของคน และสปอร์เชื้อราจากภายนอก ซึ่งอาจเป็นชนิดพันธุ์ที่รุกรานต่อระบบนิเวศภายในถ้ำ นอกจากนี้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อสภาพอากาศภายในถ้ำ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปจะทำให้อุณหภูมิและระดับของคาร์บอนไดออกไซด์ในถ้ำสูงขึ้น นอกจากนี้การเหยียบย่ำลงบนประติมากรรมถ้ำ ทางเดินน้ำ และการที่นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มเดินย่ำบนพื้นที่เดิมบ่อยๆ จะทำให้พื้นถ้ำถูกอัดแน่น ปัจจัยต่อมาคือ การพัฒนาทางเข้าถ้ำ ด้วยการสร้างประตูถ้ำเพื่อเปิดปิดถ้ำ จะส่งผลกระทบต่อ การเข้าออกของสัตว์ที่อาศัยอยู่ในถ้ำ เช่น ค้างคาว ซึ่งอาจทิ้งถ้ำที่อยู่อาศัยและไม่กลับมาอีก นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยเรื่องสภาวะของถ้ำในจังหวัดนครศรีธรรมราช (สุรศักดิ์ แก้วอ่อน และอำนาจ น้อยผา, 2553) พบว่า สภาวะการเปลี่ยนแปลงของถ้ำภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เกิดจากการพัฒนาถ้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งขาดการดูแลและขาดการบริหารจัดการที่ดี ทรัพยากรถ้ำจึงมีความเสื่อมโทรม เนื่องจากปัญหาขยะที่เกิดจากการท่องเที่ยว การขีดเขียนลงบนผนังถ้ำ การเหยียบย่ำ การสัมผัสและการหักกิ่งนอกหินย้อยหรือเก็บชิ้นส่วนอื่นๆ ไปเป็นของที่ระลึก การสร้างพระพุทธรูปเพื่อประดิษฐานไว้ที่บริเวณประตูทางเข้าถ้ำและภายในถ้ำ การติดตั้งอุปกรณ์ส่องสว่างแบบถาวร โดยมิได้พิจารณาถึงสภาวะของอุณหภูมิ ความชื้น และการหมุนเวียนของอากาศภายในถ้ำ การที่มีได้กำหนดทางเดินที่เป็นเส้นทางที่แน่นอนภายในถ้ำ และการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกแบบถาวร ปัญหาต่างๆ เหล่านี้กระทบต่อความสมดุลและทำให้ทรัพยากรถ้ำมีความเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ในบางถ้ำมีการขุดเอามูลค้างคาวมาใช้เป็นปุ๋ย หรือเพื่อจำหน่าย ส่งผลให้สภาพแวดล้อมของถ้ำเปลี่ยนแปลงไป

## แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 6 ด้าน (บุษบา สิทธิการ, 2557) ได้แก่ 1) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทางที่ใช้ในการคมนาคมขนส่ง ให้มีความสะดวกปลอดภัยต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว 3) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ห้องน้ำ ร้านอาหาร และจุดแวะพักระหว่างการท่องเที่ยว 4) การพัฒนาที่พักแรมให้ได้มาตรฐานที่กำหนด 5) การพัฒนาบริการเสริมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การตลาด และ 6) การพัฒนาเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำให้เกิดความยั่งยืน ควรพิจารณา 2 แนวคิดนี้ไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น จะมีกลยุทธ์หรือแนวทาง ดังนี้

### 1. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

World Tourism Organization (2004) ได้กล่าวถึงการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า สามารถที่จะกระทำได้กับทุกรูปแบบการท่องเที่ยว และสามารถทำได้กับทุกแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นการท่องเที่ยวแบบชนหมู่่มาก และการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม ทั้งนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาประกอบกัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ดังนี้

1. ควรคำนึงถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ว่าพวกเขาต้องการเปิดบ้านเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ ถ้าหากเขายังไม่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว ควรจะชะลอการพัฒนาการท่องเที่ยวออกไปก่อน เพราะอาจเกิดความขัดแย้งกับชุมชนได้ แต่ถ้าหากเขาต้องการเปิดบ้านเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ควรพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ว่าจะสามารถดึงเขาเข้ามามีส่วนร่วมและมีส่วนในได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้อย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2. ควรคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวว่าเขาต้องการจะเห็นสิ่งใดหรือต้องการได้รับประโยชน์อะไรจากแหล่งท่องเที่ยวนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดหาหรือสร้างกิจกรรมเสริมในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรพิจารณาเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวว่าในแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรอยู่บ้างแล้ว เพียงพอกับความต้องการหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาว่าจะเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อีกหรือไม่และมากน้อยเพียงใด

3. ควรคำนึงถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวว่าจะได้รับผลกระทบหรือถูกทำลายหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการดูแลรักษาคุณค่าของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นเอาไว้ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวว่าสามารถรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดปริมาณและมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม และเป็นแนวทางในการจำกัดปริมาณนักท่องเที่ยวให้มีความพอดี นอกจากนี้ ควรคำนึงถึงสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยวนี้ว่ามีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมโดยรอบหรือไม่ มีการจัดการเรื่องความสะอาด ความสะอาดสบายตามมาตรฐานสากลหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความสมดุลระหว่างการดำรงไว้ซึ่งคุณค่าของเอกลักษณ์ท้องถิ่นกับการเตรียมความพร้อมสู่ยุคโลกาภิวัตน์ นอกจากนี้ควรคำนึงถึงความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันทั้งภายในและภายนอกประเทศ ว่าเขาดำเนินการมาอย่างไรจึงประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาแบบอย่างในการนำมาประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวของตน

ทั้งนี้ เมื่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทราบแล้วว่าควรพิจารณาสิ่งใดบ้างก่อนการดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้สามารถยึดหลักการเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้ดังนี้ (Shirley Eber, 1992)

1. การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้นที่จะต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมไว้ ด้วยการนำภูมิปัญญาแบบพื้นบ้านมาประยุกต์เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ในกระบวนการจัดการ นอกจากนี้ ควรลดการบริโภคและลดการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น ลดการก่อของเสีย และแสวงหาหาทรัพยากรที่มีคุณสมบัติคล้ายกันมาใช้ทดแทนกันเพื่อลดการใช้ทรัพยากรประเภทที่หมดสิ้นไป

2. การดูแลรักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวที่น้ำตก อาจเพิ่มกิจกรรมดูนก ดูผีเสื้อ เป็นต้น และเพิ่มมาตรฐานการบริการ เช่น การพัฒนาบุคลากรด้านต่างๆ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานานขึ้น หรือมีการกลับมาเที่ยวซ้ำ ทั้งนี้สามารถใช้การท่องเที่ยวเพื่อช่วยขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น โดยประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อคัดสรรทรัพยากรที่โดดเด่นในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก เพื่อช่วยกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่น

3. การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยกัน เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนี้ ควรสร้างการมีส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่น และสร้างเครือข่ายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น ร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ หรือเป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

4. การประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ หรือปรึกษาหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยต้องประสานกับพหุภาคี ได้แก่ ชุมชนในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และหน่วยงานราชการในพื้นที่ เป็นต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประเมินผลกระทบ เพื่อ

แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อนำข้อผิดพลาดมาแก้ไขไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อลดช่องว่างของความขัดแย้งเกี่ยวกับผลประโยชน์

5. การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ โดยการจัดอบรมและส่งบุคลากรไปศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาปรับประยุกต์เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน นอกจากนี้ควรมีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร หรือคู่มือการท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกในการศึกษาเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนช่วยในการยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสร้างความเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมด้วย โดยอาจจัดทำเป็นสื่อรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ คู่มือท่องเที่ยว หรือวิดีโอแนะนำ เป็นต้น

6. การประเมินผล ตรวจสอบผลกระทบ และศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการช่วยแก้ปัญหา สร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อเป็นประโยชน์แก่นักลงทุน

จากแนวคิดต่างๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนใน 3 มิติด้วยกัน ได้แก่ มิติในด้านการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม มิติในด้านการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว และมิติในด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวแก่ชุมชนท้องถิ่น

## 2. แนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งวิธีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เหมาะสม (สมยศ วัฒนากมลชัย, 2556) จะต้องมีการวางแผนทางในการป้องกันความเสียหาย ที่อาจเกิดขึ้นจากสาเหตุทางธรรมชาติและการกระทำของมนุษย์ ทั้งนี้ควรมีการจำกัดเรื่องการปรับแต่งแหล่งท่องเที่ยว ที่จะต้องพยายามรักษาสภาพความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวไว้ให้มากที่สุด และจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ทั้งนี้ในการก่อสร้างแต่ละครั้งจะต้องพิจารณาถึงความกลมกลืนของสิ่งที่ปลูกสร้างขึ้นใหม่กับสภาพแวดล้อมเดิมด้วย มีการวางระเบียบ ข้อบังคับในการเข้าชมสถานที่ รวมทั้งมีบทลงโทษในกรณีที่มีผู้ฝ่าฝืน โดยมีการเผยแพร่ระเบียบดังกล่าวให้นักท่องเที่ยวทุกคนรับทราบ ซึ่งอาจเป็นการใช้วิธีแจกคู่มือการเดินทาง หรือออกแบบจัดทำเป็นป้ายขนาดใหญ่เพื่อเตือนนักท่องเที่ยวที่บริเวณทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ เพื่อช่วยสอดส่องดูแลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และเพื่อป้องกันมิให้นักท่องเที่ยวสร้างความเสียหายให้กับแหล่งท่องเที่ยวทั้งจากการกระทำโดยเจตนาและจากการกระทำที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ มีการให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยว รณรงค์ให้นักท่องเที่ยวรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวโดยการทิ้งขยะมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูลต่างๆ เฉพาะในบริเวณที่กำหนดไว้เท่านั้น และสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวมีความหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ และไม่กระทำการใดๆ ที่อาจเป็นผลให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความเสียหาย นอกจากนี้ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ ควรขอความร่วมมือจากบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว และชุมชนรอบๆ พื้นที่ ในการช่วยกันรณรงค์อีกแรง

### แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำอย่างยั่งยืน

จากแนวคิดต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถกำหนดเป็นแนวทางส่งเสริมไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำอย่างยั่งยืน ใน 3 มิติ ดังนี้

## 1. มิติในด้านการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทุกภาคส่วนจะต้องมีการปรึกษาหารือกันเพื่อจัดทำแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถ้าแบบระยะยาว โดยมีการกำหนดเขตพื้นที่การจัดการเพื่อแบ่งเขตการใช้ประโยชน์ และเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ มีความสอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณค่าของแต่ละเขตพื้นที่ และป้องกันการรบกวนจากกิจกรรมที่มีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้ยังช่วยเพิ่มความสะดวกรวดในการบริหารและควบคุมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับแต่ละเขต และช่วยเพิ่มความสะดวกรวดในการเข้าถึงพื้นที่ ซึ่งควรแบ่งเขตพื้นที่ในการพัฒนาถ้าเพื่อการท่องเที่ยว ออกเป็น 3 เขต ได้แก่ เขตพื้นที่อนุรักษ์ ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่โดดเด่นและมีความสำคัญสูง มีความเปราะบางเสียหายได้ง่าย ดังนั้นพื้นที่ส่วนนี้จะต้องได้รับการอนุรักษ์ให้อยู่ในสภาพที่ใกล้เคียงกับของเดิมมากที่สุด แต่สามารถเปิดเป็นพื้นที่สำหรับผู้สนใจเข้าไปศึกษาได้อย่างมีเงื่อนไข เช่น ในกรณีที่นักท่องเที่ยวได้รับฟังการบรรยายสรุปเกี่ยวกับคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ถ้าและรับฟังเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติก่อนเข้าไปในถ้าแล้ว และในการเข้าชมเขตพื้นที่อนุรักษ์จะต้องมีเจ้าหน้าที่นำทางเท่านั้น ต่อมาคือเขตพื้นที่เพื่อการพัฒนา พื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ที่ทนทานต่อการดัดแปลงธรรมชาติ และมีความทนทานต่อการใช้ประโยชน์ จึงควรอยู่ในเขตที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญน้อยกว่าเขตพื้นที่อนุรักษ์ หรือเป็นพื้นที่ที่ไม่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ปรากฏอยู่ เขตพื้นที่นี้จึงเหมาะแก่การเป็นเขตการบริหารงานของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์การติดต่อสื่อสาร หน่วยรักษาความปลอดภัย เป็นต้น แต่จะต้องมีรูปแบบการก่อสร้างที่สอดคล้องกับสภาพธรรมชาติและที่สำคัญ พื้นที่เพื่อพัฒนานี้จะเป็นจุดเพื่อการศึกษาหาความรู้และการสื่อความหมายธรรมชาติ เหมาะสำหรับการบรรยายหรือปฐมนิเทศนักท่องเที่ยว หรืออาจจัดให้มีพิพิธภัณฑ์แสดงตัวอย่างสัตว์ และพืชในแหล่งท่องเที่ยวถ้า และมีสิ่งก่อสร้างเพื่อการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ศาลาพักผ่อน ทางเดินศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น และเขตพื้นที่สุดท้าย คือเขตพื้นที่แนวกันชนระหว่างการพัฒนาอนุรักษ์และการพัฒนา เขตพื้นที่นี้ถือเป็นแนวเชื่อมต่อระหว่างเขตอนุรักษ์และเขตเพื่อการพัฒนา จุดนี้จึงเป็นพื้นที่สำหรับควบคุมการเข้าออกระหว่างพื้นที่ทั้งสอง ดังนั้นการพัฒนาใดๆ ในพื้นที่นี้จะกระทำเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เช่น ป้อมรักษาความปลอดภัย ศาลาพักผ่อน สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น และป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับรายละเอียดของพื้นที่ที่จะเดินทางเข้าไป และป้ายเตือนต่างๆ เป็นต้น นอกจากการแบ่งเขตพื้นที่สำหรับการจัดการแล้ว ควรจะมีการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าชมแต่ละครั้ง ซึ่งควรเป็นการควบคุมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเสื่อมโทรมลง อย่างไรก็ดี ประชาชนทุกคนมีสิทธิในการเข้าไปศึกษาธรรมชาติได้ แต่การเข้าชมควรจะได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ และมีการรับฟังคำอธิบายเกี่ยวกับความสำคัญในการอนุรักษ์ถ้า และการปฏิบัติตัวในขณะที่เข้าชมเสียก่อน นอกจากนี้หากเป็นถ้าที่พัฒนาแล้ว นักท่องเที่ยวจะต้องเดินตามเส้นทางที่กำหนดเท่านั้น แต่สำหรับถ้าที่ยังไม่มีการพัฒนาจะต้องกำหนดกฎ ระเบียบ ที่ชัดเจนในการปฏิบัติ นอกจากนี้ไม่ควรอนุญาตให้นำสิ่งสกปรกให้เกิดขยะเข้าไปในถ้า เช่น การแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบว่าควรรับประทานอาหารให้เสร็จก่อนเข้าถ้า เพื่อไม่เป็นการสร้างเศษขยะและของเสียที่เป็นมลพิษต่อถ้า แต่สามารถอนุญาตให้มีอาหารสำรองติดตัวไว้บ้างและแจ้งให้นำขยะออกจากถ้าด้วย ทั้งนี้ควรมีการกำหนดวิธีการกำจัดของเสียที่มาจากนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่อย่างถูกวิธี เพื่อไม่ให้เกิดมลภาวะต่อน้ำใต้ดิน และกำหนดไม่ให้ทำการฝังขยะ หรือเผาขยะ เพราะน้ำที่ชะล้างเศษขยะสามารถซึมหรือตกลงไปในร่องของหินปูนได้ นอกจากนี้ร้านอาหารภายในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีบ่อดักไขมันด้วย สำหรับในส่วนของพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกใดๆ นั้น ควรจะต้องทำการศึกษาผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมก่อนทุกครั้ง และเพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถชมความงดงามตามธรรมชาติที่แท้จริงของถ้าโดยไม่สร้างความเสียหายให้แก่ถ้าและไม่รบกวนวิถีชีวิตของค่างคาว ผู้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสามารถติดตั้งกล้องอินฟราเรดและมีจอภาพให้นักท่องเที่ยว

รับชม และแม้การใช้วิธีนี้อาจใช้เงินลงทุนสูง แต่ถือเป็นวิธีการที่ส่งผลดีต่อทรัพยากรถ้าในระยะยาว ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบและลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวถ้าได้เป็นอย่างดี

## 2. มิติในด้านการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรจัดอบรมให้ความรู้ และพัฒนาศักยภาพแก่เจ้าหน้าที่และผู้นำทาง เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเข้าชมถ้ำ การเลือกเส้นทาง การเลือกสถานที่ และจุดที่น่าสนใจในการนำชมให้มีความสอดคล้องกับความสามารถทางด้านร่างกายและทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยผู้นำทางจะต้องมีความรู้ในเรื่องการใช้เข็มทิศ การพยากรณ์อากาศ เพราะในกรณีที่ฝนตกอาจเกิดน้ำท่วมในโพรงถ้ำได้ และหากเกิดกรณีฉุกเฉินต้องทราบว่าควรจะทำติดต่อกับกู้ภัยได้อย่างไร นอกจากนี้ยังต้องทราบวิธีการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ และควรจะมีความรู้ในเรื่องการปฐมพยาบาลด้วย ทั้งนี้เพื่อสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว ควรแจ้งให้นักท่องเที่ยวแต่งกายอย่างเหมาะสม มีอุปกรณ์เสริม อย่างเช่น ไฟสำรอง และอุปกรณ์เพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน และให้นักท่องเที่ยวแจ้งข้อจำกัดของตนเอง เช่น สุขภาพ สภาพความแข็งแรง พร้อมฝากรายละเอียดของการเข้าชมถ้ำไว้กับเจ้าหน้าที่ หรือบุคคลใกล้ชิด เพราะความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการท่องเที่ยวภายในถ้ำ ยิ่งไปกว่านั้น การมีไฟส่องสว่างภายในถ้ำจะช่วยเรื่องการมองเห็นและช่วยเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และเพิ่มความน่าสนใจ โดยควรจะต้องตั้งไฟ ณ บริเวณที่ต้องการแสดงให้เห็นความสวยงาม ความลึกกลับ หรือในจุดที่ต้องการชี้ว่าเป็นจุดเด่นพิเศษของถ้ำ และปล่อยให้ส่วนอื่นๆ ยังมีมืดสนิทไป แต่การติดตั้งจะต้องดำเนินการให้มีส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด นอกจากนี้ควรมีการจัดอบรมผู้นำทางในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำให้มีความสามารถในการเป็นผู้นำ และมีความรู้มากพอที่จะสามารถนำเสนอข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ด้วยการฝึกให้ผู้นำเที่ยวมีความสนใจสิ่งรอบตัว ช่างสังเกต รักการค้นคว้า เป็นนักอ่าน เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามของนักท่องเที่ยวได้ทุกเรื่องด้วยความมั่นใจและน่าสนใจ ด้วยการสวมบทบาทในลักษณะของการเป็นผู้พาชมโดยใช้วิธีการสนทนามากกว่าการบรรยายแบบเป็นทางการ ไม่ทำตัวเป็นครู แต่ต้องเป็นนักฟังที่ดี มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส มีศิลปะในการพูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนุกสนานมีชีวิตชีวา ด้วยการใช้เวลาที่สุภาพอ่อนโยน มีความกระตือรือร้น มีจิตวิทยาในการรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มว่ามีความต้องการอะไรมาน้อยเพียงใด เช่น บางกลุ่มสนใจเรื่องธรรมชาติ บางกลุ่มสนใจเรื่องนิทานความเชื่อ ทั้งนี้ผู้นำทางควรมีน้ำใจ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และไม่ทอดทิ้งนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ต้องค้นหาเอกลักษณ์หรือจุดเด่น เพื่อสร้างความแตกต่างกับที่อื่น และเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจอยากมาเที่ยวชม และควรนำนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ นอกจากนี้ควรสร้างความเข้าใจให้แก่ชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ในเรื่องทัศนคติและมิตรภาพของชุมชนต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่จะนำไปสู่การตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ควรให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้รับการต้อนรับอย่างจริงจัง ผ่านรอยยิ้ม การทักทายที่อบอุ่น การให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลหรือการบอกทางแก่นักท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวด้วยความยินดี เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการจัดการเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งตารางเวลาของรถรับส่งควรมีความแน่นอน สม่ำเสมอ คำนึงถึงความปลอดภัย และมีระยะเวลาที่เหมาะสมด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก ดังนั้นควรแจ้งให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลการเดินทาง และสามารถเลือกเดินทางให้ตรงกับเวลาที่กำหนดได้อย่างสะดวก และสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ นั่นคือการดูแลสุขภาพให้มีความสะอาด เพียงพอ และหาได้ง่าย

### 3. มิติในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวแก่ชุมชนท้องถิ่น

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากประชาชนและกลุ่มเยาวชนในท้องถิ่น ในการเข้ามามีส่วนร่วมกัน อนุรักษ์ พื้นฟู ดูแลทรัพยากรถ้า ทั้งนี้ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง มีความทั่วถึง และทุกคนควรได้รับโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน ในกระบวนการวางแผน กระบวนการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ เพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อย่างยุติธรรม อันจะก่อให้เกิดความหวงแหนและรักษาทรัพยากรถ้ามิให้เสื่อมโทรม ทั้งนี้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถ้าจะต้องสามารถช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิต ส่งเสริมการจ้างงานคนในชุมชน และขจัดความยากจน อย่างไรก็ตามการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถ้า ควรดำเนินไปไปอย่างช้าๆ และรอบคอบเพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและชุมชนได้มีเวลาในการปรับตัวในการเรียนรู้ และแก้ไขผลกระทบต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ทัน่วงที นอกจากนี้ควรสร้างความร่วมมือกับภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน เช่น หน่วยงานภาคการศึกษา หน่วยงานภาครัฐราชการ หน่วยงานภาคธุรกิจ และสื่อต่างๆ เป็นต้น มาช่วยเสริมศักยภาพและความเข้มแข็ง นอกจากนี้สามารถส่งเสริมได้โดยการให้คนในชุมชนเข้ามาเป็นมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมถ้า เป็นเสมือนการมอบหมายความรับผิดชอบ เพื่อสร้างความรู้สึกรักในการเป็นเจ้าของต่อทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน นอกจากนี้ ยังสามารถส่งเสริมให้คนในชุมชนได้ลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวหรือสิ่งอำนวยความสะดวกตามความสามารถของตน เช่น อาจลงทุนสร้างเป็นรูปแบบที่พักขนาดเล็กที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ เช่น บังกะโล หรือบ้านของชุมชนที่ได้มีการจัดเตรียมไว้เป็นสัดส่วน มีความสะอาดเพื่อไว้รองรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีการนำสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายในชุมชนมาจำหน่าย มีการบริการอาหารเครื่องดื่มโดยแม่บ้านในชุมชน มีการจัดรถบริการนำเที่ยวแบบพื้นบ้าน เป็นต้น เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

### สรุป

ถ้าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นทางภูมิประเทศ เป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าต่อการศึกษาเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากถ้าเป็นพื้นที่ที่มีความเปราะบาง มีโอกาสถูกทำลายได้ง่าย และมีพัฒนาการที่ต้องอาศัยช่วงระยะเวลาที่ยาวนาน หากได้รับผลกระทบแล้ว ย่อมที่จะใช้เวลายาวนานในการฟื้นฟูให้กลับมาีสภาพดังเดิม ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าอย่างยั่งยืน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้า จึงควรให้ความสำคัญกับทั้ง 3 มิติ อันได้แก่ ได้แก่ 1) มิติในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นในการปกป้องรักษาทรัพยากรถ้า สร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างจิตสำนึกให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งมีวิธีการต่างๆ เช่น การกำหนดเขตพื้นที่การจัดการ การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับ การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของทรัพยากรถ้าและแนวทางในการอนุรักษ์ถ้า การชี้แจงกฎระเบียบ แนวปฏิบัติก่อนเข้าชม การกำจัดของเสียที่มาจากนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่อย่างถูกวิธี และในส่วนของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจะศึกษาผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมก่อนทุกครั้ง เป็นต้น 2) มิติในการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการมุ่งเน้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวแหล่งท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความประทับใจและได้รับความพึงพอใจกลับไป ซึ่งมีวิธีการต่างๆ เช่น การสร้างความเข้าใจแก่ชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ในเรื่องทัศนคติและมิตรภาพที่ดีของชุมชนต่อนักท่องเที่ยว จัดอบรมพัฒนาศักยภาพแก่เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการให้ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและการใช้อุปกรณ์ยามฉุกเฉินเพื่อสร้างความอุ่นใจแก่นักท่องเที่ยว การให้บริการด้วยใจ การพัฒนาบุคลิกภาพ และเทคนิคการนำชม เป็นต้น 3) มิติในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและผลประโยชน์จากการ

ท่องเที่ยวแก่ชุมชนท้องถิ่น เป็นการมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน ช่วยให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งมีวิธีการต่างๆ เช่น การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมใน กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ สนับสนุนให้คนในชุมชนเป็นมัคคุเทศก์ หรือผู้นำชม หรือลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามความสามารถของตน นำสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายในชุมชนมาจำหน่ายเป็นต้น ทั้งนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าต้องระลึกอยู่เสมอว่าในการพัฒนานั้นควรมุ่งเน้นในมิติทั้ง 3 มิตินี้ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. 2559. **สถิตินักท่องเที่ยว**. ค้นวันที่ 30 เมษายน 2559 จาก <http://tourism2.tourism.go.th/home/listcontent/11/221/276>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2556. **ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุดภาคใต้**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. 2537. **คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้า**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- บุษบา สิทธิการ. 2557. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว : จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ**. เชียงใหม่: สันติภาพ แพ็คพรีน.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด. 2555. **การท่องเที่ยวไทยจากนโยบายสู่รากหญ้า**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัตนา ลักขณวารกุล. 2554. **การจัดการถ้าเพื่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ: สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.
- ศรัณญา วรากุลวิทย์. 2551. **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สมชาย พุ่มสะอาด และครรชิต วัฒนเสถียร. 2534. **วนอุทยานถ้าไทย**. ม.ป.ท: ม.ป.พ.
- สมยศ วัฒนามลชัย. 2556. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 15. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สันติชัย เอื้องจงประสิทธิ์. 2549. **การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- สุรศักดิ์ แก้วอ่อน และอำนาจ น้อยผา. 2553. **สภาวะของถ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช**. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- Bussaba Sitikarn. 2010. Tourism Impact: Key Concern for Sustainability (Electronic version). *MFU Journal online*, 1(1), 1-17. Retrieved from <http://resource.mfu.ac.th/admin/upload/download/PWxVM5HTue95930.pdf>.



Shirley, E. 1992. **Beyond the Green Harizon, Principle for Sustainable Tourism.** Surrey: World Wide Fund for Nature (WWF).

World Tourism Organization. 2004. **Indicators of Sustainable Development for Tourism Destination: A Guidebook.** Retrieved November 9, 2013, from <http://www.adriaticgreenet.org/icareforeurope/wp-content/uploads/2013/11/Indicators-of-SustainableDevelopment-for-Tourism-Destinations-A-Guide-Book-by-UNWTO.pdf>.

# การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## A Study of Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Visiting Bang Saphan Noi, Prachuap Khirikhan Province

วริษา พลจันทร์\*

ดร.อนันต์ เชี่ยวชาญกิจการ\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ (3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า (1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก และรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยว 2 วัน ที่พักที่เลือกใช้บริการคือ รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) 3,001-7,000 บาท ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะทำระหว่างการท่องเที่ยว คือ เล่นน้ำทะเล/นั่งเล่นริมชายหาด และการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก นักท่องเที่ยวนิยมสินค้าประเภทแปรรูปอาหารทะเล (2) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว, ประจวบคีรีขันธ์

\*นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

\*\*อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก

## ABSTRACT

The purposes of this research were (1) to study the Thai tourists' behavior who visiting at Bang Saphan Noi, Prachuap KhiriKhan Province (2) to study levels of satisfaction of Thai tourists about tourist attraction in Bang Saphan Noi, Prachuap KhiriKhan Province, and (3) to compare levels of the Thai tourists satisfaction of Bang Saphan Noi, Prachuap KhiriKhan Province by classifying their personal factors. It was a quantitative research which gathered the information by giving a questionnaire to the sample: 400 Thai tourists who visited Bang Saphan Noi, Prachuap KhiriKhan Province.

The results revealed that: (1) The most of Thai tourists' behavior often travel with their family, cousin and couple. They know the tourist attraction from the internet and most of them travel to Bang Saphan Noi, Prachuap KhiriKhan Province for the first time. They spend 2 days travelling there. The accommodations people prefer is resort and the expenses is around 3,001 to 7,000 Baht per person. Likewise, tourists expect to swim or relax on the beach and buy a souvenir. Especially, dried squid and dried salted fish are famous souvenirs. (2) Satisfaction levels in Thai tourists for tourist attraction in Bang Saphan Noi, Prachuap KhiriKhan Province were at high level. (3) Comparing of satisfaction levels in Thai tourists about tourist attraction in Bang Saphan Noi, Prachuap KhiriKhan Province by classifying their personal factors, it found that tourists who have a different sex and average monthly income level have no significant difference for the satisfaction level. On the other hand, it found that tourists who have a different age and education level have statistically significant relationship at 0.05 level for the satisfaction level.

**Keyword:** Tourist behavior, Satisfaction of tourists, Prachuap KhiriKhan

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ช่วยในการขับเคลื่อนและทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลทางด้านบวก ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและการขยายตัวของภาคธุรกิจในประเทศหลายๆ ด้านเติบโตอย่างต่อเนื่อง ที่นำไปสู่การลงทุน การจ้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน ท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อันนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ อีกทั้งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนหลายล้านคนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อสัมผัสความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคต(วิกิเนีย มาयर, 2554)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็นหนึ่งในสามแห่งของโครงการริเวียร่าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มุ่งพัฒนาชายทะเลฝั่งอ่าวไทยของจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญรองรับนักท่องเที่ยวเชื่อมต่อกับจังหวัดชุมพรและจังหวัดระนอง ด้วยเส้นทางการคมนาคมที่สามารถเดินทาง

ไปยังจังหวัดได้ทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ และทางอากาศ ซึ่งให้เห็นว่าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติอย่างมากด้วยปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับทุกปี รวมทั้งการมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (แผนพัฒนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พ.ศ.2557-2560)

ซึ่งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว คือ เสริมสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเอกลักษณ์ของจังหวัด มีเป้าประสงค์ คือ สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในภาคเกษตรอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการค้าชายแดน มีตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายคือ รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ต่อปี จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี และกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมายคือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดให้มีคุณภาพ เสริมสร้างคุณภาพการท่องเที่ยวบนความหลากหลาย ความปลอดภัย และความคุ้มค่า พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานสากล ส่งเสริมระบบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และการตลาดด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง (รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2557)

ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์นับเป็นดินแดนที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอยู่มากมาย เพราะสภาพพื้นที่เป็นชายฝั่งทะเลอันยาว จึงมีแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ มีสถานตากอากาศอยู่หลายแห่ง โดยอำเภอบางสะพานน้อยนั้นอยู่ทางตอนใต้สุดของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ในทะเลฝั่งอ่าวไทย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ ดำน้ำดูปะการัง ตกหมึก ตกปลา ล่องเรือชมเกาะพายเรือคายัก เดินป่า และปีนผา เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย ถือเป็นจุดดำน้ำดูปะการังน้ำตื้นที่สวยงามแห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งอุดมไปด้วยปะการังสีส้มสวยงามนานาชนิด ผูกปลาน้อยใหญ่ และหาดทรายขาวสะอาด จึงเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นย่อมต้องการความประทับใจในการมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการต่างๆ ที่พึงได้รับ ทั้งด้านการบริการของการท่องเที่ยว ด้านสวัสดิการความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านขายของที่ระลึก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจสำรวจเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อที่จะได้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทราบถึงความต้องการและปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากสถิติในปีที่ผ่านมาสามารถแสดงได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนมากขึ้นในทุกปี และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งด้านทัศนียภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การให้บริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น และสามารถแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างความพึงพอใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด และทำให้เกิดความรู้สึกอยากที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือมีการบอกต่อกันไปในทางที่ดี และมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเพิ่มขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์กับประชาชนในท้องถิ่นในระยะยาว อีกทั้งเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน อันนำไปสู่การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ดารา ทีปะปาล (2542) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการศึกษาถึงกระบวนการต่างๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ และการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาต่างๆ ให้ได้รับความพอใจ

กรรณิกา พิมลศรี (2547 : 13) กล่าวว่า การกระทำหรือการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก หรือเป็นพฤติกรรมด้านความรู้ พฤติกรรมด้านความคิด ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ และพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

Schiffman (อ้างถึง บุศรา เกิดแก้ว, 2550) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล

Schmoll (อ้างถึง ดวงกมล บุญทวีทรัพย์, 2554) กล่าวว่า รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้นความปรารถนา ความต้องการและความคาดหวังของบุคคลต่างๆ ในสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นในการเดินทาง เช่น สื่อต่างๆ ที่กระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยว เที่ยวให้มากขึ้น การแนะนำจากบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานรัฐบาล
2. ข้อกำหนดของบุคคลและสังคม เป็นลักษณะของข้อบังคับในการตั้งวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน
3. การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบภายนอก กำหนดความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการของผู้ประกอบการ ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยวประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดทางด้านราคา และเวลา เป็นต้น
4. ลักษณะพิเศษของสถานที่ให้บริการ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เมื่อเลือกสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แล้ว สิ่งที่คุณจะได้รับตามมาจะเป็นอย่างไร

Wahab Crampon and Rothfield (อ้างถึง ดวงกมล บุญทวีทรัพย์, 2554) กล่าวว่า รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และแนวความคิดของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะในการกำหนดพฤติกรรม ดังนี้

1. การท่องเที่ยวไม่มีสิ่งที่เป็นตัวตนที่ได้กลับมา
2. การพิจารณาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กับรายได้เงินที่สะสมไว้และการวางแผนล่วงหน้า
3. การตัดสินใจในการท่องเที่ยวเกิดจากสิ่งที่เข้ามากระตุ้น

สรุปได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่า ซื้อสินค้าบริการอะไรทำไมจึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไร ซื้อบริการที่ไหน ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วเขาประเมินบริการนั้นอย่างไร หากต้องการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้แล้ว หรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลารว่างของนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัว และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

สายจิตร์ สิงหเสนี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางบวก แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้มีความเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539 : 24-37) : ซึ่งลักษณะทั่วไปมีดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงทางอารมณ์ และความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่น สิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์ การรับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เป็นเช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ เช่น ประเภทของการบริการ หรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่างๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกรับของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากการโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริงที่ผู้ให้บริการ ได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการ ก่อนที่จะได้รับบริการ หรือคาดหวังในสิ่งที่ควรจะได้รับนี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาการเผชิญความจริง หรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับการคาดหวังที่ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นระดับความพึงพอใจหรือไม่ พึงพอใจมากน้อยก็ได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

ความพึงพอใจย่อมเป็นผลมาจากหลายปัจจัยที่ยังชี้ขาดชัดเจนไม่ได้ว่าปัจจัยใดสำคัญกว่ากัน การวัดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจนั้นเป็นเรื่องยากที่จะทำได้ข้อเท็จจริง เพราะไม่มีเครื่องมือใดวัดจิตใจของคนได้อย่างเพียงพอ พร้อมทั้งได้เสนอแนวทางการวัดความพึงพอใจไว้สรุปได้ดังนี้ (ปัญญา ชิมสื่อ, 2547)

1. การสังเกตการณ์ คือ การเฝ้าติดตามเอาใจใส่ดูแลความเป็นไปและการเปลี่ยนแปลงของสิ่งที่ต้องการรู้ อย่างใกล้ชิดในระยะเวลาที่กำหนด โดยการสังเกตสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งอาจเป็นวัตถุสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งอาจเป็นวัตถุสิ่งของที่ไม่มีชีวิต การเคลื่อนไหวหรือสิ่งมีชีวิตในลักษณะโครงสร้างทั่วไป โดยไม่คำนึงถึงการกระทำหรือความพึงพอใจ โดยวิธีนี้ ผู้วิจัยจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้อย่างถูกต้อง

2. การสัมภาษณ์ เป็นการวิจัยที่มีแบบแผนเพื่อใช้ตรวจสอบข้อเท็จจริงจากภาษาความเป็นอยู่ของสังคม เป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์การวัดความพึงพอใจ โดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง

3. การใช้แบบสอบถาม เป็นการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ เป็นลักษณะการให้บริการสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

ส่วนในเรื่องการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญและถือเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ทั้งโดยภาพรวมและแผนการตลาด เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ อยู่หลายประการ

ประการแรก ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นตัวประเมินชีวิตและสะท้อนให้เห็นจุดแข็งจุดอ่อนของอุทยานที่แหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอ โดยวัดจากมุมมองของนักท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลนี้จะทำให้ทราบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีข้อดี ข้อเสียอย่างไรบ้าง บ่งบอกว่าจุดใดควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น จนถึงระดับที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจ

ประการที่สอง การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือว่าการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวใจของการตลาด เพราะการแข่งขันปัจจุบันทุกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจสูงสุดมากกว่าคู่แข่งเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะการวางแผนพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์สำคัญตามมาหลายประการทั้งทางด้านการตลาดและการดำเนินการเช่นเดียวกับธุรกิจทั่วไป

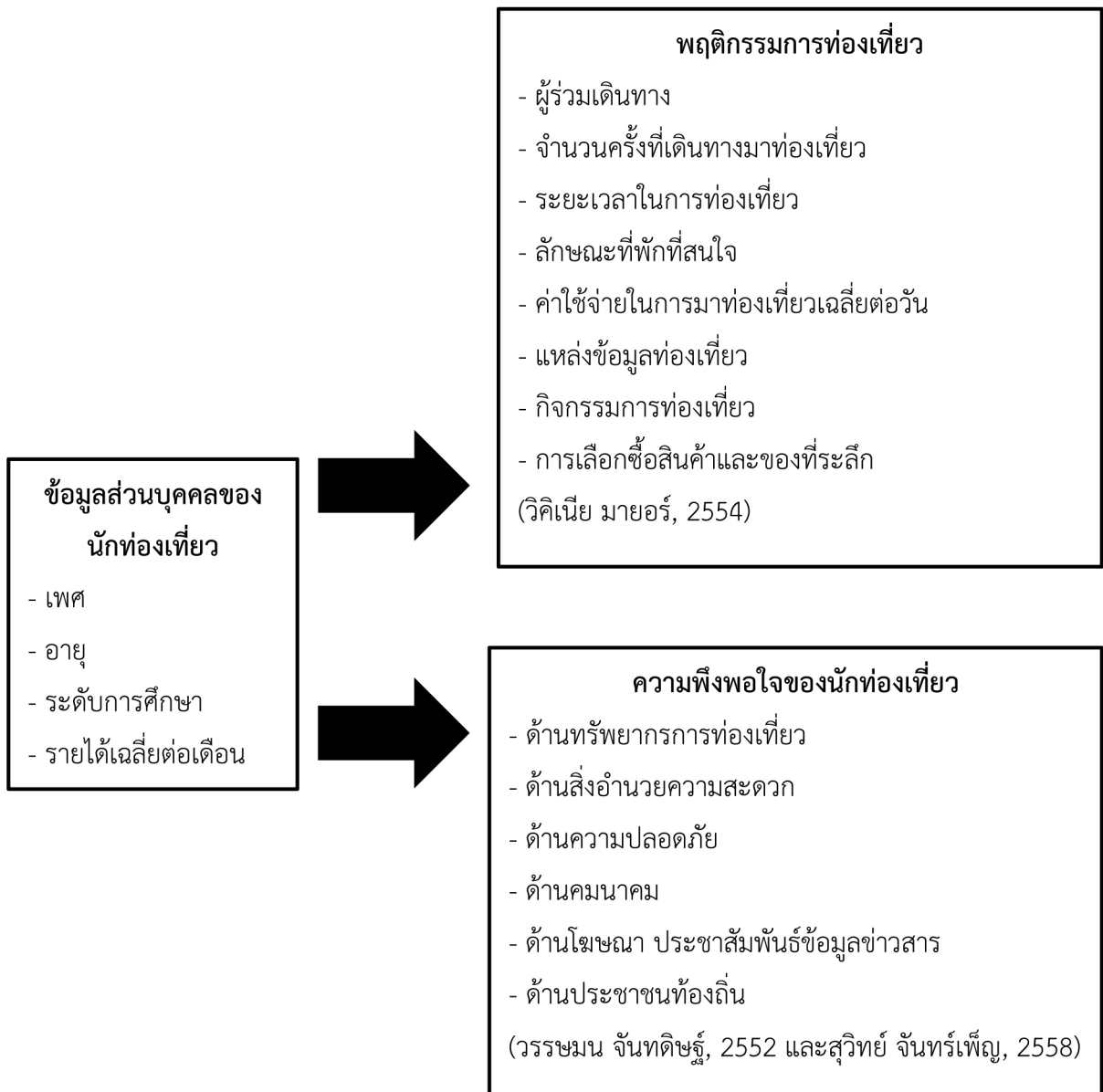
ซึ่งในการสร้างแบบวัดในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้แบบสอบถามที่ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า โดยประยุกต์ใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Type Scale) เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและทำการวัดตามรายด้านและในภาพรวมของการมาท่องเที่ยวที่อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีตัวแปรที่สำคัญในการวิจัย ดังนี้

## ตัวแปรต้น

## ตัวแปรตาม



## ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรศึกษาที่แน่ชัด

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ



สูตร	n	=	$\frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$
โดยกำหนด	n	แทน	ขนาดตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .05
	Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)
	E	แทน	ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05
แทนค่า	n	=	$\frac{(.05)(1 - .5)(1.96)^2}{(.05)}$
		=	384.16

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางแบบอิสระ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิสำเนา และสถานภาพ (2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (3) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้าน โดยในแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล (1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม โดยทำการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกหรือแบบบังเอิญ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวกรอกคำตอบลงในแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ได้รับมาดำเนินการวิเคราะห์ สรุปผลตามขั้นตอนของการวิจัย (2) ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล (1) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยสถิติที่ใช้บรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (2) วิเคราะห์ความแตกต่างระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ระหว่างเพศชายและหญิงโดยใช้สถิติ t-test และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยภายในกลุ่มตัวอย่างเดียวกันที่มีลักษณะต่างกัน โดยใช้ F-test หรือ ANOVA

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา และสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.0 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 45.8 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55.0

### 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 62.0 โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 50.7 โดยใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 55.8 ซึ่งลักษณะที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการส่วนใหญ่คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 44.5 ในด้านค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) ส่วนใหญ่ 3,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.5 นักท่องเที่ยวรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 35.7 ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะทำระหว่างการท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คือ เล่นน้ำทะเล/นั่งเล่นริมหาด คิดเป็นร้อยละ 26.2 และการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมสินค้าประเภทแปรรูปอาหารทะเล เช่น ปลาหมึกตากแห้ง ปลาเค็มตากแห้ง คิดเป็นร้อยละ 36.3

### 3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านต่างๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านประชาชนท้องถิ่นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านคมนาคม มีค่าเฉลี่ย 3.47 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.43 ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.22 และด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ

## ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านประชาชนท้องถิ่นที่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านคมนาคม ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านประชาชนท้องถิ่นมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นครั้งแรก โดยใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยว 2 วัน ซึ่งลักษณะที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการส่วนใหญ่คือ รีสอร์ท ในด้านค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) ส่วนใหญ่ 3,001-7,000 บาท โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวรู้จักหรือทราบแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะทำระหว่างการท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์คือ เล่นน้ำทะเล/นั่งเล่นริมหาด และการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก ส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวนิยมสินค้าประเภทแปรรูปอาหารทะเล เช่น ปลาหมึกตากแห้ง ปลาเค็มตากแห้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี” ผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่เพิ่งเคยมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติพุเตยเป็นครั้งแรก และเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ โดยใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยว 2 วัน 1 คืน อีกทั้งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยวมากกว่า 3 วัน และส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ ญาติ พี่น้อง และบุคคลในครอบครัว

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้ง 6 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านประชาชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก (3.87) รองลงมาคือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก (3.80) ด้านคมนาคมมีความพึงพอใจระดับมาก (3.47) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจระดับมาก (3.43) ด้านความปลอดภัยมีความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.22) และด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.16) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัชวาล นิธิพิพัฒน์โกศล (2547) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณ

ด้านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ด้านประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องของอัยาศัยไมตรีที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น ยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ แก้วตา ดูสาย (2553) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องความสะดวก ความสวยงาม ของแหล่งท่องเที่ยว และด้านการคมนาคม อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิ ชิดชอบ (2548) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในด้านการให้บริการทั่วไป เช่น พื้นที่จอดรถ พื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการร้านค้า / ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น และด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาน จินากักดี (2555) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี” ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติพุเตยแตกต่างกัน อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภรณ์ คงเจริญกาย (2548) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาพบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิทย์ จันทรเพ็ญ (2558) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษา ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน

## ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรต่างๆ และหน่วยงานราชการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนงานการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยว การให้บริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอ บางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว จากทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการพัฒนาส่งเสริมและเพิ่มช่องทาง ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้มากขึ้นและเหมาะกับยุคสมัย

ไม่ว่าจะเป็นสื่อทางอินเทอร์เน็ต สื่อทางหนังสือพิมพ์ หรือสื่อเอกสารการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น มีการจัดทำเพจเฟซบุ๊ก หรือเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งง่ายต่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

2. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการรักษาความสมบูรณ์ของธรรมชาติและระบบนิเวศภายในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้คงอยู่ไว้ได้นานที่สุด เพื่อคงสภาพความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นการให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีกด้วย

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดหาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะเพิ่มมากขึ้น เช่น ควรเพิ่มการจัดบริการห้องสุขาและห้องอาบน้ำไว้อย่างสะอาดและเพียงพอรองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ส่วนพื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ควรทำจุดในการทิ้งขยะตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างเพียงพอ และควรจัดให้มีร้านขายของที่ระลึกตามจุดแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีความหลากหลายตอบสนองลูกค้าทุกกลุ่มในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

4. ด้านความปลอดภัย บุคลากรที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือเอกชน ต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการจัดเวรยามรักษาความปลอดภัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการอย่างทั่วถึงตลอดเวลา ควรจัดทำป้ายเตือนภัยต่างๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ระมัดระวัง อีกทั้งด้านความปลอดภัยของเส้นทางควรมีการติดตั้งไฟตามเส้นทางในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พัก เนื่องจากหากเดินทางตอนกลางคืนจะค่อนข้างอันตราย

5. ด้านคมนาคม บุคลากรที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เห็นได้ชัดเจน และควรมีการจัดการระบบขนส่งสาธารณะมายังแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นการเพิ่มรูปแบบในการเดินทางที่หลากหลายมายังแหล่งท่องเที่ยว

6. ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน ควรมีการพัฒนาส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยการดึงแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีอยู่ เพิ่มเข้ามาในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายและชอบในความเป็นธรรมชาติของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

7. ด้านประชาชนท้องถิ่น ควรจัดให้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือเอกชน และประชาชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวและมีความรอบรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและสามารถให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษารoundต่อไป ผู้ศึกษาต้องระมัดระวังเรื่องของช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วง “Low Season” ซึ่งเป็นช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่าปกติ ดังนั้นจึงอาจส่งผลให้ข้อมูลที่ได้ในครั้งนี้ไม่ครอบคลุมหรือมีความหลากหลายของข้อมูลเท่าที่ควร ดังนั้นผู้วิจัยจึงควรให้ความสำคัญในการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูล ครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษาในช่วงที่เป็นฤดูกาลท่องเที่ยว “High Season” เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นต่อไป ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้เกิดการล่าช้าในการเก็บรวบรวมข้อมูลอีกด้วย

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณหรือเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงกว้าง จะเห็นได้เพียงภาพกว้างๆ ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ซึ่งการศึกษาครั้งต่อไปหากผู้สนใจศึกษาเพิ่มเติมถึงสาเหตุด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ควรทำการศึกษาในเชิงคุณภาพ หรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยเน้นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะได้ทราบความคิดเห็นและความต้องการจริงๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว

## เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศประจำปี 2557** ประจวบคีรีขันธ์. กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด
- แก้วตา ดุสสาย. (2553). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา.
- ธีรวัฒน์ บุตตะโยธิน. (2551). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจสาขาวิชาการจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2556). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรชมนัน จันทดิษฐ์. (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิดิเนีย มายอร์. (2555). **การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิธาน จินาภักดิ์. (2555). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). **แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่าน**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัท เอ อาร์ บีซีเอส เพรส.

- สมภารภรณ์ คงเจริญกาย. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2559). **สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** สืบค้นเมื่อ 18 เมษายน 2559, จาก [http://www.mots.go.th/prachuapkhirikhan/more\\_news.php?cid=11](http://www.mots.go.th/prachuapkhirikhan/more_news.php?cid=11)
- สำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2557). **แผนพัฒนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** สืบค้นเมื่อ 18 เมษายน 2559, จาก <http://www.prachuapkhirikhan.go.th>
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). **พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุทธิลักษณ์ พรรณโรจน์. (2555). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี.** (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ. (2558). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาไร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.** (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณ ธรรมคุณ. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม.** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

# แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## Trends of ASEAN Member States Tourist Arrivals to Thailand after the AEC Commencement

นิตินัย รุ่งจินดารัตน์\*

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิเคราะห์อนุกรมเวลาด้วยวิธีการแยกองค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและเป็นไปตามฤดูกาล นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุดในเดือนธันวาคม (มากกว่าปกติ ร้อยละ 23.38) และเดือนมกราคมมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยน้อยที่สุด (น้อยกว่าปกติ ร้อยละ 13.10) การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวล่วงหน้า 6 เดือน ค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์เท่ากับ 3.62

**คำสำคัญ:** นักท่องเที่ยวต่างชาติ แนวโน้ม การพยากรณ์ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

### Abstract

The aim of this study was to investigate the trends of ASEAN member states tourist arrivals to Thailand after the AEC commencement. The time series decomposition method of analysis was applied. The results showed that the ASEAN member states tourist arrivals to Thailand after the AEC commencement were likely increased by the influence of trends and seasonality. The highest ASEAN member states tourist arrivals in Thailand were in December (23.38 percent higher than normal) and the lowest ASEAN member states tourist arrivals were in January. (13.10 percent lower than normal). From the forecasting number of tourists in 6 months advance, the Mean Absolute Percentage Error is 3.62 (MAPE = 3.62).

**Keywords:** Foreign tourists, Trend, Forecasting, AEC

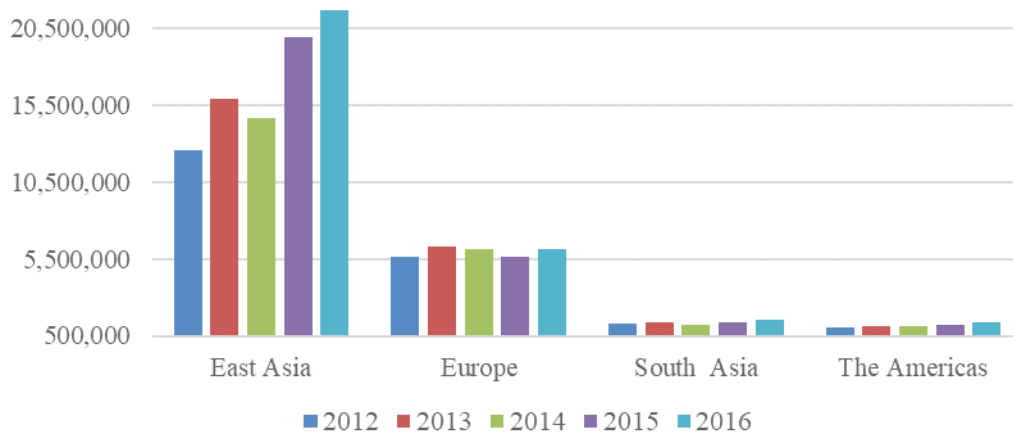
\* อาจารย์ ภาควิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ วิทยาลัยดุสิตธานี



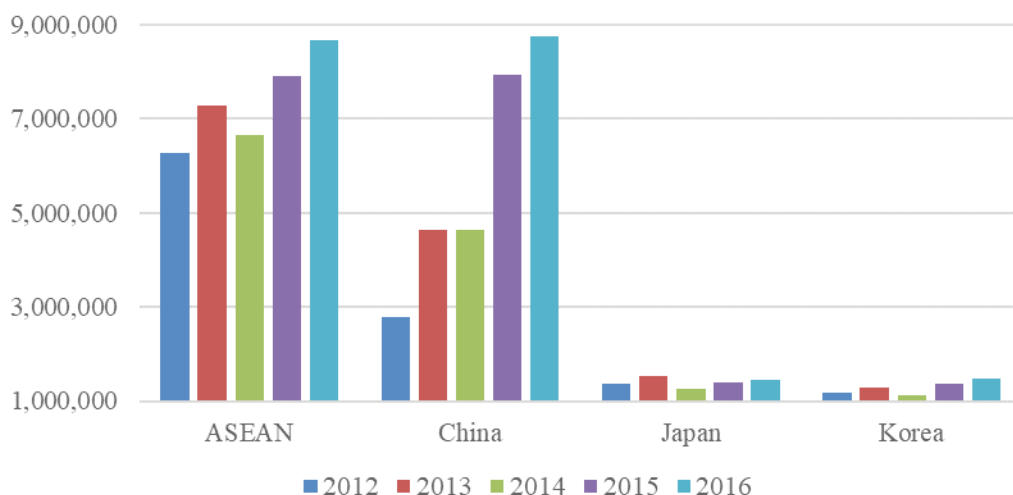
## บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) พยากรณ์ว่าในปี ค.ศ.2020 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยนักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมากถึง 416 ล้านคน หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก และหากประเทศไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 6.5 ซึ่งเท่ากับการคาดการณ์การเติบโตของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะทำให้ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 41.5 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

ในปี ค.ศ.2016 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้น 32.59 ล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อันดับแรกที่สุด จำนวน 21.66 ล้านคน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 6.17 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ จำนวน 1.52 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา จำนวน 1.41 ล้านคน ดังภาพที่ 1 โดยนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน 8.66 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 8.76 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำนวน 1.44 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จำนวน 1.46 ล้านคน ดังภาพที่ 2 (กรมการท่องเที่ยว, 2560)



ภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ปี ค.ศ.2012-2016



ภาพที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ปี ค.ศ.2012- 2016

จะเห็นได้ว่าในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง (ค.ศ.2012-2016) พบว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## วิธีการดำเนินการ

### การทบทวนวรรณกรรม

การวิเคราะห์อนุกรมเวลาแบบคลาสสิกเป็นที่นิยมกันมากในวงการธุรกิจ เนื่องจากการวิเคราะห์ที่ได้ทำการแยกอนุกรมเวลาออกเป็นส่วนประกอบต่างๆ ซึ่งทำให้นักธุรกิจสามารถอธิบายและให้คำตอบจนเป็นที่พอใจกับตนเองเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอนุกรมเวลาบางส่วนได้ (วิชิต หล่อจรัสชุนท์กุล และจิราวัลย์ จิตรถเวช, 2547)

การวิเคราะห์อนุกรมเวลามีรูปแบบ ดังนี้ (กัลยาณี คุณมี, 2538)

รูปแบบผลคูณ :  $Y = T \times S \times C \times I$

รูปแบบผลบวก :  $Y = T + S + C + I$

รูปแบบผสม :  $Y = T + (S \times C \times I)$

โดย

Y	คือ	ข้อมูลอนุกรมเวลา
T	คือ	องค์ประกอบที่เป็นค่าแนวโน้ม (Trend)
S	คือ	องค์ประกอบที่แสดงค่าการแปรผันฤดูกาล (Seasonal variation)
C	คือ	องค์ประกอบที่แสดงค่าการแปรผันตามวัฏจักร (Cyclical variation)
I	คือ	องค์ประกอบที่แสดงค่าการแปรผันผิดปกติ (Irregular variation)

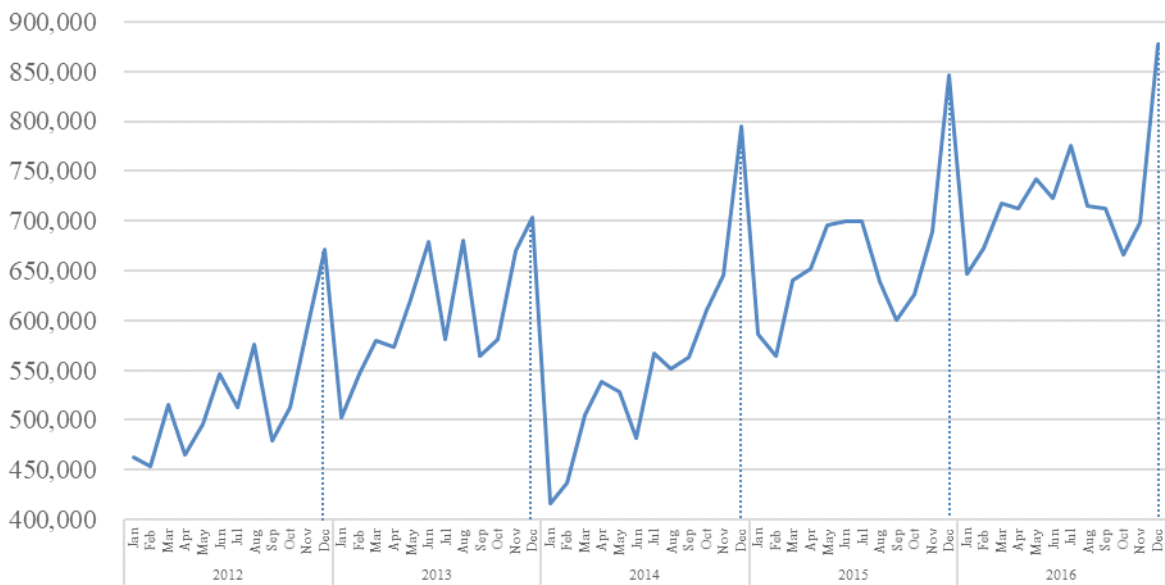
### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ และ นลินี พานสายตา (2559) ศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางเข้าประเทศไทย ณ สนามบินสุวรรณภูมิ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงและเป็นไปตามฤดูกาล ตัวแบบที่ใช้ คือ SARIMA มีความคลาดเคลื่อนสมบูรณเฉลี่ยร้อยละ 14.31 และมีความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ล่วงหน้า 1 เดือน ร้อยละ 24.97

ลักขณา เศาธะชนันท์, สุณี ทวีสกุลวัชร, ยุพิน กาญจนะศักดิ์ดา และ บุญหญิง สมร่าง (2557) ศึกษาการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยวิธีบ็อกซ์-เจนกินส์และวิธีการของวินเตอร์ พบว่าวิธีการของวินเตอร์ให้ค่าความคลาดเคลื่อนสมบูรณเฉลี่ยน้อยกว่าวิธีบ็อกซ์-เจนกินส์ แต่เมื่อตรวจสอบส่วนตกค้างพบว่าตัวแบบจากวิธีการของวินเตอร์ไม่เหมาะสม

## ขอบเขตของการศึกษา

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2555 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2559 รวมทั้งสิ้น 60 เดือน (ที่มา : กรมการท่องเที่ยว สืบค้นจาก <http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25516> เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560) และข้อมูลสำหรับการประเมินตัวแบบ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2560 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2560 รวมทั้งสิ้น 6 เดือน (ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สืบค้นจาก [http://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=411](http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411) เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560)



ภาพที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ปี ค.ศ.2012-2016 (รายเดือน)

## การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลสถิติในทางธุรกิจส่วนใหญ่จะมีรูปแบบของอนุกรมเวลาอยู่ในรูปแบบผลคูณ (กัลยาณี คุณมี, 2538) ในการศึกษาครั้งนี้จึงเลือกเทคนิคการวิเคราะห์อนุกรมเวลาด้วยวิธีการแยกองค์ประกอบ ในรูปแบบผลคูณ ดังนี้

$$Y = T \times S \times C \times I$$

โดยจะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบที่เป็นค่าแนวโน้มและองค์ประกอบที่เป็นค่าการแปรผันตามฤดูกาลเท่านั้นเนื่องจากการแปรผันตามวัฏจักรไม่มีรูปแบบที่แน่นอนและการแปรผันผิดปกติก็ไม่สามารถพยากรณ์ได้ (กำหนดให้  $C \times I = 1$ ) ดังนั้น การพยากรณ์จึงมีเฉพาะองค์ประกอบที่เป็นค่าแนวโน้มและองค์ประกอบที่แสดงค่าการแปรผันตามฤดูกาล ดังนี้

$$\hat{Y} = \hat{T} \times \hat{S}$$

โดย

$$\hat{T} = a + bX$$

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

### การวัดความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

ค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์ (Mean Absolute Percentage Error ; MAPE) สามารถคำนวณได้จากสูตร

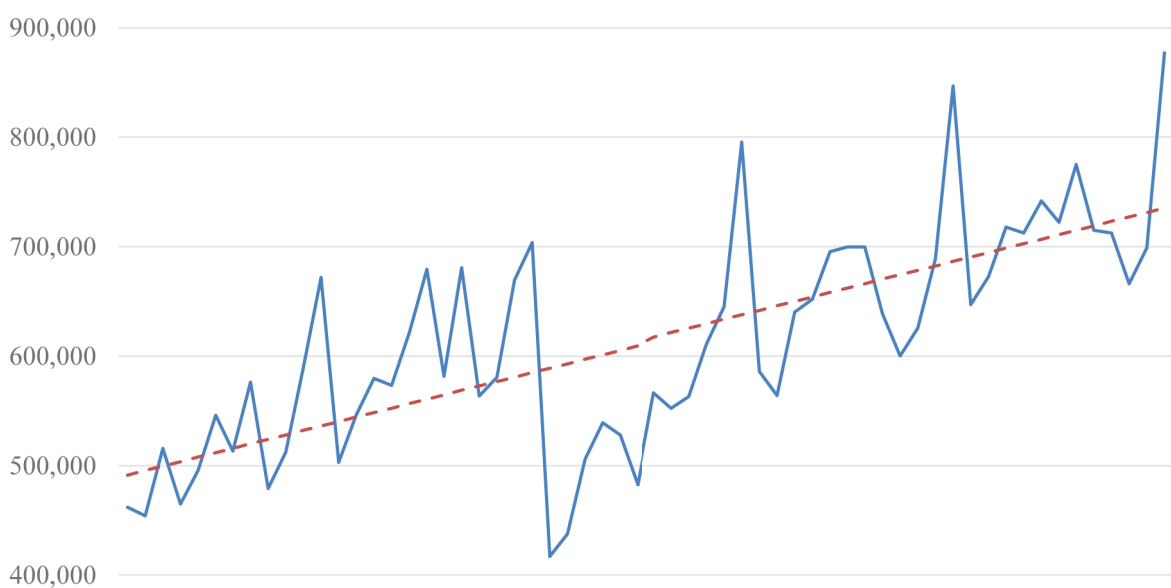
$$MAPE = \left( \frac{100}{n} \right) \sum_{t=1}^n \left| \frac{Y_t - \hat{Y}_t}{Y_t} \right|$$

ค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์ (MAPE) ยิ่งน้อย หมายถึง การพยากรณ์ยิ่งแม่นยำ

### ผลการศึกษา

#### แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Least squares method) พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีสมการที่ใช้ในการประมาณแนวโน้ม คือ  $\hat{T} = 613,333.58 + 4,063.49X_t$  (ดังภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## การแปรผันตามฤดูกาลของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาดัชนีฤดูกาลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า เดือนธันวาคมมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุด (มากกว่าปกติ ร้อยละ 23.38) รองลงมาคือ พฤศจิกายน และสิงหาคม (มากกว่าปกติ ร้อยละ 7.22 และร้อยละ 3.63 ตามลำดับ) ส่วนเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยน้อยที่สุดคือ เดือนมกราคม เดือนกุมภาพันธ์ และเดือนกันยายน (น้อยกว่าปกติ ร้อยละ 13.09 ร้อยละ 10.84 และร้อยละ 7.52 ตามลำดับ) รายละเอียดดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ดัชนีฤดูกาลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เดือน	2012	2013	2014	2015	2016	ดัชนีฤดูกาล	ดัชนีฤดูกาลที่ปรับค่าแล้ว
January		87.73	74.87	92.1	92.94	86.91	86.91
February		94.1	79.4	87.36	95.77	89.16	89.16
March		98.5	92.72	98.35	101.06	97.66	97.65
April		96.42	98.65	99.83	99.47	98.59	98.58
May		103.38	96.51	106.09	103.23	102.3	102.29
June		112.2	87.75	106.18	100.27	101.6	101.59
July	97.7	96.4	101.05	105.4		100.14	100.13
August	108.6	114.39	96.37	95.2		103.64	103.63
September	89.14	95.95	96.44	88.38		92.48	92.48
October	94.12	99.58	102.85	91.39		96.98	96.98
November	106.5	115.89	106.52	100.03		107.23	107.22
December	118.92	124.37	127.91	122.37		123.39	123.38
รวม						1200.08	1200.00

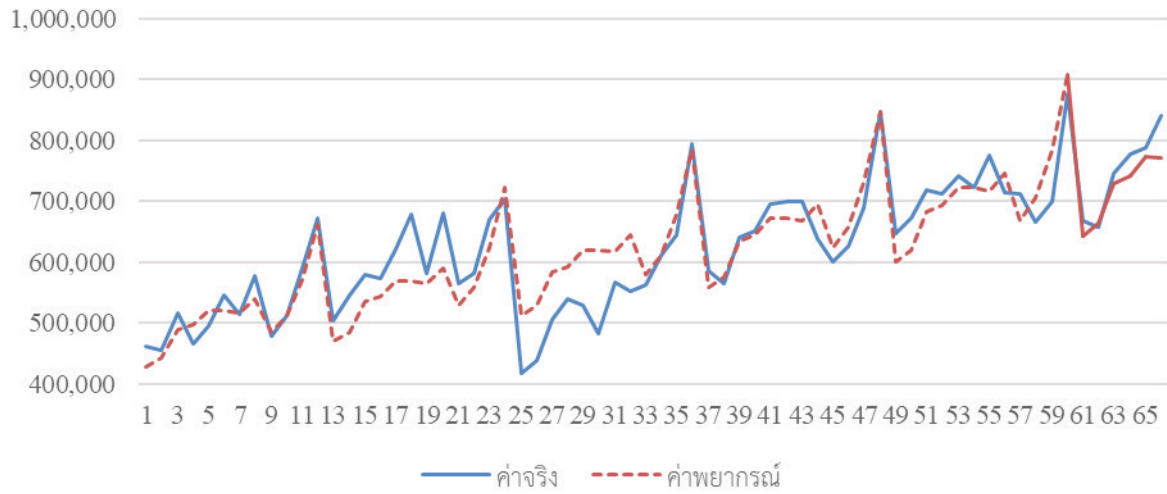
## การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว

ตัวแบบที่ใช้สำหรับการพยากรณ์ คือ  $\hat{Y} = \hat{T} \times \hat{S}$  สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = (613,333.58 + 4,063.49X_t) \times \hat{S}$$

โดยดัชนีฤดูกาลจำนวนนักท่องเที่ยว ( $\hat{S}$ ) มีดังนี้

Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
86.91	89.16	97.65	98.58	102.29	101.59	100.13	103.63	92.48	96.98	107.22	123.38



ภาพที่ 5 การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่เดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนล่วงหน้า 6 เดือน

เมื่อทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวล่วงหน้า 6 เดือน พบว่า ความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์โดยเฉลี่ยมีเพียงร้อยละ 3.62 (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 การประเมินตัวแบบจากการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวล่วงหน้า 6 เดือน

ปี	เดือน	ข้อมูลจริง	ค่าพยากรณ์	เปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์
2017	January	667,803	642,453	3.80%
2017	February	656,772	662,710	0.90%
2017	March	746,199	729,864	2.19%
2017	April	777,779	740,821	4.75%
2017	May	787,269	772,858	1.83%
2017	June	840,904	771,697	8.23%
เฉลี่ยรวม				3.62%

## สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิจัยสามารถสรุปประเด็นค้นพบที่สำคัญเกี่ยวกับการเดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
2. นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นไปตามฤดูกาล
3. การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสามารถใช้ตัวแบบ  $\hat{Y} = \hat{T} \times \hat{S}$  ซึ่งเป็นตัวแบบที่เหมาะสมสำหรับข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีทั้งแนวโน้มและฤดูกาล
4. นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุดในเดือนธันวาคม (มากกว่าปกติ ร้อยละ 23.38)
5. นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเดินทางเข้าประเทศไทยน้อยที่สุดในเดือนมกราคม (น้อยกว่าปกติ ร้อยละ 13.09)

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. การศึกษาครั้งนี้นำมาศึกษาแนวโน้มและการแปรผันตามฤดูกาลของนักท่องเที่ยวจึงเลือกเทคนิคการวิเคราะห์การพยากรณ์โดยวิธีการแยกองค์ประกอบของอนุกรมเวลา ทำให้ทราบการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอนุกรมเวลาบางส่วนได้ ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการตัดสินใจและการวางแผนนโยบายในอนาคตต่อไปได้
2. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเดินทางเข้าประเทศไทยหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและเป็นไปตามฤดูกาล ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิเคราะห์แนวโน้มดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนต่อไป
3. เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุดในเดือนธันวาคม โดยมีอัตราการเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่าปกติสูงถึง ร้อยละ 23.38 ดังนั้น ในช่วงเดือนธันวาคม ผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรและภาษา การเตรียมโปรแกรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาองค์ประกอบที่แสดงค่าการแปรผันตามวัฏจักร ซึ่งการศึกษาองค์ประกอบที่แสดงค่าการแปรผันตามวัฏจักรนั้น จะต้องมียข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จึงจะพบการแปรผันตามวัฏจักรได้
2. สำหรับการศึกษารายการที่แสดงค่าการแปรผันผิดปกติ เช่น ภาวะน้ำท่วม ความไม่สงบทางการเมือง ผู้ศึกษาจะต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเป็นอย่างมาก

## เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. **สถิตินักท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25516>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **สถิตินักท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก [http://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=411](http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **การศึกษาแนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ.2563**. กรุงเทพฯ.

กัลยาณี คุณมี. (2538). **สถิติสำหรับเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ และ นลินี พานสายตา. (2559). **การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยตัวแบบ SARIMA**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 10(1).

ลักขณา เศรษฐะนันท์, สุณี ทวีสกุลวัชร, ยุพิน กาญจนะศักดิ์ดา และบุญหญิง สมร่วง. (2557). **การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยวิธีบอกซ์-เจนกินส์และวิธีการของวินเตอร์**. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 22(1).

วิชิต หล่อจีระชุนท์กุล และ จิราวัลย์ จิตรถเวช. (2547). **เทคนิคการพยากรณ์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.



# ศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต

## The Human Resource Competency on Service Quality of four-Five Star Hotels in Phuket.

ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ\*  
พรรัชชล สุขานา\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต และความสัมพันธ์และผลกระทบของศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาจาก 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการ 120 คน พนักงาน 149 คน และลูกค้า 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบพหุคูณและความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าผู้จัดการให้ความสำคัญต่อศักยภาพบุคลากรทุกด้านอยู่ในระดับความสำคัญมากโดยด้านคุณลักษณะมีความสำคัญมากที่สุด และพนักงานให้ความสำคัญต่อศักยภาพบุคลากรในทุกด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยด้านพฤติกรรมมีความสำคัญมากที่สุด และลูกค้าให้ความสำคัญต่อศักยภาพบุคลากรทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านพฤติกรรมมากที่สุด เช่นเดียวกับพนักงานในส่วนของปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ผู้จัดการมีความเห็นว่าทุกด้านมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และพนักงานเห็นว่าทุกด้านมีคุณภาพมากถึงมากที่สุด เช่นเดียวกับผู้จัดการส่วนลูกค้าเห็นว่าทุกด้านมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการสร้างความมั่นใจมีคุณภาพมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่เกี่ยวข้องยืนยันว่า การวิเคราะห์ในทูลโมเดลของผู้จัดการ พนักงาน และลูกค้า ศักยภาพบุคลากรมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยผู้จัดการเห็นว่าปัจจัยคุณลักษณะมีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนพนักงานและลูกค้ามีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมมากที่สุด ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ศักยภาพบุคลากร, การบริการ, โรงแรม

\*อาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (Professor Hospitality Business Management Faculty of Management Sciences Phuket Rajabhat University)

\*\* อาจารย์สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (Professor Tourism Hospitality Management Faculty of Management Sciences Phuket Rajabhat University)

## Abstract

This study aims to explore the human resource competency and Service Quality of four-Five Star Hotels in Phuket and the correlation and effect of the human resource competency on service quality in the hotels. This quantitative study was conducted with 3 sample groups, including 120 managers, 149 hotel employees, and 400 customers. The survey questionnaire was used as a research tool, and the statistical approaches used for the data analysis were percentage, mean, standard deviation, multi-regression and correlation analysis.

The findings indicate that most managers highly rated all the human resource competency attributes; the employees' characteristic was rated with the highest score within the manager group. Most employees also highly rated all the human resource competency attributes, and the employees' behavior was scored highest. Concerning customers, all the human resource competency attributes were rated highly, and most customers perceived the employees' behavior as the highest importance attribute. In terms of service quality, both managers and employees very highly rated all the human resource competency attributes, and customers highly perceived all the human resource competency attributes. Mutually, most managers, employees, and customers strongly agreed to score the assurance attribute with the highest quality of service.

The multiple regression analyses of the 3 models of managers, employees, and customers confirm that the human resource competency has a positive effect on the hotels' service quality; thereby, the manager model indicates the employees' characteristic has a greatest influence in service

**Keywords:** Staffing potential, Service, Hotel

## บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก จะเห็นจากรายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2555 มีรายได้ทั้งหมด 0.984 ล้านล้านบาท และต่อมาในปี พ.ศ.2556 มีรายได้สูงถึง 1.167 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.65% ซึ่งภายใน 1 ปี สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับประเทศเป็นอย่างมาก (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. 2558) และธุรกิจที่เติบโตไปพร้อมกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือธุรกิจโรงแรม ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจโรงแรมกำลังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับต่อจำนวนนักท่องเที่ยว (สุพัตรา สร้อยเพชร. 2553) จะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ. 2555 ที่มีจำนวน 2,143,550 คน และต่อมาในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 2,399,240 คน คิดเป็นร้อยละ 11.93% (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. 2558) และมีการคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในปีถัดไป ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีการขยายตัว พัฒนา และปรับปรุงคุณภาพบุคลากรและคุณภาพการให้บริการอยู่เสมอ (ชัยวัช โสวเจริญสุข. 2558)

สำหรับในประเทศไทยมีการแบ่งระดับชั้นของการให้บริการไว้ในโรงแรม เพื่อเป็นตัวกำหนดระดับคุณภาพมาตรฐานของสถานที่และคุณภาพของการให้บริการ โดยได้มีการแบ่งระดับโรงแรมเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว 4 ดาว 3 ดาว 2 ดาว และ 1 ดาวตามลำดับ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าที่จะเลือกรับบริการ การให้บริการของโรงแรมในระดับต่างๆ นั้นก็เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายประเภท (ธีราพรรณ อัมโษษฐ์. 2556) ซึ่งในประเทศไทยประกอบไปด้วยทั้งหมด 6 ภาค และ 1 ในนั้นคือภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตถือเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเมื่อปี พ.ศ.2554 คือ 3.4 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555 : 4) อันมีผลทำให้ธุรกิจโรงแรมและที่พักเจริญเติบโตเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านั้น จำนวนโรงแรมที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลต่อปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัจจุบันหลายๆ โรงแรมต่างนำกลยุทธ์ด้านสวัสดิการมาใช้แข่งขัน ในการสรรหาแรงงาน รวมไปถึงเป็นการรักษาพนักงานที่มีอยู่ให้มีความจงรักภักดี ผูกพันกับโรงแรมให้มากขึ้น มีการเจริญเติบโตที่สูงขึ้น รวมถึงจำนวน ที่พัก โรงแรมที่เพิ่มปริมาณมากขึ้น อีกทั้งการให้ความสำคัญต่อพนักงานจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรม ซึ่งพนักงานเป็นบุคคลที่ต้องพบเจอ และปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง พนักงานเป็นบุคคลที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจตั้งแต่ครั้งแรก และสิ่งนี้เป็นเหตุผลที่โรงแรมควรให้ความสำคัญ

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตการแข่งขันสูง สาเหตุเนื่องมาจากการขยายตัวของเมืองที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โรงแรมจึงจำเป็นต้องมีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการให้บริการ ซึ่งพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมเกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. 2554) ดังนั้นธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตจึงจำเป็นต้องตระหนักและให้ความสำคัญต่อพนักงาน การพัฒนา และการฝึกอบรมพนักงานให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณลักษณะ เจตคติที่ดีต่อการให้บริการ และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ย่อมจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (ศิริภัสสรณ์ วงศ์ทองดี. 2556) พนักงานที่ผ่านการพัฒนาและฝึกอบรมจะเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ที่ตนเองต้องรับผิดชอบ ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีเต็มความสามารถ เมื่ออยู่ในสถานการณ์จริง สามารถตอบสนองความต้องการ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ (Hayes and Miller. 2011) ทำให้การบริการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (สมชาติ กิจยรรยง. 2556) การให้การบริการที่ดีมีคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความประทับใจ (Vallen. 2005) เป็นหน้าที่ของพนักงานโรงแรมทุกคนที่จะต้องร่วมมือกัน พนักงานทุกคนควรใส่ใจในการให้บริการในทุกๆ ด้าน ด้วยความเต็มใจ และเต็มความสามารถ พร้อมใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส (พิชญพร รุโจปการ. 2558) ซึ่งในการให้บริการนั้น ลูกค้าจะต้องสามารถสัมผัสได้ถึงการดูแลเอาใจใส่รู้สึกมั่นใจ และไว้วางใจ ขณะได้รับบริการ (Powers and Barrow. 2006) รวมถึงบุคลากรจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการด้านต่างๆ ได้ คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า (Morrison. 2002) การบริการจึงต้องมุ่งเน้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และพึงพอใจอย่างสูงสุดอันจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรม (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. 2556) โดยเชื่อว่าศักยภาพของบุคลากร (Competency of Human Resource) จะมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรม ซึ่งคุณภาพการบริการ (Service Quality) คือผลจากการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมที่สามารถให้บริการได้ตามความคาดหวังหรือตรงกับความต้องการของลูกค้า (Parry. 1997 ; Parasuraman and others. 1988 ; Tsaur and Lin. 2004)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการทดสอบว่าการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ตหรือไม่อย่างไร ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการ/หัวหน้างานพนักงานปฏิบัติการ และลูกค้าโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน และเป็นข้อมูลของผู้ที่สนใจที่จะประกอบธุรกิจด้านโรงแรมต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพบุคลากรและคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นปัจจัยศักยภาพบุคลากรและคุณภาพการให้บริการของผู้จัดการ พนักงาน และลูกค้า
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต

## การทบทวนวรรณกรรม

### ศักยภาพและตำแหน่งจุดยืนทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประกอบด้วย 5 จังหวัด ตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ด้านมหาสมุทรอินเดีย คือ ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง มีศักยภาพโดดเด่นในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลระดับนานาชาติ มีจุดขายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ คือ หาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น ดำน้ำ ปีนผา อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีมนต์เสน่ห์ของความเป็น “Andaman Paradise หรือ มรกตเมืองใต้” โดยจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางที่เปรียบเสมือน “ไข่มุกอันดามัน” และมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ เช่น เกาะพีพี หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ เป็นต้น อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งนิเวศน์ป่าชายเลนและนิเวศน์ธรรมชาติ ป่าเขาในจังหวัดพังงา-กระบี่-ตรัง และแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดระนองที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา มีบริการพื้นฐานสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลชั้นนำของโลก (World Class) ที่สำคัญ คือ สนามบินนานาชาติ 2 แห่ง ที่กระบี่และภูเก็ต และสนามบินในประเทศอีกแห่ง คือ สนามบินระนอง มีท่าเทียบเรือระหว่างประเทศและท่าจอดเรือยอร์ชที่มีความสะดวกและทันสมัยที่ภูเก็ต มีสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นการเฉพาะ

ทั้งนี้ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันนอกจากจะมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมกับการทำการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยางพาราและปาล์มน้ำมันที่เป็นพืชเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัด

การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน พ.ศ.2557-2560 นั้นได้ยึดแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุล มีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมและมีภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายนอกและภายในประเทศ ควบคู่กับแนวคิดการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึดคนและผลประโยชน์ของประชาชนเป็นตัวตั้ง เป็นการพัฒนามิติเศรษฐกิจ และสังคมที่เชื่อมโยงทุกมิติของการพัฒนา ให้เข้ากับมิติทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่อย่างบูรณาการ ภายใต้กระบวนการพัฒนาของทุกฝ่ายที่เชื่อมโยงสนับสนุนกัน

“การส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล” กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในประเด็นยุทธศาสตร์และจังหวัดได้วางแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเกี่ยวกับการรักษาแหล่งท่องเที่ยว ทะเลชายฝั่ง เกาะแก่ง ตลอดจนบริการและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ โดยเน้นการยกระดับมาตรฐานของ Product ทางการท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรให้มีความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้เชื่อมโยงกับภาคบริการ พร้อมทั้ง การสนับสนุนการสร้างกิจกรรมใหม่ โดยบูรณาการความ

ร่วมมือระหว่างหน่วยงานไปสู่การยกระดับขีดความสามารถด้วยการกำหนดมาตรฐาน การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ทะเลระดับโลกได้อย่างเข้มแข็ง มีความยั่งยืนและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้ โดยเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและการมีส่วนร่วมของประชาชนระดับรากหญ้าให้มากขึ้น

เศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตนั้นขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากเรามีจุดแข็ง (Strength) ในด้านการท่องเที่ยวอยู่หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก ทรัพยากรมนุษย์ที่มีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนา มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและหลากหลาย มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และบริการสิ่งอำนวยความสะดวก มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด แต่ช่วงเวลาที่ผ่านมานี้ จังหวัดภูเก็ตได้รับการจัดสรรงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อการพัฒนาและใช้ศักยภาพดังกล่าวว่าจะนำมาซึ่งรายได้ทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นน้อยมาก นโยบายด้านเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต ภายใต้การบริหารของกรมจึงจะเน้นการดำเนินการใน 2 ส่วน คือ การสนับสนุน ผลักดันการแปลงแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของรัฐบาลให้เป็นจริงในทางปฏิบัติ และใช้ศักยภาพขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เพื่อส่งเสริมพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเล ระดับ Premium World Class อันจะนำมาซึ่งรายได้ของประชาชนและจังหวัดโดยรวม โดยมีประเด็นหลักอันได้แก่

การสนับสนุนผลักดันแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตและรัฐบาล ที่จะสร้างความแตกต่าง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยว (Increase Value From Tourism) เช่น การก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ (MICE) การส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์บริการสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (International Medical Service, Health Service and Spa Health Tourism) การพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นสวรรค์ของการช้อปปิ้งนานาชาติ (Shopping Paradise, OTOP Bazaar) การใช้จุดเด่นเรื่องอาหารในการพัฒนาการท่องเที่ยว การรักษาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทางสังคม และทางทัศนียภาพของภูเก็ต มีการพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม และปรับโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานสากล รวมไปถึงการสนับสนุนการยกระดับมาตรฐานด้านบริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล การส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสนับสนุนให้มีการผลิตบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในภูเก็ตทุกประเภท ทุกระดับอย่างต่อเนื่องโดยความร่วมมือระหว่างสถาบันศึกษากับผู้ประกอบการ การขยายตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก เช่น สร้างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง การสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตเมือง เพื่อฟื้นฟูธุรกิจและเศรษฐกิจในเขตเมืองและการเพิ่มคุณค่าย่านสำคัญทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต และสนับสนุนการอนุรักษ์อาคารเก่าที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพบุคลากร

จากนโยบายการส่งเสริมบทบาทและโอกาสของประชาคมอาเซียน โดยรัฐบาลได้กล่าวว่าการพัฒนาแรงงานของภาคอุตสาหกรรมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ควรใช้ระบบคุณวุฒิวิชาชีพให้เกิดผลในทางปฏิบัติ จากฝีมือแรงงานและมาตรฐานวิชาชีพจาก 8 กลุ่ม ได้แก่ อาชีพแพทย์ อาชีพพยาบาล อาชีพทันตแพทย์ อาชีพวิศวกร อาชีพสถาปนิก อาชีพนักบัญชี อาชีพนักสำรวจ และอาชีพการบริการหรือการท่องเที่ยว ได้มีการตกลงการเปิดเสรีในอาเซียนควบคู่ไปกับการวางแผน ด้านการผลิตบุคลากรให้เพียงพอ และการยกระดับฝีมือแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น การส่งเสริมการพัฒนาระบบการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน เพื่อใช้ในการประเมินค่าจ้างแรงงาน สำหรับอาชีพด้านการบริการ/การท่องเที่ยว นั้น ตามข้อตกลงเรื่องคุณสมบัติของนักวิชาชีพอาเซียน (Mutual Recognition Arrangements: MRAs) วิชาชีพการท่องเที่ยวที่สามารถย้ายไปทำงานได้อย่างเสรีในประเทศต่างๆ ในอาเซียนนั้น ยังไม่ได้มีการระบุคุณสมบัติไว้แน่ชัดแต่สามารถแบ่งออกเป็น 2 สาขาใหญ่ ๆ ได้แก่

## 1. สาขาโรงแรมและที่พัก แบ่งเป็น

1.1 แผนกบริการส่วนหน้า ครอบคลุมตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า หัวหน้างานแผนกต้อนรับ พนักงานต้อนรับ พนักงานรับโทรศัพท์ และพนักงานขนสัมภาระ

1.2 แผนกแม่บ้าน ครอบคลุมตำแหน่ง หัวหน้าแผนกแม่บ้าน ผู้จัดการห้องซักรีดหัวหน้าประจำชั้น พนักงานดูแลห้องซักรีด พนักงานดูแลห้องพัก และพนักงานทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะ

1.3 แผนกผลิตอาหาร ครอบคลุมตำแหน่ง หัวหน้าพ่อครัว รองหัวหน้าพ่อครัว ผู้ช่วยพ่อครัว พ่อครัวพิเศษที่ทำอาหารต่างประเทศ พนักงานทำขนมปัง และพนักงานทำอาหารเกี่ยวกับเนื้อ

1.4 แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ครอบคลุมตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ พนักงานผสมเครื่องดื่ม และพนักงานเสิร์ฟ

## 2. สาขาบริการการเดินทาง แบ่งเป็น

2.1 บริษัทนำเที่ยว ครอบคลุมตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยว และที่ปรึกษาด้านการเดินทาง

2.2 การท่องเที่ยว ครอบคลุมตำแหน่ง Product Manager ผู้จัดการการขายและการตลาด ผู้จัดการเกี่ยวกับบัญชี ผู้จัดการเกี่ยวกับตัว และผู้จัดการการท่องเที่ยว (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. 2557)

รัฐบาลได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จากนโยบายได้มีการให้เตรียมความพร้อมในทุกๆ ภาคส่วน มติคณะรัฐมนตรี มอบให้สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงแรงงานรับผิดชอบการพัฒนาทรัพยากร

### 1. ความหมายของศักยภาพ

ศักยภาพ หรือคำในภาษาอังกฤษตรงกับคำว่า Competency มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายที่แตกต่างกัน บางท่านให้ความหมายของ Competency ว่า หมายถึง สมรรถนะหรือขีดความสามารถ แต่ในที่นี้จะขอให้ความหมายของ Competency โดยใช้คำว่า ศักยภาพซึ่งมีความหมายดังนี้ คือ

McClelland (1997) ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า ศักยภาพ หมายถึง บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายใต้ปัจเจกบุคคลซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้น พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2538: 780) ซึ่งสามารถสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีได้หรือเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด (ราชบัณฑิตยสถาน. 2542) โดยสอดคล้องกับ Dubois และ Rothwell (2004) ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า ศักยภาพ หมายถึง คุณลักษณะที่ทุกคนมีและใช้ได้อย่างเหมาะสม เพื่อผลักดันให้ผลการปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ แรงจูงใจทางสังคมลักษณะนิสัยส่วนบุคคล ตลอดจนรูปแบบความคิดและวิธีการคิด เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบ (เกื้อจิตร ชีระกาญจน์. 2555) นอกจากนี้ Parry (1997) และ Tsaur และ Lin (2004) ได้กล่าวว่า ศักยภาพ หมายถึง กลุ่มของความรู้ ทักษะ ลักษณะ และรวมถึงพฤติกรรม โดยลักษณะเป็นการรวมทัศนคติบุคลิกลักษณะประจำตัว และแรงจูงใจ เข้าด้วยกัน ซึ่งมีผลกระทบต่องานในตำแหน่งงานนั้นๆ สามารถเสริมสร้างขึ้นได้โดยผ่านการฝึกอบรมและพัฒนา ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถวัดผลได้ คือ

(1) ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ที่พนักงานมีเกี่ยวกับสายงานนั้นๆ ซึ่งสามารถนำความรู้ ความสามารถนั้นมาใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ได้ เพื่อให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์

(2) ทักษะ (Skill) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงาน โดยผ่านการเรียนรู้และปฏิบัติเป็นประจำสม่ำเสมอจนเกิดความเชี่ยวชาญชำนาญในงานนั้นๆ

(3) คุณลักษณะ (Attributes) หมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคล อันได้แก่ลักษณะนิสัย เจตคติ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด Tsaur และ Lin (2004) กล่าวเพิ่มเติมว่าพฤติกรรมเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยกล่าวว่า

(4) พฤติกรรม (Behavior) กิริยาอาการที่แสดงออกอันเป็นที่เห็นได้ชัดเจนเมื่อได้รับสิ่งเร้าจากทั้งภายนอกและภายในจากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง ความรู้ ความสามารถ หรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งสามารถทำให้ปรากฏขึ้นได้หากได้รับการพัฒนา หรือการกระตุ้น

## 2. ปัจจัยที่ทำให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร

เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง (2550) ได้กล่าวว่า ในการบริหารโรงแรม บุคลากรนับเป็นทรัพยากรสำคัญที่จำเป็นและต้องใช้เวลาจำนวนมากในหลากหลายหน้าที่ เพราะบุคลากรจะเป็นผู้สร้างสรรค์งานบริการ และเป็นผู้ให้บริการด้านต่างๆ ที่เน้นคุณภาพการบริการ มาตรฐานความปลอดภัยและคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งการที่จะได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพ การพัฒนา และการรักษาบุคลากรให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการออกจากโรงแรมไปได้ด้วยดีนั้นล้วนต้องอาศัยการจัดการบุคลากรที่ดี ดังนั้นการจัดการบุคลากรมีความสำคัญกับการบริหารองค์กรดังต่อไปนี้

(1) ทำให้มีบุคลากรที่เพียงพอและต่อเนื่อง เนื่องจากการจัดการบุคลากรที่ดีจะต้องมีการวางแผน โดยมีการคาดการณ์ความต้องการของบุคลากรในอนาคต รวมทั้งแผนงานของโรงแรมตลอดจนกิจกรรมของโรงแรม ที่คาดว่าจะมีในอนาคต เพื่อที่จะคาดการณ์ได้ว่าโรงแรมมีความต้องการบุคลากรประเภทใด จำนวนเท่าใด ทำให้สามารถวางแผนรับคนเข้าทำงานได้ การฝึกอบรมและพัฒนาและการหาทรัพยากรอื่นมาทดแทนถ้าจำเป็น ซึ่งจะส่งผลให้โรงแรมมีบุคลากรทำงานเพียงพอตามความจำเป็น และมีบุคลากรที่ทำงานในหน้าที่ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

(2) ทำให้ได้บุคลากรที่ดี มีความรู้ และมีความสามารถเข้ามาทำงานในโรงแรมการจัดการบุคลากรที่ดีจะนำมาสู่กระบวนการสรรหา คัดเลือก และบรรจุแต่งตั้งเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโรงแรม

(3) ทำให้เกิดการพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรม และพัฒนา ถือเป็นบทบาทที่สำคัญของการจัดการบุคลากรซึ่งการฝึกอบรมและพัฒนาจะเกี่ยวข้องกับบุคลากรในโรงแรม ทั้งบุคลากรใหม่และบุคลากรที่มีอยู่เดิม เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับบุคลากรเหล่านั้นให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก

(4) ทำให้การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่บุคลากรเป็นไปด้วยความเหมาะสม การจัดการบุคลากรที่ดีจะทำให้เกิดการพิจารณาค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมกับการทำงานซึ่งถือเป็นแรงจูงใจในการเข้าทำงานและรักษาบุคลากรให้เกิดกำลังใจในการทำงานกับโรงแรม

(5) ทำให้เกิดการป้องกันและแก้ไขพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคลากร เพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติเดียวกัน ตามวัตถุประสงค์ที่โรงแรมได้กำหนดไว้

(6) ทำให้สามารถประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในโรงแรมได้อย่างเหมาะสมและเพื่อสนับสนุนบุคลากรให้ปฏิบัติงานไปในทิศทางได้ดี จึงมีการมอบรางวัล เลื่อนตำแหน่งแก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานดี และบทลงโทษต่อบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ไม่เหมาะสม ก่อให้เกิดความเสียหายแก่โรงแรม

(7) ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรด้วยกันเองและบุคลากรกับลูกค้า เนื่องจากการให้ความสำคัญกับการจัดการบุคลากรเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานด้วยกันจะส่งผลให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร มีความสำคัญต่อการบริหารงานเพราะโรงแรมจำเป็นต้องมีบุคลากรเป็นผู้ให้บริการ ซึ่งถือว่าบุคลากรเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากการบริหารจัดการบุคลากรจะช่วยให้สามารถทราบถึงการวางแผนด้านจำนวนคนว่าเพียงพอต่อการดำเนินงานหรือไม่ โรงแรมจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงานโดยผ่านการฝึกอบรม พัฒนาศักยภาพบุคลากรในด้าน

ต่างๆ พร้อมทั้งการประเมินผลที่เหมาะสมและรวมถึงการบริหารค่าตอบแทน สวัสดิการให้แก่บุคลากรอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งจะส่งผลให้สามารถการบริหารจัดการบุคลากรเป็นไปอย่างราบรื่นเหมาะสม เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโรงแรม

### 3. กระบวนการจัดการพัฒนาศักยภาพบุคลากร

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2554) กล่าวว่า กระบวนการจัดการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) การวางแผนบุคลากร (Human Resource Planning) การกำหนดและคาดการณ์ความต้องการของบุคลากร ประเภทของบุคลากร ตำแหน่ง จำนวน และกำหนดวิธีการที่จะได้มาของบุคลากร

(2) การสรรหา (Recruitment) เป็นขั้นตอนการแสวงหา ดึงดูดบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรรหาได้จากทั้งภายในและภายนอก

(3) การคัดเลือก (Selection) การคัดเลือกผู้สมัครจากผู้สมัครทั้งหมด เพื่อให้ได้บุคคลที่ดีที่สุด มีคุณสมบัติตามที่กำหนด การคัดเลือกอาจกระทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับความต้องการของโรงแรม เช่น การสอบข้อเขียน การสอบสัมภาษณ์ หรือการสอบปฏิบัติ

(4) การบรรจุ (Placement) เป็นขั้นตอนการรับผู้สมัครเข้ามาทำงาน หลังจากที่ได้ผ่านการขั้นตอนการทดสอบต่างๆ แล้ว

(5) การปฐมนิเทศ (Orientation) เป็นกิจกรรมที่โรงแรมจัดขึ้นเพื่อต้อนรับบุคลากรเป็นการแนะนำทำความรู้จักกับผู้บริหารและบุคลากรที่ปฏิบัติงานภายในโรงแรม การสร้างความคุ้นเคยตลอดจนแนะนำข้อปฏิบัติ กฎระเบียบ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่พนักงานใหม่จำเป็นต้องทราบ

(6) การฝึกอบรม (Training) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคลากรในโรงแรมเกิดความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ และทัศนคติที่ดีต่างๆ ในการปฏิบัติงาน โดยการเรียนรู้และฝึกอบรมก็เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่งนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(7) การพัฒนา (Development) การพัฒนาบุคลากรเป็นกิจกรรมที่ทำให้บุคลากรได้รับความรู้ เกิดประสบการณ์ และทักษะใหม่ๆ เพื่อให้สามารถเจริญเติบโต ก้าวหน้าในอนาคต

(8) การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) เป็นขั้นตอนในการประเมินความรู้ ความสามารถ การปฏิบัติงานของบุคลากรว่าอยู่ในระดับใด มีความจำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไขหรือจัดให้มีการอบรมเพิ่มเติมหรือไม่

(9) การบริหารค่าตอบแทน (Compensation Administration) เป็นขั้นตอนที่กำหนด และจ่ายค่าตอบแทนให้แก่บุคลากร ซึ่งจะเกี่ยวกับค่าตอบแทนทางตรง เช่น เงินเดือน ค่าตอบแทนพิเศษ เป็นต้น

(10) การบริหารประโยชน์และบริการ (Benefit Administration) เป็นการให้ผลตอบแทนที่นอกเหนือจากค่าตอบแทนทางตรง เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เช่น ค่ารักษาพยาบาล การประกันชีวิต การลาพักผ่อน เป็นต้น

(11) สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety) เป็นการจัดการเพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีความสุขทั้งทางกายและจิตใจที่ดี มีความปลอดภัย ปราศจากอันตรายทั้งทางตรงและทางอ้อม จากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทางเคมี ทางชีวภาพ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

(12) แรงงานสัมพันธ์ (Labor Relations) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงแรมกับพนักงาน โดยปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานว่าด้วยข้อตกลงเกี่ยวกับการจ้างงานจากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการจัดการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีความจำเป็นและมีความสำคัญในทุกๆ ขั้นตอน เพื่อให้ได้บุคลากรที่เป็นผู้มีความรู้



ความสามารถในการที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับโรงแรม ตลอดจนการจัดอบรม เพื่อเพิ่มความรู้ และทักษะให้กับบุคลากร หากขาดขั้นตอนใดไปอาจทำให้โรงแรมประสบปัญหาต่างๆ ดังนั้นเพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ของโรงแรม จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับขั้นตอนดังที่กล่าวมาข้างต้น

## แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

### 1. ความหมายของคุณภาพบริการ

Lehtinen. U และ Lehtinen J.R. (1991) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การมีบริการ ทางด้านกายภาพ การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการบริการขององค์กร หากมีครบดังที่กล่าวว่าจะรวมเรียกว่า คุณภาพ บริการ แต่ Kotler (2000) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การให้บริการเท่าเทียม หรือมากกว่าที่ผู้รับบริการ คาดหวังไว้ และถ้าเป็นการบริการที่เหนือความคาดหวังจะส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจมากขึ้นเท่านั้น โดยสอดคล้องกับ ชัชวาล ทัดศิวัช (2554) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง ความสามารถด้านการตอบสนองต่อ ความต้องการในด้านการให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและเป็นรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ โดยประสิทธิผลของ กระบวนการ เป็นไปตามมาตรฐานและมีความสม่ำเสมอในการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของ ลูกค้า

จากความหมายของการบริการข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การกระทำที่เกิดจาก การให้บริการซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังไว้ล่วงหน้า หากการบริการมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ ก็ จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในบริการ

มีการพัฒนาเครื่องมือเกิดขึ้นใหม่ โดยให้ชื่อว่า SERVQUAL ซึ่งประกอบไปด้วยมา 5 ปัจจัย Parasuraman และคณะ (1988) ดังนี้

- (1) สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ (Tangibles) การให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ในรูปแบบของ สิ่งที่สามารถมองเห็นได้ เช่น วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก และรวมถึงตัวพนักงานด้วย
- (2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การให้บริการที่ถูกต้องเที่ยงตรง ปฏิบัติตามข้อที่ได้ตกลงกันไว้
- (3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้บริการ และช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ อย่างทันท่วงที
- (4) การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ (Empathy) การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และใส่ใจรายละเอียด
- (5) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการแสดงออกถึงความรู้ ความสามารถเพื่อทำให้ลูกค้ารู้สึก ไว้วางใจ และเชื่อมั่นในการบริการ

จากปัจจัยทั้ง 5 ข้อนี้ เกิดจากการรวมความสามารถ ความมีมารยาทความน่าไว้วางใจ และความปลอดภัย มารวมไว้เป็นปัจจัยด้านการสร้างความมั่นใจ และรวมการเข้าถึงการบริการ การสื่อสาร และการเข้าใจลูกค้า มา รวมไว้เป็นปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ และปัจจัย 3 ด้านที่เหลือยังคงไว้เช่นเดิม ได้แก่ สิ่งที่สามารถ เชื่อถือ และการตอบสนองกับผู้รับบริการ การศึกษาปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ก็เพื่อได้ซึ่งผลลัพธ์และแนวทางการ แก้ไขเพื่อคุณภาพการให้บริการที่ดี

### 2. จุดมุ่งหมายของการประเมินคุณภาพการให้บริการ

จุดมุ่งหมายของการประเมินคุณภาพการบริการแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล. 2557

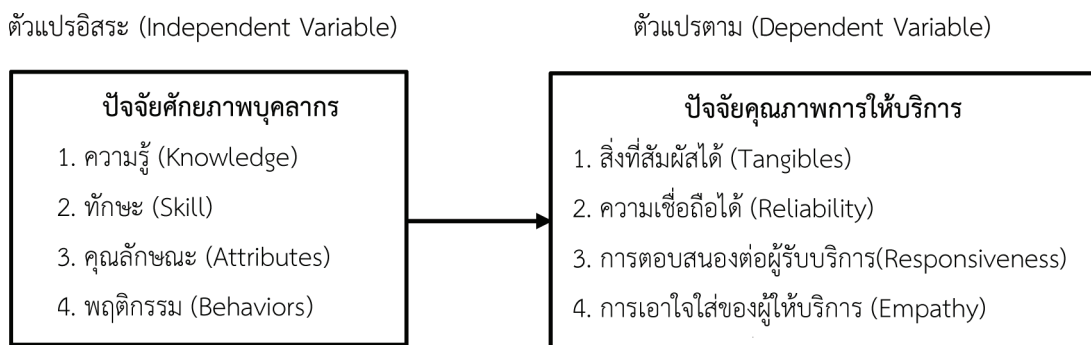
- (1) เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลอาจอยู่ในรูปของเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณ อาจเป็นการเก็บข้อมูลทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้ นั่นก็เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นทัศนคติ หรือการรับรู้ต่อความ พึงพอใจของลูกค้า

(2) เพื่อกำหนดคุณค่ากิจกรรมต่างๆ เพื่อคุณค่าอันจะนำไปสู่การปรับปรุงการพัฒนาการให้บริการ การวิเคราะห์ การประเมินคุณภาพเทคโนโลยีที่เหมาะสม สถานที่ บรรยากาศหรือแม้กระทั่งการฝึกอบรมพนักงาน

(3) เพื่อการตัดสินใจ เป็นการตัดสินใจในเชิงการบริหารการให้บริการ โดยการประเมินจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และปัญหาของการให้บริการ โดยอาศัยข้อมูลจากการศึกษาพร้อมกับกิจกรรมการให้บริการ ผลที่ได้รับจะใช้เป็นข้อมูลประกอบเพื่อการตัดสินใจปรับปรุง แก้ไข คุณภาพ การบริการให้ดียิ่งขึ้น

(4) เพื่อการตรวจสอบสมมติฐาน เป็นการอธิบายถึงการพยากรณ์ในเรื่องที่จะศึกษา

## กรอบแนวคิด



## วิธีดำเนินการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ศักยภาพบุคลากรมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต
2. ศักยภาพบุคลากรมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต

## ขอบเขตของการศึกษา

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย มี 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ระดับผู้จัดการ ได้แก่ ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หรือหัวหน้างาน กลุ่มที่ 2 ระดับปฏิบัติการ คือ พนักงานปฏิบัติการที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการใน 5 แผนกของโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต คือ แผนกบริการส่วนหน้า แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน แผนกทรัพยากรบุคคล และแผนกการขายและการตลาด โรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต มีจำนวนทั้งสิ้น 36 โรงแรม และมีพนักงานโดยรวมเป็นจำนวน 645 คน และกลุ่มที่ 3 คือ ลูกค้ายอดนิยมของโรงแรมซึ่งไม่มีการเปิดเผยหรือไม่มีการบันทึกจำนวนลูกค้าที่แน่นอนเนื่องจากเป็นข้อมูลลับในการแข่งขันทางการตลาด

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หรือหัวหน้างานที่อยู่ในระดับการจัดการ และกลุ่มพนักงานปฏิบัติการที่อยู่ในแผนกบริการส่วนหน้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน แผนกทรัพยากรบุคคล และแผนกการขายและการตลาดโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 10 โรงแรม

โรงแรมละ 24 คน โดยแยกเป็นกลุ่มผู้จัดการและกลุ่มพนักงานปฏิบัติการอย่างละ 12 คน รวมเป็นจำนวน 240 คน และกลุ่มลูกค้าโรงแรมจำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มด้วยการเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 43) โดยกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มแรก คือ ผู้จัดการและพนักงานปฏิบัติการ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ส่วนกลุ่มที่สามคือ ลูกค้าโรงแรม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

## วิธีดำเนินการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวความคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแยกแบบสอบถามสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 ชุด ได้แก่

#### 1. แบบสอบถามผู้จัดการ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อเดือนในปัจจุบัน สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม แผนงานที่ท่านปฏิบัติงาน และประสบการณ์การทำงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ ประเภทของธุรกิจโรงแรม ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม จำนวนทุนในการดำเนินงานเริ่มต้นจำนวนห้องพัก ระดับราคาห้องพักของโรงแรม และจำนวนพนักงาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยศักยภาพบุคลากรของธุรกิจโรงแรม ซึ่งประยุกต์แนวคิดหลักการและทฤษฎีมาจาก Parry (1997) Tsaur และ Lin (2004) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ จำนวนรวมทั้งสิ้น 24 ข้อ ได้แก่ ความรู้ 6 ข้อ ทักษะ 6 ข้อ คุณลักษณะ 6 ข้อ และพฤติกรรม 6 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ซึ่งประยุกต์แนวคิดหลักการและทฤษฎีมาจาก Parasuraman และคณะ (1988) Tsaur และ Lin (2004) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ จำนวนรวมทั้งสิ้น 25 ข้อ ได้แก่ สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ 5 ข้อ ความเชื่อถือได้ 5 ข้อ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 5 ข้อการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ 5 ข้อ และการสร้างความมั่นใจ 5 ข้อ

#### 2. แบบสอบถามพนักงาน แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อเดือนในปัจจุบัน สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม แผนงานที่ท่านปฏิบัติงาน และประสบการณ์การทำงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยศักยภาพบุคลากรของธุรกิจโรงแรม ซึ่งประยุกต์แนวคิดหลักการและทฤษฎีมาจาก Parry (1997) Tsaur และ Lin (2004) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ จำนวนรวมทั้งสิ้น 24 ข้อ ได้แก่ ความรู้ 6 ข้อ ทักษะ 6 ข้อ คุณลักษณะ 6 ข้อ และพฤติกรรม 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ซึ่งประยุกต์แนวคิดหลักการและทฤษฎีมาจาก Parasuraman และคณะ (1988) Tsaur และ Lin (2004) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ จำนวนรวมทั้งสิ้น 25 ข้อ ได้แก่ สิ่งที่สามารรถสัมผัสได้ 5 ข้อ ความเชื่อถือได้ 5 ข้อ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 5 ข้อ การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ 5 ข้อ และการสร้างความมั่นใจ 5 ข้อ

### 3. แบบสอบถามลูกค้า แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อเดือนในปัจจุบัน สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยศักยภาพบุคลากรของธุรกิจโรงแรม ซึ่งประยุกต์แนวคิดหลักการและทฤษฎีมาจาก Parry (1997) Tsaur และ Lin (2004) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ จำนวนรวมทั้งสิ้น 24 ข้อ ได้แก่ ความรู้ 6 ข้อ ทักษะ 6 ข้อ คุณลักษณะ 6 ข้อ และพฤติกรรม 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรม ซึ่งประยุกต์แนวคิดหลักการและทฤษฎีมาจาก Parasuraman และคณะ (1988) Tsaur และ Lin (2004) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ จำนวนรวมทั้งสิ้น 25 ข้อ ได้แก่ สิ่งที่สามารรถสัมผัสได้ 5 ข้อ ความเชื่อถือได้ 5 ข้อ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 5 ข้อ การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ 5 ข้อ และการสร้างความมั่นใจ 5 ข้อ

## ผลการศึกษา

### 1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้จัดการ พบว่า ผู้จัดการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 30 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้สุทธิต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ปฏิบัติหน้าที่แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ประสบการณ์การทำงาน 1 – 5 ปี

1.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาน้อยกว่าอนุปริญญา รายได้สุทธิต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ปฏิบัติหน้าที่แผนกบริการส่วนหน้า ประสบการณ์การทำงาน 1 – 5 ปี

1.3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้สุทธิต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท

### 2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรม

ประเภทของธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ดำเนินการโดยเอกเทศ ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี จำนวนทุนจดทะเบียนไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัด จำนวนห้องพัก 101 – 200 ห้อง ระดับราคาห้องพัก 500 – 1,000 บาท จำนวนพนักงาน 50 – 100 คน

### 3. ผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพบุคลากร

3.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพบุคลากรตามความคิดเห็นของผู้จัดการ พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านคุณลักษณะมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านพฤติกรรมด้านความรู้ และด้านทักษะ ตามลำดับ

3.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพบุคลากรตามความคิดเห็นของ พนักงาน พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรม รองลงมาเป็นความคิดเห็นในระดับมาก คือ ด้านคุณลักษณะ ด้านทักษะ และด้านความรู้ตามลำดับ

3.3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพบุคลากรตามความคิดเห็นของ ลูกค้า พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณลักษณะ ด้านทักษะ และด้านความรู้ ตามลำดับ

### 4. ผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

4.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของผู้จัดการ พบว่า คุณภาพการบริการของโรงแรมโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านการสร้างความมั่นใจ รองลงมาเป็นด้านความเชื่อถือได้และรายด้านที่มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ตามลำดับ

4.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของ พนักงาน พบว่า คุณภาพการบริการของโรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านการสร้างความมั่นใจ และรายด้านที่มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ตามลำดับ

4.3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า พบว่าคุณภาพการบริการของโรงแรมโดยรวมและรายด้านมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก โดยด้านการสร้างความมั่นใจมีคุณภาพการบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ตามลำดับ

### 5. ผลการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบของศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในจังหวัดภูเก็ต

5.1 การศึกษาผลกระทบของศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของผู้จัดการ พบว่าศักยภาพบุคลากรมีความสัมพันธ์และมีผลต่อคุณภาพการให้บริการโดยด้านคุณลักษณะจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทักษะ และด้านพฤติกรรม

5.2 การศึกษาผลกระทบของศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของพนักงาน พบว่าศักยภาพบุคลากรมีความสัมพันธ์และมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยด้านพฤติกรรมจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุดรองลงมา คือ ด้านความรู้ ส่วนด้านทักษะและด้านคุณลักษณะ

5.3 การศึกษาผลกระทบของศักยภาพบุคลากรที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า พบว่าศักยภาพบุคลากรมีความสัมพันธ์และมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยด้านพฤติกรรมจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุดรองลงมา คือ ด้านคุณลักษณะ ด้านทักษะ และด้านความรู้ตามลำดับ ดังนั้น จากผลการวิจัยข้างต้นช่วยบรรลุมุ่งหมายของการวิจัยตามที่ได้ตั้งไว้ในบทที่ 1 และยังสามารถ

สรุปสมมติฐานข้อ 1 และ 2 คือ ศักยภาพบุคลากรมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรม และ ศักยภาพบุคลากรมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรม

### ประโยชน์ของการวิจัยในด้านการบริหารจัดการ

จากผลการวิจัยและข้ออภิปรายเกี่ยวกับสมมติฐานของการวิจัยที่สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัยที่ได้อธิบายไว้ ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการได้ ซึ่งนักวิชาการสถาบันการศึกษา หน่วยงาน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโรงแรม และผู้ประกอบการโรงแรมสามารถที่จะนำผลการวิจัยไปปรับปรุง พัฒนา สร้างองค์ความรู้ใหม่หรือจะนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาและพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ได้ ดังนี้คือ

1. จากการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพบุคลากรและคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต มีประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา อาทิ สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของนิสิต นักศึกษา เพื่อให้นิสิตนักศึกษา เกิดความพร้อมในการออกฝึกงานหรือก้าวออกสู่ตลาดแรงงาน

2. ให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อาทิ การนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคลากรในการเข้าทำงาน ซึ่งบุคลากรควรมีคุณสมบัติ อันได้แก่ บุคลากรควรเป็นผู้ที่มีมิตรไมตรีที่ดีกับลูกค้า ใช้คำพูดที่สุภาพมีมนวลในขณะที่ให้บริการ เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น

3. ให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมตระหนักถึงความสำคัญของศักยภาพบุคลากรสำหรับการจัดฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรอยู่เสมอ อันจะส่งผลต่อคุณภาพการบริการที่ดี ทำให้โรงแรมได้รับการยอมรับและเป็นที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้บริหารโรงแรมสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพของผู้จัดการและพนักงาน ด้านคุณลักษณะซึ่งควรเน้นให้พนักงานตระหนักถึงคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ พนักงานควรมีบุคลิกภาพที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และด้านพฤติกรรมพนักงานควรมีมิตรไมตรีที่ดีกับลูกค้า และตั้งใจ ทุ่มเทในการปฏิบัติงาน เพื่อก่อให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีได้

1.2 ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้บริหารโรงแรมสามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการรับสมัครพนักงาน โดยศักยภาพของบุคลากรที่จะรับเข้ามาปฏิบัติงานจะต้องเป็นผู้ที่มีมิตรไมตรีที่ดีต่อลูกค้า มีบุคลิกภาพที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ตระหนักและเห็นถึงคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ และยังคงมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า ซึ่งจะสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจัดฝึกอบรมพัฒนาพนักงานลงได้

1.3 สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการสอนเพื่อให้ นิสิต นักศึกษา มีคุณสมบัติ และองค์ความรู้ที่จะสามารถนำไปปฏิบัติงานได้ โดยมุ่งเน้นปลูกฝังให้นิสิต นักศึกษามีมิตรไมตรีที่ดีกับลูกค้า มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ และรวมถึงการใช้คำพูดที่สุภาพมีมนวลในขณะที่ให้บริการ

1.4 สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการจัดฝึกอบรมพิเศษเพิ่มเติมจากการเรียนการสอนในห้องเรียน เพื่อให้ นิสิต นักศึกษา เกิดการเรียนรู้เทคนิคต่างๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น มีการจำลองเหตุการณ์เพื่อให้ นิสิต นักศึกษา คิดและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ เพื่อมุ่งเน้นให้นิสิต นักศึกษาได้เห็นความสำคัญและตระหนักถึงคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 ในการศึกษาค้างต่อไปควรมีการศึกษาในพื้นที่เมืองใหญ่ๆ เพราะจะมีจำนวนโรงแรมและนักท่องเที่ยวที่มากกว่าจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า และศักยภาพบุคลากรด้านต่างๆ ที่พนักงานให้ความสำคัญ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อันจะส่งผลให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดี และยังส่งผลต่อรายได้ของประเทศ

2.2 ในการวิจัยค้างต่อไปควรมีการศึกษาถึงศักยภาพนิสิต นักศึกษา ก่อนก้าวไปสู่การปฏิบัติงานจริง เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ในการทำงานในธุรกิจโรงแรม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการมาใช้บริการ และทำให้สถาบันการศึกษามีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น

2.3 ในการวิจัยค้างต่อไปนี้ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในแต่ละแผนกโดยการแยกออกเป็นแผนกต่างๆ เช่น ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจากแผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกต้อนรับส่วนหน้า แล้วดูว่าแต่ละแผนกให้ความสำคัญด้านใดมากที่สุดและลูกค้าคิดว่าอย่างไร เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

## เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด**. 18 สิงหาคม 2559.

[http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt\\_w3c/ewt\\_news.php?nid=1621](http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621)

เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง. (2550). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองรัตน์พรินติ้ง.

เกื้อจิตร ชีระกาญจน์. (2555). **สมรรถนะในปัจจุบันของผู้จัดการฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย**. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ข้อมูลจากเอกสารกรมการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ**. 18 สิงหาคม 2559. <http://thai.tourismthailand.org>

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2557). **การบริการลูกค้า**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). **ธุรกิจโรงแรม**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชัชวาล ทัดศิวิชัย. (2554). **ความหมายของคุณภาพการให้บริการ**. 9 ตุลาคม 2558. <http://www.tpa.or.th/writer/readthisbooktopic.php?bookID=1285&pageid=3&read=true&count=true>

ชัยวัช โสวเจริญสุข. (2558). **ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. 29 กันยายน 2559. <http://www.lhbank.co.th>.

ธีราพรรณ อิมโอบัสฐ์. (2556). **ธุรกิจโรงแรม**. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2554). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์ : มุ่งสู่อนาคต**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ตะวัน.

พิชญพร รุโจปการ. (2558). **การให้บริการสู่ความเป็นเลิศ**. 28 กันยายน 2559. <http://www.stou.ac.th/offices/rdec/chan/main/Doc/Article/2556/Art-25-11-56-1.pdf>

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2554). **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการโรงแรมและกลยุทธ์การจัดการโรงแรม**. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

ศิริภัสสรณ์ วงศ์ทองดี. (2556). **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : วิ.พรี้นท์.

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2557). **คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี**. 29 ตุลาคม 2559 .[http://www.khonkaen.go.th/khonkaen6/fileDir/policy/20140922-goverment\\_policy2557.pdf](http://www.khonkaen.go.th/khonkaen6/fileDir/policy/20140922-goverment_policy2557.pdf).

สุพัตรา สร้อยเพชร. (2553). **การจัดการการโรงแรม**. ขอนแก่น : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Dubois, D. David and Rothwell J. William. (2004). **Competency – Based Human Resource Management**. California : Davies – Black Publishing.

Hayes, D, K. and A. Miller. (2011). **Revenue Management for the Hospitality Industry**. America : s.n.

Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management**. The Millennium (ed.). Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Lehtinen, U. and J. R. Lehtinen. (1991). **Two Approches to Service Quality Dimensions**.

McClelland, David C. (1973). **Testing for Competence rather than Intekkigence**. American Psychologist. 28 : 1-24.

Morrison, A, M. (2002). **Hospitality and Travel Marketing**. United States : s.n.

Parasuraman A., Zeithaml, A. Valarie and Leonard L. Berry. (1988). **“Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,”** Journal of Retailing. 64(1) : 12-40 ; Spring..

Parry, Scott. (1997). **Evaluating the Impact of Training**. Alexandria, Virginia : American Society for Training and Development.

Powers, T. and C. W. Barrows. (2006). **Management in the Hospitality**. America : s.n. Service Industries Journal. 11(3) : 287.

Tsaur, S. H. and Y. C. Lin. (2004). **Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices and service behavior**. Science Direct Tourism Management. 25 : 471-481.

Vallen, G, K. and J. J. Vallen. (2005). **Check-In Check-Out Managing Hotel Operations**. New Jersey : s.n.



# ทุนทางสังคมและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่าง สร้างสรรค์ กรณีศึกษา: ดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

## Social capital Potentiality and Creative Agricultural Tourism Development: The case study of DoiMaeSalong, Mae Salongnok Sub-district, Mae Fa Luang District, Chiang RaiProvince

นางสาวธัญญา ปิ่นโตภาพ\*  
นายภากร เอื้อโกศลสินธ์\*\*  
ดร.สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน\*\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมี 3 วัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อศึกษาทุนทางสังคมของชุมชนดอยแม่สลอง และเพื่อศึกษาสถานการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้นำชุมชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนขององค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว จำนวน 23 คน ผลการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนดอยแม่สลอง ได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนาในระยะสั้น และพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนาในระยะยาว ชุมชนดอยแม่สลองมีสภาพทุนทางสังคมที่ประกอบไปด้วย 1) ทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำศาสนาที่เป็นคนที่มีความรู้ความสามารถ ทำเพื่อส่วนรวมและคนในชุมชนเองมีความรักสามัคคี มีน้ำใจต่อกัน 2) ทุนสถาบัน คือ กลุ่มองค์กรที่มีความสำคัญแก่ชุมชน ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอก โครงการพัฒนาพื้นที่สูงของโครงการหลวงแม่สลอง สหกรณ์การเกษตรแม่สลอง อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน และกลุ่มพัฒนาดอยแม่สลองหรือกลุ่มปรับภูมิทัศน์ดอยแม่สลอง ซึ่งทุกกลุ่มล้วนแต่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน 3) ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม ได้แก่ ภูมิปัญญาหัตถกรรมชนเผ่า เช่น กระเป๋าใส่ของ เครื่องประดับ ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์และมีความสำคัญคือ เทศกาลไข่แดง พิธีกรรมทำประดู่หมู่บ้าน การไหว้บรรพบุรุษหรือไหว้ศาลเจ้า ปลุกข้าวใหม่และกินข้าวใหม่ไล่สิ่งชั่ว ปีใหม่ลูกช้าง 4) ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้เป็นบริเวณกว้างที่แบ่งออกเป็นป่าชุมชนและป่าเขตสงวน แม่น้ำและลำห้วย และพืชพันธุ์ผลไม้เมืองหนาวเช่น ชา กาแฟ ลิ้นจี่ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมกิจกรรมการถ่ายรูป ชิมอาหารท้องถิ่น เดินตลาดนัด และโฮมสเตย์ และคาดหวังให้ดอยแม่สลองเป็นเกษตรแบบดั้งเดิม

\* ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\*\* ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\*\*\* ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ได้เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและได้เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ ข้อสรุปที่ได้สามารถนำไปพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ เช่น การผลิตชาสูตรโบราณ ทำหัตถกรรมจากใบชา การเรียนรู้เพาะพันธุ์พืชและผลไม้แบบภูมิปัญญาชาวบ้านหัตถกรรมจากหญ้าคา เป็นต้น

**คำสำคัญ:** ทูทางสังคม, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ชุมชน, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

## บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ถือเป็นอุตสาหกรรมใหญ่และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักที่เป็นภาพลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และส่งผลต่อการปรับตัวของเศรษฐกิจในประเทศ โดยสามารถเห็นได้จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564 กล่าวไว้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวและความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมายทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อุตสาหกรรมบริการของไทย โดยในปี พ.ศ.2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) นอกจากนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้ ยังมีการกล่าวถึงการท่องเที่ยวที่เติบโตและการพัฒนาต่างๆ นั้นถึงจะมีเพิ่มมากขึ้นแต่ในทางกลับกันยังคงมีปัญหาพื้นฐานอีกหลายประการโดยเฉพาะในด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเนื่องจากมีความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จึงส่งผลให้มีการวางแผนยุทธศาสตร์ในการแก้ไขปัญหา โดยในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับนี้ ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานไว้ว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ทั้งนี้การที่การท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างมากมานั้นส่งผลให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป โดยรูปแบบการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปคือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.2560-2564 โดยช่วยป้องกันการเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มาจากการท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นในการนำทรัพยากรท้องถิ่นของตนเองมาใช้ให้เกิดประโยชน์ที่คุ้มค่าและอยู่ได้ยาวนาน

หากพิจารณาถึงการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2556-2557 กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาเกษตรกรรม กรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดทำข้อมูลเชิงสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประจำปีงบประมาณ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรชาวไทยและต่างชาตินี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่า 3 เท่า (160,470 คนในปี พ.ศ.2556 และ 494,852 คนใน

ปี พ.ศ.2557) นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2559 ที่ผ่านมาสํานักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้ประเมินการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยมีอัตราการเติบโต 8-9% เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 2-3% สืบเนื่องมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งนโยบายของภาครัฐและภาคเอกชนที่ได้สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยคาดการณ์รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีมูลค่าประมาณ 1.38 หมื่นล้านบาท (12,000 ล้านบาทจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ 1,860 ล้านบาทจากนักท่องเที่ยวไทย) โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกว่า 1,215 แห่ง ประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยวชุมชน 969 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวของส่วนราชการ 87 แห่ง และศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) 163 แห่ง (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์: 2559)

ดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ถือเป็นพื้นที่หนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทไร่ โดยพื้นที่บริเวณดอยแม่สลองมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมประเพณีภาษาท้องถิ่น และความหลากหลายทางชาติพันธุ์อย่างเป็นเอกลักษณ์เพราะยังมีชุมชนท้องถิ่นที่ยังมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตัวเองอยู่ นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ๆ มีการปรับแผนยุทธศาสตร์ล่าสุดโดยการเน้นในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ตามแผนการพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ.2557-2560 อีกทั้งในวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ.2561-2564) ได้กำหนดให้จังหวัดเชียงรายเป็น “เมืองแห่งการค้า การลงทุน การเกษตร และการท่องเที่ยวรุ่งเรืองด้วยวัฒนธรรมล้านนา ประชาชนอยู่เย็นเป็นสุข” ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาทุนทางสังคมของดอยแม่สลอง โดยทุนทางสังคมยังคงความหมายของคำว่าดั้งเดิมหรือมีอยู่แล้ว หากแต่ไม่ได้ถูกจำกัดในรูปแบบของมูลค่าทางรูปธรรมแต่ทุนทางสังคมในที่นี้คือ เป็นทุนประเภทหนึ่งที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจของคนในสังคมหรือชุมชนอันส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างคนหรือสถาบันขึ้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจ ความเอื้ออาทรต่อกันและความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ที่มีความเชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้ คุณธรรม คุณค่า เอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ดี (วรวิทย์ โรมรัตน์พันธ์, 2548: 176-177) อีกทั้งคณะผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปในยุคปัจจุบันที่นิยมการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสบรรยากาศจริงๆ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของท้องถิ่นหรือได้โอกาสได้สัมผัสวัฒนธรรมประเพณีที่แท้จริง อีกทั้งการนำทุนทางสังคมมาประยุกต์ใช้สามารถช่วยให้การพัฒนากิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่เชิงเกษตรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ผ่านการต่อยอดสิ่งที่มีอยู่เดิมของชุมชนท้องถิ่นมาพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหรือสนับสนุนต่อการสร้างกิจกรรมในการท่องเที่ยวขึ้นมาเพื่อการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวงจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาทุนทางสังคมของชุมชนดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาสถานการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม

ชาติชาย ฌ เชียงใหม่ (2543: 286) กล่าวว่า ทุนทางสังคม หมายถึง สถาบันทางสังคมและรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีอยู่ในแต่ละชุมชน ชนบทที่ทำหน้าที่จัดระเบียบความสัมพันธ์ ให้ความชอบธรรมแก่แบบแผนของการจัดสรรแลกเปลี่ยนทรัพยากรอันเป็นการสร้างความผสมกลมกลืนทางสังคม และลดความขัดแย้งในชุมชน อีกนัยหนึ่งทุนทางสังคม คือ วิธีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม จารีตประเพณีของชุมชน วิถีความสามารถในการจัดการองค์กรของประชาชน รวมทั้งปราชญ์ชาวบ้านและ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน

อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2541, อ้างถึงใน วรวิทย์ โรมรัตน์พันธ์, 2548: 41) กล่าวว่า ทุนทางสังคม คือ วิธีคิดและระบบความรู้ในการจัดการวิถีของความเป็นชุมชน เช่น การจัดการทรัพยากร การจัดระบบความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันในสังคมชุมชนไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติ หรือมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ เกี่ยวข้องกับเรื่องระบบความรู้/ภูมิปัญญา อีกทั้งต้องอาศัยกฎเกณฑ์มากำกับการใช้ความรู้ที่นั้น ซึ่งอาจเป็นรูปของจารีต กฎหมาย หรือกฎเกณฑ์ทางสังคม

จากการศึกษาข้างต้นผู้วิจัยได้สรุปถึงคำว่า ทุนทางสังคม คือ สิ่งที่มีอยู่เดิมในสังคมนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญา ท้องถิ่น วิธีการคิด ความรู้ ค่านิยมและวัฒนธรรมที่มีอยู่ร่วมกันภายในสังคมนั้นๆ รวมไปถึงความสัมพันธ์ของคนในสังคมนั้นๆ เป็นไปในทางเดียวกันหรือมองไปในทางเดียวกัน เกิดความร่วมมือกันเพื่อเป็นพลังในการขับเคลื่อนในการจัดการสังคมนั้นๆ ไปสู่ความเข้มแข็งได้

กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2557: 3-4) กล่าวว่า ทุนทางสังคมเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ผ่านสิ่งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมโดยผ่านองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1. ทุนมนุษย์ คือ บุคคลที่มีองค์ความรู้ความสามารถ ทักษะ และนำมาใช้เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม ชุมชน สังคม ความเอื้ออาทร มีน้ำใจ มีจิตอาสา ได้แก่ ผู้นำทางสังคมแกนนำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน อาสาสมัคร ได้รับความไว้วางใจมีความรู้สติปัญญาและทักษะ มีคุณธรรม มีวินัย มีความรับผิดชอบ มีทัศนคติที่ดีในการทำงาน และใช้ศักยภาพและคุณสมบัติทั้งหลายที่มีทำประโยชน์ต่อชุมชน

2. ทุนสถาบัน คือ การรวมตัวของกลุ่มคนเป็นองค์กรที่มีศรัทธา ความเชื่อมั่นและมีจิตสำนึกร่วมกัน มุ่งมั่นในสิ่งเดียวกันเพื่อพัฒนาสังคมชุมชนให้เข้มแข็งเป็นการรวมกลุ่มและสถาบันทางสังคมเป็นเครือข่ายที่มีพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนความเป็นกลุ่มก้อนทำให้มีศักยภาพและพลังที่จะช่วยเหลือกันเองหรือร่วมกันทำประโยชน์เพื่อชุมชน ตัวอย่างของทุนสถาบันในชุมชน ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์ต่างๆ กลุ่มอาชีพ

3. ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม คือ การนำเอาองค์ความรู้จากตัวบุคคล ชุมชน ภูมิปัญญา ปราชญ์ท้องถิ่น จนเกิดกระบวนการนำไปพัฒนาเป็นจารีตประเพณี วัฒนธรรมนำไปสู่การใช้ประโยชน์และความภาคภูมิใจในความเป็นตัวตนของตนเอง ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ได้แก่ ภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมไทย จารีตประเพณีไทย สถาปัตยกรรม ต่างๆ เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน รวมทั้งระบบคุณค่า เช่น คุณธรรม วินัย จิตสำนึก สาธารณะ ภูมิปัญญา จารีตประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งที่สั่งสมสืบทอดกันมาเป็นสายใยของความผูกพันเป็นสิ่งที่ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันด้วยความรักใคร่สามัคคีช่วยเหลือเกื้อกูลแบ่งปันกัน

4. ทุนทรัพยากรธรรมชาติเป็นทุนที่มีอยู่ในชุมชน ชุมชนได้ใช้ประโยชน์ร่วมกันเช่น แม่น้ำ น้ำตก ถ้ำ ป่าเขา ของป่า ผลผลิตทางการเกษตรของชุมชน ทรัพยากรทั้งหลายที่มีอยู่ในชุมชนเป็นสิ่งที่ทำให้คนในชุมชนเกิดความผูกพันเป็นตัวเชื่อมให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์เป็นกลุ่ม/เครือข่ายร่วมกันใช้ประโยชน์เพื่อการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน เป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ น้ำตก ภูเขา เพื่อจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

โดยข้างต้นผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบขององค์ประกอบของทุนทางสังคมของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2557: 3-4) มาเป็นแนวคิดในการทำวิจัยเนื่องจากแนวคิดนี้ได้ถูกนำไปใช้ในงานวิจัยในรูปแบบที่ใกล้เคียงกันโดยนางสาวชลดา บุญอยู่ ในวิทยานิพนธ์เรื่อง “ทุนทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษา บ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ”

## แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### ความหมาย ประเภท และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) ได้ให้ความหมายว่า “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่นจะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ได้ให้ความหมายว่าหมายถึง “การเดินทางไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อชมเกษตรที่ผสมผสานกลมกลืนกับธรรมชาติที่มีทัศนียภาพสวยงามในชนบท อันเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจและสร้างสิ่งประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็น อีกทั้งเป็นแหล่งที่ให้ความรู้ทางด้านเกษตร วิถีชีวิตและวัฒนธรรม

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมเพื่อชมวิถีชีวิตของเกษตรกร การทำการเกษตรในรูปแบบต่างๆ ซึ่งถือเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนหย่อนใจ เรียนรู้การทำเกษตร และทำกิจกรรมต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งยังเป็นการใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544) ได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่ามี 10 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการทำนา ที่ใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมในการเตรียมดินและเก็บเกี่ยว เช่น การใช้กระบือหรือโคไถนา การเก็บเกี่ยวและการนวดโดยใช้แรงงานคนและการประกอบอาชีพเสริม ได้แก่ การเพาะเห็ด ยกยอ ตกปลา
2. รูปแบบเกษตรผสมผสานการปลูกผักปลอดสารพิษร่วมกับผลไม้ หรือทำนาควบคู่กันไป
3. รูปแบบสวนผลไม้ ซึ่งผลไม้ของประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติได้แก่มะม่วง ส้มโอ ชมพู่
4. รูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ กล้วยไม้ที่แปลงกุหลาบ
5. รูปแบบเกษตรเชิงอนุรักษ์ผสมผสานกับวัฒนธรรมชาวไทยภูเขา เช่น สวนชา สวนเมี่ยง ที่อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
6. รูปแบบการศึกษาและศูนย์วิจัยทดลองของหน่วยงานราชการต่างๆ ได้แก่ ศูนย์ศึกษาห้วยฮ่องไคร้ในจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์ศึกษาหน่วยงานราชการต่างๆ เช่น การประมง กรมป่าไม้ กรมวิชาการ
7. โครงการหลวงและโครงการตามพระราชดำริ ได้แก่ โครงการหลวงดอยอินทนนท์
8. รูปแบบชุมชนเกษตรกร ได้แก่ ชุมชนประมง ชุมชนชาวสวนยาง ชุมชนชาวเขา
9. รูปแบบสวนเกษตรหรือฟาร์มของเอกชน ไร่บุญรอดในจังหวัดเชียงใหม่
10. รูปแบบตลาดการเกษตร ได้แก่ ตลาดดำเนินสะดวกที่จังหวัดราชบุรี

นอกจากนี้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) จำแนกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น 6 กิจกรรมใหญ่ ได้แก่

1. การแสดงสินค้าหรือสาธิต ได้แก่ แปลงสาธิตพันธุ์พืชสวยงามและหลากหลายชนิด เช่น กล้วยไม้
2. การให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น การเข้าชมสวนเกษตร เช่น สวนไม้ผล โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตโดยเลือกเก็บเองและทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะสั้นกับชาวบ้าน เช่น ซี่ควาย นึ่งแกวียน และอื่นๆ
3. การให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับชีวิตของชาวชนบทเกษตร
4. การอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน การแปรรูปผลผลิต
5. การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตร ได้แก่ สินค้าอาหาร

เกษตร การแปรรูปสินค้าหัตถกรรม 6. การให้ลู่วางธุรกิจเมื่อนักท่องเที่ยวที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมของเกษตรแล้ว อาจจะเกิดแนวคิดในการทำธุรกิจโดยร่วมลงทุนกับเกษตรกร เช่น ร่วมกับเกษตรกรทำการผลิตเพื่อแปรรูปส่งต่างประเทศ

## แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บิงค์ฮอร์สต์ (Binkhorst, 2006) กล่าวว่า ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ให้คุณค่ากับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเองจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการซึ่งการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรมเช่นวิถีชีวิตและความเป็นอยู่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนั้น ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้รับความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคน

ริชาร์ด (Richards, 2010a) ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกครั้งว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนและส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ซึ่งทั้งสองแนวคิดในเรื่องนี้มีส่วนที่กล่าวคล้ายกันและสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมกับการท่องเที่ยวอันผ่านกิจกรรมของท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะคือการใช้สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นหรือวิถีชีวิตประเพณีให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้เข้าไปทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมหรือชาวท้องถิ่นนั้นๆ

ริชาร์ด (Richards, 2010a) กล่าวถึงลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ ได้แก่ 1) เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว 2) มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” 3) เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นสินค้าทดแทนที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว 4) เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวันโดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย 5) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งเป็นวิถีประจำวันหรือวัฒนธรรมของชุมชน และ 6) แต่ละชุมชนมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สามารถดึงมาเป็นเอกลักษณ์และพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวและเกิดประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งของวัฒนธรรมในชุมชนและชุมชนจะรักษาไว้สืบต่อไป

### ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่

ดอยแม่สลองมีลักษณะพื้นที่ทั้งหมดตั้งอยู่บนยอดเขาสูง 5 ยอดดอยมีเทือกเขาลาดชันสลับกับแนวเขา ร่องน้ำตั้งอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 1,200 เมตร มีเนื้อที่ทั้งหมดจำนวน 115.26 ตารางกิโลเมตร และด้วยความที่ดอยแม่สลองเป็นพื้นที่ติดผืนป่าในเขตภูเขาโดยมีแหล่งน้ำที่ชาวชุมชนดอยแม่สลองนำมาใช้ได้อย่างแหล่งน้ำที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติอย่างแม่น้ำแม่สลองและแม่น้ำแม่จัน นอกจากนี้ยังมีลำห้วย 10 แห่ง อ่างเก็บน้ำ 4 ฝาย 8 แห่ง และแหล่งน้ำใต้ดิน 3 แห่ง โดยที่ดอยแม่สลองนั้นมีการกล่าวถึงอย่างเด่นชัดว่าริเริ่มมาจากกองกำลังทหารจีนคณะชาติ กองพล 93 ที่กลายเป็นกองกำลังพลัดถิ่นจนต้องถอยร่นมาถึงเทือกดอยตุงชายแดนไทย โดยมีประชากรในพื้นที่ดอยแม่สลองรวมทั้งสิ้น 15,882 คน แบ่งออกได้เป็น 7 ชนเผ่า จีน ล่าหู่ ลีซู ลีว อาข่า เมียง ไทยใหญ่ โดยอาศัยอยู่ใน 13 หมู่บ้านของพื้นที่ประกอบไปด้วยบ้านสันติคีรี บ้านอาหละ บ้านเลาสิบ บ้านธาตู่ บ้านป่าคาสุขใจ บ้านกลาง บ้านอาแบ บ้านป่าคาสามัคคี บ้านพนาสวรรค์ บ้านแม่จันหลวง บ้านเจียงจาไส บ้านใหม่สันติ บ้านตงจาไส และด้วยความหลากหลาย

หลายถึง 7 คนเผ่าและมีภาษาถิ่นถึง 7 ภาษาด้วยกัน อย่างภาษาจื๋นยูนนาน ภาษาลาหู่ ภาษาเมี่ยน ภาษาไทใหญ่ ภาษาอาข่า ภาษาลัวะ ภาษาลีซู มีประเพณีและงานประจำปีที่เหมาะสมของวัฒนธรรม อีกทั้งมีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากชา กาแฟ ผลไม้ การปักผ้าชุดชนเผ่า

โดยการปกครองของชุมชนดอยแม่สลอง อยู่ในความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอกและภายในหมู่บ้านแต่ละหมู่บ้านจะมีผู้ใหญ่บ้าน 1 คน และคณะกรรมการทั้งหมด 15 คน ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอกมีการแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยใช้การประชุมทุกชุมชนในเขตตำบลในการจัดทำแผนพัฒนาตำบล โดยที่ประชาชนในพื้นที่เองก็ร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการพัฒนาตำบลนี้ และในส่วนของสภาพทางสังคมของพื้นที่ดอยแม่สลองอย่างในด้านการศึกษามีสถานศึกษาในเขตพื้นที่จำนวน 23 แห่งประกอบไปด้วย โรงเรียนประถมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กและโรงเรียนสอนภาษาจีน ด้านสาธารณสุขจะมีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพและสถานพยาบาล ด้านความปลอดภัยของพื้นที่ดอยแม่สลองนั้น จะมีสถาบันหรือองค์กรรักษาความสงบภายในตำบลคอยดูแลความเรียบร้อยอย่างกลุ่มกองร้อย ทพ. 3109 หน่วยเฉพาะกิจทหารพรานที่ 31 หน่วยบริการประชาชนประจำตำบล อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร) และชุดรักษาความปลอดภัยประจำหมู่บ้าน (ชรบ)

ดอยแม่สลองนั้นมีระบบเศรษฐกิจที่เน้นไปทางด้านเกษตรโดยประชาชนในพื้นที่มักประกอบอาชีพเกษตรกรรม ผลผลิตทางเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ชา กาแฟ เซอร์ติคอย ข้าว ข้าวโพด โดยที่คนในชุมชนนั้นจะประกอบอาชีพการเกษตรและเลี้ยงสัตว์ร้อยละ 75 ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีการเลี้ยงไก่และสุกรไว้บริโภคและจำหน่ายเกือบทุกหมู่บ้านทั้งเพื่อบริโภคและจำหน่ายและเป็นองค์ประกอบเวลาว่างงานประเพณี อาชีพค้าขายร้อยละ 5 และอาชีพรับจ้างและอื่นๆ ร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

## ระเบียบวิธีวิจัย

### ผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาคั้งนี้เป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาศัยที่ตำบลแม่สลองนอก จังหวัดเชียงรายแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนขององค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบกิจการ และนักท่องเที่ยว

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ดอยแม่สลอง ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากหนังสือ ตำรา เอกสาร ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางในการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

1. การสังเกต (Observation) โดยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการตั้งข้อสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ในการสำรวจสภาพทั่วไปของพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวิถีชีวิตของชุมชนของชาวบ้าน

2. การสัมภาษณ์ (Interview) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเป็นกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structural Interview) ใช้แนวคำถามมีเนื้อหาที่ครอบคลุมทฤษฎีทางสังคมของชุมชน โดยสัมภาษณ์กับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในภาคส่วนขององค์กรภาครัฐและนักท่องเที่ยว

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคำถามแบบเป็นกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structural Interview) ในเรื่องทุนทางสังคม สมุดบันทึกภาคสนาม แบบสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (Check-list) ที่พัฒนามาจากแบบประเมินมาตรฐาน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกรมการท่องเที่ยว แบบสังเกตรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Check-list) กล้องถ่ายภาพ เครื่องบันทึกเสียง ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หนังสือ เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลหลังจากที่ได้เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบหลายทางหรือแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) โดยแบ่งเป็นการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลการตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสำรวจ การสังเกตและการสัมภาษณ์จะถูกนำมาตรวจสอบความครบถ้วน และความถูกต้องของข้อมูลโดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์คณะผู้วิจัยทำการถอดเทปบันทึกเสียงในการสนทนา แต่ละครั้งแบบคำต่อคำเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดครบถ้วน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่างๆ มาวิเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุปร่วมกันผ่านการวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction Analysis) เพื่อเชื่อมโยงแนวคิดต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การศึกษาและสร้างข้อสรุปเพื่อนำเสนอผลการศึกษาเชิงพรรณนา

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องทุนทางสังคมและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : ดอยแม่สลอง ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านผู้ให้ข้อมูล สำคัญ 4 กลุ่มจำนวนทั้งสิ้น 16 คน ดังรายละเอียดในตารางที่ 1 ดังนี้



กลุ่มรับสภาพ	ผู้ได้รับสภาพ	ตำแหน่ง	วันที่รับสภาพ
A	นาย ก1	รองนายก อบต. เดิมเทศเป็นผู้ใหญ่บ้านตำบลหมู่ที่ 4	12 มิถุนายน พ.ศ. 2560
	นาย ก2	ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านและคณะกรรมการหมู่บ้านตำบลหมู่ที่ 4	
	นาง ก3	ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านและคณะกรรมการหมู่บ้านตำบลหมู่ที่ 4	
B	นาย ข1	นักวิชาการ โคร่งจากศึกษาพื้นที่สูงแบบโคร่งจากทางแยงเม่ย์ฮ่อง	13 มิถุนายน พ.ศ. 2560
	นาย ข2	เจ้าหน้าที่ประจำโคร่งจากศึกษาพื้นที่สูงแบบโคร่งจากทางแยงเม่ย์ฮ่อง	
	นาย ก4	ผู้ใหญ่บ้านตำบลหมู่ที่ 7	
	นาย ก1	ประธานกลุ่มดีโคร่งจากแยงเม่ย์ฮ่อง	
	นาง ก2	เจ้าของส่วนเกษตรหมู่บ้านสันติคีรีหมู่ที่ 1	
	นักส่งเสริมฯ ก	-	
	นักส่งเสริมฯ ข	-	
	นาย ก3	ผู้จัดการ ไร่ชา 101	
	นาย ก4	เจ้าของไร่ทางขี้และโรงประปาหมู่บ้านคลองแยงเม่ย์ฮ่อง	
	นักส่งเสริมฯ ค	-	
C	นางสาว ก5	เจ้าของ ไร่ถาวรสุคนธ์	14 มิถุนายน พ.ศ. 2560
	นาย ข3	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 1 และกำนันคลองแยงเม่ย์ฮ่อง	
	นาย ข4	เสนาญจากนายสมอบต. นายสมอบต.	
	นาย ก6	ผู้ใหญ่บ้านแม่ต๋อนหมู่ที่ 10	
	นักส่งเสริมฯ ง	-	
	นักส่งเสริมฯ จ	-	
	นักส่งเสริมฯ ฉ	-	
	นางสาว ก6	เจ้าของ ไร่ชาและไร่สตรอเบอรี่หมู่ที่	
	นาย ก7	เจ้าของ ไร่ชา 101	
	นาย ก8	เจ้าของ ไร่ชา 101	

A = รับสภาพหมู่บ้านตำบลหมู่ที่ 4    B = รับสภาพกลุ่มโคร่งจากศึกษาพื้นที่สูงแบบโคร่งจากทางแยงเม่ย์ฮ่อง    C = รับสภาพไร่ชาสุคนธ์  
ผู้ได้รับสภาพหมวด ก = ผู้มีคุณธรรมหรือรักของบ้าน    ผู้ได้รับสภาพข1 ข2 ข3 = ผู้มีส่วนร่วมกับข1 ข2 ข3 ในภาคส่วนขององค์กรภาครัฐ    ผู้ได้รับสภาพข3 ข4 = ผู้ได้รับสภาพเกษตรกร

## แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการวิจัยพบว่าพื้นที่ชุมชนดอยแม่สลอนนั้นมีพื้นที่แหล่งเกษตรกรรมของชาวบ้านในชุมชนที่หลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการทำไร่ชา ทำไร่กาแฟ สวนเกษตรแบบผสมผสาน หรือการเลี้ยงสัตว์ประเภทไก่กระดุกดำและหมูดำ กระจายอยู่ในพื้นที่ทั้งแหล่งเกษตรที่มีการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไปเรียบร้อยแล้วหรือแหล่งเกษตรของชาวบ้านโดยผลจากการศึกษาสามารถแบ่งพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกมาเป็น 3 ระดับและจากการจัดหมวดหมู่ในครั้งนี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกประเมิน 13 แห่ง ที่ถูกกระจายอยู่ในทั้ง 3 หมวด นั้นคือ 1. พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว 2. พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนา และ 3. พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนาในระยะยาว

โดยที่กลุ่มแรกนั้นที่กล่าวว่าพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวแล้วนั้นจะประกอบไปด้วย ไร่ชา ร้านน้ำชาและรีสอร์ททงษ์ฟูไร่ชา ร้านน้ำชา รีสอร์ทและร้านอาหารวังพุดตาลไร่ชา ร้านน้ำชาและโรงงาน 101 และภูมินิยมฟาร์ม เพราะเป็นพื้นที่ๆ มีการพัฒนาอย่างในหลายด้านทั้งในด้านกายภาพของพื้นที่ที่มีการบำรุงรักษาพื้นที่ให้มีความสะอาด การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างการทำเส้นทางหรือป้ายบอกทางในการเข้าถึงการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว นั้นมีทั้งจุดนั่งพัก ห้องน้ำ หรือด้านอาหารเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวเองและมักจะมีป้ายแสดงข้อมูลความรู้เกี่ยวกับพื้นที่เกษตรหรือผลิตภัณฑ์เชิงเกษตรของตนเอง อีกทั้งยังมีคนพื้นที่ของชุมชนดอยแม่สลอนเองที่คอยเป็นผู้ความรู้ในเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของตนเองคอยแนะนำหรือสามารถตอบข้อซักถามถึงการทำกิจกรรมโดยที่จุดเด่นอีกอย่างของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้คือกิจกรรมที่มีหลากหลายซึ่งหากเป็นในไร่ชา นั้น นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสการรวมกิจกรรมระยะสั้นอย่างการเก็บใบชา ความรู้เรื่องสายพันธุ์ของชาหรือการสนับสนุนสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางเกษตรทั้งชา ทั้งผลไม้อบแห้งต่างๆ อย่างเชอร์รี่ บัวชากูระ หรือการชมการสาธิตวิธีการเก็บชาหรือการชงชา

สำหรับในกลุ่มพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนาในระยะสั้น คือ ไร่นางเหยียงซุน แซ่ลีและโครงการพัฒนาพื้นที่สูงของโครงการหลวงแม่สลอน ในกลุ่มนี้กล่าวได้ว่าการดูแลรักษาพื้นที่ของตนเองในส่วนของด้านกายภาพอย่างความสะอาดและพืชพรรณที่อยู่ภายในพื้นที่ของตนเองเนื่องจากมีการใช้ประโยชน์โดยตรงจากผลผลิตทางเกษตรในการดำรงชีวิต เช่น การส่งผลผลิตไปจำหน่ายแต่ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานนั้นไม่ว่าจะเป็นเส้นทางคมนาคมหรือป้ายบอกทางนั้น ยังต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม รวมไปถึงด้านบริการนักท่องเที่ยวในส่วนของการเพิ่มห้องน้ำที่ถูกสุขอนามัย และเรื่องของอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้จากพื้นที่ของตนเองมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้เสริม แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมักจะได้ความรู้แบบโดยตรงจากเจ้าของพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้เจ้าของพื้นที่มักมีการดูแลเองรวมถึงดูแลนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนเข้าไป แต่ในทางกลับกันกิจกรรมในพื้นที่เหล่านี้สามารถทำได้หลายอย่าง ทั้งการแสดงหรือสาธิตการเก็บปลูก หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ของตนซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่สามารถให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมระยะสั้นได้ด้วยควบคู่ไปกับการให้ความรู้ในด้านต่างๆ แต่ต้องพัฒนาในเรื่องของขั้นตอนและอุปกรณ์ที่ต้องให้บริการนักท่องเที่ยว

โดยในกลุ่มสุดท้ายคือพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนาในระยะยาวประกอบไปด้วย หมู่บ้านอาแบ หมู่ที่ 7 หมู่บ้านธาตุ หมู่ที่ 4 หมู่บ้านแม่จันทรวง-แม่เตอ หมู่ที่ 10 ไร่กาแฟ หมู่บ้านพนาสวรรค์ หมู่ที่ 9 และไร่อาเคอะ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่กระจายอยู่ตามหมู่บ้านที่ค่อนข้างไกลจะส่วนตรงพื้นที่ใจกลางของดอยแม่สลอนและถึงแม้ว่าพื้นที่การเกษตรของชาวบ้านจะมีการดูแลแต่ก็ไม่ได้ครอบคลุม เนื่องจากด้วยขนาดของพื้นที่และกำลังคนในการดูแล อีกทั้งการคมนาคมที่เป็นอุปสรรคเนื่องจากเป็นพื้นที่ภูเขาที่คดเคี้ยวและสูงชันเป็นปัญหาต่อการสัญจรของทั้งคนในหมู่บ้านและนักท่องเที่ยว ส่วนด้านการบริการนักท่องเที่ยวอย่างที่นั่ง ห้องน้ำ อาหาร หรือการให้ความรู้ยังไม่พร้อม

อย่างการให้ข้อมูลและการสื่อสารอาจจะประสบปัญหาในบางครั้ง เนื่องจากเจ้าของที่บางคนก็เป็นคนเก่าแก่ของชุมชนทำให้การสื่อสารภาษาไทยอาจเป็นปัญหา แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติก็ยังคงแวะเวียนเข้าไปเพราะถึงแม้กิจกรรมอาจไม่ได้มากมายอะไรแต่นักท่องเที่ยวก็จะได้สัมผัสวิถีเกษตรของชาวบ้านแบบจริงๆ

## ทุนทางสังคมในชุมชน

### ทุนมนุษย์

ทุนมนุษย์นับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างหนึ่งของชุมชนเพราะการที่ชุมชนนั้นมีทุนมนุษย์ย่อมหมายถึงแรงขับเคลื่อนชุมชนให้มีโอกาสในการพัฒนา ด้วยความที่ชุมชนดอยแม่สลองเป็นชุมชนที่มีขนาดใหญ่และมีการกระจายตัวทั่วทั้งดอยทำให้ในแต่ละหมู่บ้านมีผู้ใหญ่บ้าน โดยที่คนท้องถื่นจะเรียกว่าพ่อหลวงหรือแม่หลวงที่ชาวบ้านต่างก็ไว้ใจและเชื่อใจในความสามารถและมักจะเป็นตัวกลางในการประสานงานกับกำนันหรือทางองค์การบริหารส่วนตำบลในการนำเสนอแนวทางการพัฒนาหรือการแก้ไขปัญหาไม่ว่าจะเล็กใหญ่แค่ไหนโดยที่ไม่ได้แค่มองในเรื่องของปากท้องอย่างเดียว แต่ความปลอดภัยในชุมชนจากทั้งคนหรือสิ่งแวดล้อมก็ยังเป็นเรื่องที่ต้องดูแลเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ชุมชนดอยแม่สลองยังมีผู้นำทางศาสนาหรืออาบ่อจุนมาที่เป็นผู้นำในทางด้านของจิตวิญญาณของชนเผ่าอาข่าที่เป็นผู้นำในการประกอบพิธีกรรมตามประเพณีอีกด้วย แต่ไม่ว่าชุมชนดอยแม่สลองจะมีความหลากหลายทางเชื้อพันธุ์อย่างไรก็ตามภายในชุมชนก็จะใช้ระบบประชาธิปไตยในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาาร่วมกัน มีระบบความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามัคคีกัน เพราะเมื่อมีการทำงานที่เป็นของชุมชนชาวบ้านจะช่วยเหลือกันตามความสามารถเท่าที่ตนเองทำได้ อีกทั้งคนในชุมชนยังคอยสนับสนุนซึ่งกันละกัน อย่างคนในชุมชนเองที่มีกิจการของตนเองจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“ตอนนี้อะไรที่กำลังทำอยู่คือนำผลผลิตของชาวบ้านนำมาแปรรูปผลิตสินค้าในการขายครับ อย่างที่เห็นสินค้าทุกตัวของเราจะมีกาแฟจากดอยแม่สลองบ้าง เซอร์รี่ดอย ลูกไหน บ๊วยบ้าง และข้าวหอมก็มีชาวบ้านขึ้นมาส่งให้เราและเราก็นำมาแปรรูปเอง”

(นาย ค3, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2560)

หรือแม้กระทั่งการเสียสละตัวเองในการคอยเป็นผู้ดูแลประชาชนในพื้นที่ดอยแม่สลอง โดยการไปเป็นอาสาสมัครดูแลของหมู่บ้านทั้งอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) และชุดรักษาความปลอดภัยประจำหมู่บ้าน (ชรบ.) ซึ่งทั้งส่วนนี้จะมีคอยช่วยตรวจตราความปลอดภัยของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“ด้านความปลอดภัยต่างๆ เนี่ย แต่นักท่องเที่ยวบนดอยแม่สลองของเราเนี่ยได้รับการดูแลอย่างดีนะครับ แม่สลองก็ถือว่าเป็นชุมชนที่เข้มแข็งนะครับเนอะ ซึ่งเราจะมีพี่น้อง ชรบ.ก็ดี อภปร.จาก อบต.ก็ดี แล้วก็ทหารพรานนะครับ มีตำรวจและตู้ตำรวจอยู่เนอะครับ ซึ่งด้านนี้ก็ไม่น่าจะมีปัญหาหะครับ”

(นาย ข3, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของทุนมนุษย์ การที่ชุมชนมีผู้นำที่เป็นคนที่มีความรู้ความสามารถ ทำเพื่อส่วนรวมหรือคนในชุมชนเองมีความรักสามัคคี มีน้ำใจต่อกัน มีความสัมพันธ์ที่ดี ย่อมเป็นพลังขับเคลื่อนที่ดีที่จะนำทางให้ชุมชนเรานั้นสามารถพัฒนาตนเองให้เกิดความเข้มแข็งทั้งภายในและสามารถเป็นกลายเป็นแรงผลักดันสู่ภายนอก

## ทุนสถาบัน

ทุนสถาบันเป็นเรื่องของคนในชุมชนที่มีศรัทธา เชื่อมั่นและมีจิตสำนึกร่วมกันเพื่อพัฒนาสังคมชุมชนให้เข้มแข็งเป็นพลังในการขับเคลื่อนชุมชนโดยกลุ่มหรือองค์กรในชุมชนดอยแม่สลองส่วนใหญ่เกิดมาจากการรวมกลุ่มของคนในพื้นที่เองเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันและรับผลประโยชน์ร่วมกัน

1. องค์กรบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอก จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือชาวบ้านและคอยประสานงานจากเบื้องบนกับผู้ใหญ่บ้านและคณะกรรมการในการพัฒนาชุมชน โดยปัจจุบันมีนโยบาย 6 ประเด็นหลัก คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา ด้านการเมืองการบริหาร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งทางด้านเศรษฐกิจจะมุ่งสร้างรายได้ให้ชาวบ้านโดยเน้นไปทางด้านอาชีพเกษตรกรรมเพราะส่วนใหญ่ชาวบ้านจะมีพื้นที่อยู่แล้วโดยการเสนอให้หน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือในชุมชนในการแก้ไขปัญหาในจุดนี้ ทำให้มีหน่วยงานต่างๆ เข้ามาให้ความช่วยเหลือ อย่างโครงการหลวงและกรมพัฒนาที่ดิน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“อันนี้เกิดจากความต้องการของพี่น้องประชาชนในเรื่องของการพัฒนาด้านอาชีพเอง ชุมชนต้องการอบต. ก็เลยเสนอไปหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงโครงการหลวงต่างๆ ให้มาทำให้มาช่วยเสริมอาชีพ เสริมรายได้ อย่างช่วงนี้ก็นักท่องเที่ยวก็ไม่มีอาชีพไม่เกิดก็ให้ทำพวกเกษตรไป ปลูกผักในโรงเรือนไป”

(นาย ข4, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

2. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงของโครงการหลวงแม่สลองมีหน้าที่หลักคือคอยช่วยเหลือสนับสนุนชาวบ้านที่มีปัญหาในการทำเกษตรและผู้ที่ยากเปลี่ยนการปลูกอะไรใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง โดยเจ้าหน้าที่จะคอยให้คำแนะนำและตรวจลงพื้นที่ไร่ของชาวบ้านว่าสามารถปลูกอะไรเพิ่มได้เพื่อสร้างรายได้ อย่างการปลูกเบบี๋ฮ่องเต้ เบบี๋คอสนในโรงเรือนซึ่งในปัจจุบันที่กระจายตัวตามหมู่บ้านเพิ่มมากขึ้นแทนพืชท้องถิ่นเพราะเป็นการเพิ่มรายได้และปรับหน้าดินโดยชาวบ้านที่สนใจเจ้าหน้าที่จะคอยให้คำแนะนำและแจกเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ต้นกล้าต่างๆ รวมถึงค่าก่อสร้างโรงเรือนพลาสติกเริ่มแรกโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย อีกทั้งโครงการหลวงยังช่วยเหลือในเรื่องของการรับประกันราคาผลผลิตเพื่อให้ชาวบ้านมีรายได้และมีทุนพอในการไปลงทุนทำแปลงเกษตรต่อไป

3. สหกรณ์การเกษตรแม่สลองดำเนินการภายใต้ชาวบ้านในพื้นที่คอยให้ความช่วยเหลือแก่ชาวบ้านที่ทำเกษตรกรรมในเรื่องของทุนในการทำเกษตร โดยสามารถกู้ยืมได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำเพราะมีทางกรมการเกษตรคอยให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนอยู่เพียงแค่นี้โครงการแก้สหกรณ์ นอกจากนั้นยังมีการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการสร้างรายได้ เช่น ให้ชาวบ้านนำผลผลิตของตนไปออกบูชขายบ้าง

4. อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) และชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) คอยช่วยเหลือประชาชนที่อยู่ในพื้นที่รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีทั้งในเรื่องด้านความปลอดภัย คอยสอดส่องความเรียบร้อย เช่น โจรขโมยของยามดึก อุบัติเหตุที่เกิดจากธรรมชาติอย่างต้นไม้ล้มทับ โดยทุกคนในกลุ่มล้วนแต่เป็นอาสาสมัครจากคนในพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“ด้านความปลอดภัยต่างๆ เนี่ย แต่นักท่องเที่ยวบนดอยแม่สลองของเราเนี่ยได้รับการดูแลอย่างดีนะครับ แม่สลองก็ถือว่าเป็นชุมชนที่เข้มแข็งนะครับเนอะ ซึ่งเราจะมีพี่น้อง ชรบ.ก็ดี อปพร.จาก อบต.ก็ดี แล้วก็มีการพรานนะครับ มีตำรวจและตู้ตำรวจอยู่เนอะครับ ซึ่งด้านนี้ก็ไม่น่าจะมีปัญหาเนอะครับ”

(นาย ข3, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

5. กลุ่มพัฒนาคอยแม่สลองหรือกลุ่มปรับภูมิทัศน์คอยแม่สลอง เป็นกลุ่มเอกชนที่เริ่มมาจากชาวบ้านที่มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาชุมชนเหมือนกันมารวมตัวและสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน โดยในปัจจุบันเน้นในเรื่องของการปรับภูมิทัศน์คอยแม่สลองให้ดูร่มรื่น มีธรรมชาติล้อมรอบซึ่งเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“เป็นกลุ่มของเอกชนเลยคะของคนในพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและก็เพื่อภาพลักษณ์ของคอยแม่สลองเอง อย่างล่าสุดที่เพิ่งปลูกไปก็ปลูกดอกราชพฤกษ์และก็พวกชมพู่พันธุ์ที่สามารถออกได้ที่ไม่ใช่หน้าท่องเที่ยวก็ดี บางอย่างออกช่วงหน้าร้อนที่เป็นหน้า low อาจจะไม่ค่อยมีอะไรให้ลูกค้าได้ดู”

(นางสาว ค5, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2560)

6. กลุ่มคนรักแม่สลอง เป็นกลุ่มเอกชนที่เกิดจากคนในชุมชนได้มีโอกาสไปทำงานต่างถิ่นเมื่อพอมีฐานะจึงรวมตัวกันคอยช่วยเหลือพี่น้องชาวคอยแม่สลองส่งเสริมสนับสนุนในด้านต่างๆ มากมายอย่างการช่วยเหลือเรื่องการศึกษาของเด็กเล็กที่สำหรับบ้านที่มีฐานะยากจนไม่สามารถเลี้ยงดูบุตรหลานได้ รวมถึงผู้สูงอายุที่ชราภาพแล้วไม่สามารถทำอาชีพเลี้ยงดูตัวเองก็มีเงินสนับสนุนให้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“สนับสนุนทุนการศึกษาของเด็ก สมมติไปเรียนภาษาจีนพอดิบ้านยากจนแบบนี้เขาจะช่วยจ่ายค่าเล่าเรียนตรงนี้ให้แล้ว ก็ผู้เฒ่าแก่ที่ไม่มีคนดูแลแบบนี้เขาก็จะให้ประมาณ 500-600 ต่อเดือนหนึ่งในส่วนพวกนี้”

(นายค5, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าชุมชนคอยแม่สลองมีทุนสถาบันที่ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเป็นกลุ่มเอกชนที่ชาวบ้านได้จัดตั้งขึ้นมาเอง ทุกกลุ่มล้วนแต่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ประสานงานกันภายในชุมชนเพื่อให้ชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข มีการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ และเพื่อพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นและอยู่ได้ด้วยตนเอง

### ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม

คอยแม่สลองนั้นจัดว่าเป็นพื้นที่ที่มีทุนทางด้านภูมิปัญญาวัฒนธรรมอย่างหลากหลายเนื่องจากความหลากหลายของเชื้อชาติที่ประกอบไปด้วยถึง 7 ชนเผ่ากระจายตัวผสมผสานอยู่ทั่วทั้ง 13 หมู่บ้านโดยการแสดงออกมาในด้านของภูมิปัญญา คือ การทำพวกหัตถกรรมชนเผ่าอย่างกระเป๋าใส่ของ เครื่องประดับ และการแต่งกายชุดประจำเผ่าของตัวเองเพียงแต่การแต่งแบบเต็มยศนั้นอาจจะน้อยลงตามการพัฒนาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งชนเผ่าหนึ่งที่ยังคงมีวิถีชีวิตที่ใกล้เคียงกับอดีตนั้นคืออาข่า เพราะการใช้ชีวิตของชาวอาข่าในชุมชนคอยแม่สลองนั้นยังสะท้อนให้เห็นถึงศิลปะในเรื่องของบ้าน เพราะบ้านของชาวอาข่าเดิมนั้นจะสร้างมาจากหญ้าคาเองทั้งหลัง หากแต่ในปัจจุบันอาจมีการผสมผสานไปกับอิฐกับปูนไปบ้างเพราะความเจริญที่พัฒนาขึ้น โดยในส่วนของประเพณีถ้าชาวจีนยูนนานก็จะเป็นไปในทางเดียวกับชาวจีนทั่วไปอย่างตรุษจีน แต่ในส่วนของประเพณีชนเผ่าที่น่าสนใจ อย่างพิธีกรรมทำประตู่หมู่บ้านนั้นก็คือประตู่ผีในแบบฉบับดั้งเดิมนั่นเอง โดยที่ในทุกๆ ปีนั้น ชาวบ้านในหมู่บ้านจะมีการช่วยเหลือกันในการบูรณะซ่อมแซมประตู่ที่สำคัญของชนเผ่าซึ่งจะทำปีละครั้ง หรือประเพณีสร้างศาลาถวายในป่าเพื่อทำการไหว้ศาลเจ้าขอมาและขอให้การทำเกษตรของพวกเขาเป็นไปด้วยดี เทศกาลปีใหม่ไข่แดงเป็นการเอาวัตถุดิบในหมู่บ้านตนเองมาทาสีเพื่อแจกจ่ายถือเป็นการฉลองกันในช่วงเทศกาลปีใหม่ ส่วนประเพณีไล่ชิงช้า ประเพณีการตีลูกข่างนั้น จะเป็นประเพณีที่เน้นช่วงวัยรุ่นชงมากกว่า อย่างการไล่ชิงช้าก็จะเป็นเครื่องเล่นของผู้หญิงในหมู่บ้าน ส่วนการตีลูกข่างหมายถึงการบ่งบอกอายุของผู้ชายที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านทั้งเด็กและผู้ใหญ่

นอกจากนั้นยังมีพิธีกรรมการกินข้าวใหม่นี้เป็นการสืบต่อมาจากประเพณีการปลูกข้าวใหม่ที่ปลูกในช่วงแรกของการเกษตรซึ่งจะทำในช่วงพฤษภาคม ข้าวชุดนั้นจะถือเป็นข้าวใหม่ของฤดูกาลชุมชนดอยแม่สลองก็จะมี การเฉลิมฉลองกัน โดยผู้ที่ทำพิธีกรรมก็ต้องเป็นผู้นำทางศาสนา นอกจากนี้ชุมชนดอยแม่สลองยังมีการจัดงานเทศกาลร่วมกันทั้งดอยในช่วงปลายปีคืองานชิมชาซากระบานดอกไม้งาม ซึ่งภายในงานจะมีการรวมตัวของทุกคนเผ่า มีการแสดงชนเผ่า มีการขายผลิตภัณฑ์ของชนเผ่าทั้งผลิตภัณฑ์ทางเกษตรอย่างพริก กาแฟ ผัก ผลไม้ต่างๆ ไวน์ทั้งปกติ และไวน์องุ่นหรือหัตถกรรมชนเผ่าต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผู้ใช้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“แต่ช่วงปีใหม่สาภรณ์ครั้นเราก็จะมีงานชิมชาซึ่ง อดต.เราจะได้จัดขึ้น เป็นการโปรโมตสินค้าทางการเกษตรด้วย เป็นการแสดงศิลปวัฒนธรรมแต่ละชนเผ่าด้วย ก็จะมีบ้างแบบชนเผ่าดั้งเดิมนะครับ จัดตั้งให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาชม แล้วก็มีการแสดงวัฒนธรรมชนเผ่าให้นักท่องเที่ยวเข้ามาได้ชมด้วยนะครับ”

(นาย ข3, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

สำหรับความเชื่ออย่างการผ่านประตูผี ซึ่งชาวอาข่าทำอย่างหมู่ที่ 7 คือประตูที่ผ่านได้เฉพาะคนที่ตายเท่านั้น แต่หมู่ที่ 10 ที่เป็นชาวอาข่าเหมือนกันเริ่มนำเอาแนวคิดใหม่ๆ ตามโลกที่พัฒนาความเจริญเพิ่มมากขึ้นจะให้ประตูนี้เป็นประตูหมู่บ้านแทนทั้งคนเป็นและคนตายสามารถผ่านได้ นอกจากนี้ในเรื่องของปฏิทินเกษตรที่ระบุสัตว์แต่ละตัวที่ต่างออกไปเพื่อแนะนำเกษตรกรซึ่งเป็นความเชื่อในเชิงเกษตรไม่เช่นนั้นพืชผลทางการเกษตรอาจประสบปัญหาอย่างวันแพะ ห้ามทำไร่ข้าว เป็นต้น จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าภายในชุมชนดอยแม่สลองมีทุนภูมิปัญญา วัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีเหล่านี้เกิดการผสมผสานกัน แต่คนในชุมชนสามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขได้ สามารถอยู่ในวัฒนธรรมของกันและกัน เข้าใจซึ่งกันละกัน ตลอดมีหลักค่านิยมความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่ดั้งเดิมอันเป็นความเชื่อส่วนบุคคล

### ทุนทรัพยากรธรรมชาติ

พื้นที่ดอยแม่สลองนั้นแบ่งออกเป็นป่าเขตชุมชนคือ ป่าที่คนในชุมชนสามารถเข้ามาทำกินได้โดยไม่ทำลาย ธรรมชาติและป่าเขตสงวนคือป่าที่ห้ามบุกรุกเข้าไปทำกินเลย มิฉะนั้นจะถือว่าผิดกฎหมาย แต่เดิมชุมชนดอยแม่สลองประสบปัญหาในเรื่องของการเผาป่าเป็นอย่างมาก เนื่องจากง่ายต่อการจัดการพื้นที่ของเกษตรกรทำให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงคือ หนาดินเสีย ไฟลุกลาม และเกิดมลพิษทางอากาศ เป็นผลให้เกิดความเดือนร้อนแผ่ขยายเป็นวงกว้างทางชาวบ้านและหน่วยงานต่างๆ เลยช่วยกันรณรงค์ รวมถึงออกกฎเพื่อลดปัญหาการเผาป่า เช่น การทำแนวกันไฟ หรือถ้าต้องการเผาให้เผาพร้อมกันเป็นกลุ่มๆ ซึ่งชาวบ้านทุกคนก็ต่างร่วมไม้ร่วมมือกันจนปัญหานี้เริ่มทุเลาลง และล่าสุดในปีนี้ได้รับรางวัลชุมชนที่ไม่มีการเผาป่าเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับผู้ใช้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“คือเค้าตั้งกฎตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 100 วัน ห้ามเผาเด็ดขาดทุกชนิด จะขยะก็ไม่ได้ ถ้าวันขึ้นนี้ จะจับเลย”

(นาย ก1, สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2560)

นอกจากนี้ภายในดอยแม่สลองเองมีแหล่งน้ำทั้งแม่น้ำและลำห้วย โดยส่วนใหญ่ชุมชนใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำตามธรรมชาติเพื่อมาอุปโภคบริโภคครัวเรือน รวมถึงการทำเกษตรกรรม เรียกกันว่า ประปาภูเขา และด้วยสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศของดอยแม่สลองทำให้มีจุดเด่นในเรื่องของการปลูกพืชพันธุ์ผลไม้ที่สามารถขึ้นได้ดี เฉพาะบนที่สูงและมีภูมิอากาศหนาวเย็นทำให้ในปัจจุบันนี้จึงมีพืชพันธุ์ผลไม้หลากหลาย เช่น ชา กาแฟ ลิ้นจี่ เชอร์รี่ องุ่น สตอเบอร์รี่ รวมถึงเบบี๋คอส เบบี๋ฮ่องเต้ ผักตระกูลสลัดด้วยที่เพิ่งเข้ามาใหม่ที่ทดแทนการปลูกข้าวโพด และผลผลิตทางการเกษตรที่แตกต่างจากที่อื่นๆ ก็มีการนำมาแปรรูปและประยุกต์รวมกับวัฒนธรรมอาหารให้เกิดความ

เป็นเอกลักษณ์ เช่น ยำใบชาสด หมูทอดใบชาอุ้มหลุง เป็นผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเข้ามาลองชิม และซื้อของกลับไปฝากที่บ้าน ทำให้ชาวบ้านสามารถนำประโยชน์จากจุดนี้เพื่อใช้เองภายในครัวเรือนและหาเลี้ยงชีพได้ ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“ดอยแม่สลองนี้จะแตกต่างจากตำบลอื่น คือมีพืชผลทางเกษตรอย่างชา กาแฟเนอะ และผลไม้เมืองหนาว ผักเมืองหนาวปลอดสารพิษต่างๆ”

(นายข3, สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าชุมชนเองมีทุนทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และมีการใช้ประโยชน์ร่วมกัน สามารถสร้างชื่อเสียง สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้ ซึ่งชุมชนเองก็มีการอนุรักษ์ไว้ด้วยกันเพื่อที่จะสามารถมีทรัพยากรใช้ได้อย่างยั่งยืนส่งต่อไปยังคนรุ่นหลังให้มีกินมีใช้ได้

### สถานการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นส่วนใหญ่ โดยส่วนใหญ่ที่คนนิยมเดินทางกันมักจะเป็นช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาวหรืออยู่ในช่วงปลายปีและต้นปีนั่นเอง โดยที่เหตุผลหลักๆ ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือธรรมชาตินั้น อันเนื่องมาจากบรรยากาศที่ดีได้สัมผัสกับธรรมชาติไม่ว่าจะไร่ชา กาแฟ สวนเกษตร หรือการทำเกษตรแบบอื่นๆ ช่วยให้อ่อนคลายจากการทำงานหรือความเครียดได้ อีกทั้งทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้เรียนรู้ถึงเสน่ห์วิถีการทำเกษตรของชาวบ้านและวัฒนธรรมในท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“น้ำขอธรรมชาติ และที่นี้ก็ธรรมชาติเยอะอยู่นะนี่ก็อากาศเย็นเกือบทั้งวันเลย มาเที่ยวอากาศแบบนี้สบายจริงๆ อีกอย่างได้เห็นพวกวิถีชีวิตชาวบ้านของที่นี่ วัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆ ด้วย มันก็เป็นเสน่ห์แหละ ทั้งธรรมชาติทั้งวิถีชีวิต มันก็จะเห็นตามแหล่งธรรมชาติที่มีอะแหละ”

(นักท่องเที่ยว ข, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2560)

ซึ่งจุดเด่นของดอยแม่สลองนั้นคือด้านสภาพอากาศที่ไม่ร้อนจัดและความสงบของพื้นที่อีกทั้งและเรื่องของไร่ชาที่เป็นหลักเพราะฉะนั้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสส่วนใหญ่จะเป็นในเชิงเกษตร ไม่ว่าจะเป็นการดูพวกไร่ชา ชงชา ชิมชา การเก็บชาจากคนท้องถิ่นหรือการเก็บเกี่ยวความรู้เรื่องชาจากคนท้องถิ่น และกิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวนิยมจะเป็นการถ่ายรูป ชิมอาหารท้องถิ่นต่างๆ อย่างเช่นหมูทอดใบชา หรือยำใบชาของชาวเงินยูนนาน หรือการเดินทางตลาดนัดที่มีการขายของๆ ชาวบ้านชมพวกหัตถกรรมท้องถิ่นอย่างเสื้อผ้าของใช้หรือประเภทเครื่องเงินที่มาทำเป็นเครื่องประดับของชนเผ่าที่สวยงามแปลกตาเพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องมีการซื้อของฝากอย่างของกินหรือของที่ระลึกถึงสถานที่นั้นๆ โดยสิ่งที่ขึ้นชื่อของดอยแม่สลองก็คือชา นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีโอกาสในการสัมผัสกับบรรยากาศการนอนโฮมสเตย์ของชาวบ้านหรือทานอาหารที่ได้มาจากวัตถุดิบของไร่แบบสดๆ เพื่อให้ได้ความเต็มอิ่มในการสัมผัสกับบรรยากาศแบบท้องถิ่นแท้ๆซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“ก็อยากคะ ชาไม่ได้จริงๆ พวกขนมท้องถิ่นแปลกๆ ของที่ระลึกแบบที่มันใช้งานได้จริงๆอย่างพวกกระเป่า ถูผ้า คือเวลาเราไปเที่ยวอะเนอะเราก็อยากได้พวกของที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่นนั้นๆ เช่นที่ดอย เค้าเด่นเรื่องชาใช้ไหมละก็ต้องเป็นพวกผลิตภัณฑ์ที่มาจากพวกชาอะคะ”

(นักท่องเที่ยว ก, สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2560)

ในส่วนของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมที่ต้องการเพิ่มมากขึ้นจะอยู่ในรูปแบบของการลงพื้นที่จริง ทำเอง ปลูกเองและนำมาประกอบอาหารเอง การเรียนรู้การทำเกษตรกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น อย่างการได้ชมการสาธิตการเก็บเกี่ยวแบบฉบับวิถีพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือกิจกรรมการชงชา เนื่องจากดอยแม่สลองมีผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับความนิยมก็คือชา นักท่องเที่ยวสามารถชิมชาและดูการสาธิตการชงชาได้ โดยถ้ามีการเปิดให้ทำกิจกรรมการชงชาแบบจริงจัง มีผู้ให้ความรู้ที่ถูกต้อง มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามด้วยความพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีบทบาทเข้ามาเกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิต ทำให้คนเราโหยหาความเรียบง่ายแบบเดิมๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนดอยแม่สลองส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบดั้งเดิมมากกว่าเกษตรแบบใหม่ เพราะสามารถเข้าถึงตัวเกษตรกรได้มากกว่าหรือเปิดโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ ของเขาและได้โอกาสในการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมไปถึงได้เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ให้คงอยู่ต่อไป

ซึ่งสิ่งที่นักท่องเที่ยวแม่สลองต้องการให้ชุมชนพัฒนาต่อไปในอนาคตนั้นคือการที่มีคนมาดูแลจัดการให้ชุมชนยังมีวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมคงเดิม ไม่ให้มันเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและสร้างจุดเด่นออกมาเพื่อดึงดูดคนให้เข้ามาท่องเที่ยวเช่น ในเรื่องวัฒนธรรมอาหารอยากให้ดึงออกมาและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับประทานได้ รวมถึงอยากให้ประชาสัมพันธ์มากขึ้น เวลามีกิจกรรมอะไรจะได้ทราบและสามารถเดินทางเข้าไปทำกิจกรรมนั้นได้ทันเวลา

## สรุปผลการศึกษา

### แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากการศึกษาสามารถแบ่งพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการจัดหมวดหมู่แหล่งประเมิน 13 แห่ง ออกมาเป็น 3 ระดับ คือ 1. พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในกลุ่มนี้ประกอบไปด้วย ไร่ชา ร้านน้ำชาและรีสอร์ทหงษ์ฝู ไร่ชา ร้านน้ำชา รีสอร์ทและร้านอาหารวังพุดตาล ไร่ชา ร้านน้ำชาและโรงงาน 101 และภูมินิยมฟาร์ม ซึ่งเป็นสวนเกษตรแบบผสมผสานทั้งผักและผลไม้ 2. พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนา ซึ่งในกลุ่มนี้ประกอบไปด้วย สวนนางเหยียงขุนแซ่ลี (สวนเกษตรผสมผสาน) และโครงการพัฒนาพื้นที่สูงของโครงการหลวงแม่สลอง (แปรงเรียนรู้การปรับระบบการผลิตทางเกษตรบนพื้นที่สูง) 3. พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องได้รับการพัฒนาในระยะยาว ซึ่งในกลุ่มนี้นั้นจะประกอบไปด้วย หมู่บ้านอาแบหมู่ที่ 7 (ปศุสัตว์หมูดำและไร่ข้าว, ไร่ข้าวโพด) หมู่บ้านธาตุมูที่ 4 (ปศุสัตว์ไก่กระดุกดำและสวนเกษตรผสมผสาน) หมู่บ้านแม่จันหลวง-แม่เตอ หมู่ที่ 10 (ไร่กาแฟ) หมู่บ้านพนาสวรรค์หมู่ที่ 9 (ไร่กาแฟ) และไร่อาเคอะ

ดอยแม่สลองจึงสามารถส่งเสริมตัวเองให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เนื่องจากมีพื้นที่หลากหลายและนักท่องเที่ยวก็สามารถเข้ามาเรียนรู้วิถีการเกษตร วิธีการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถเรียนรู้วิถีการแปรรูปผลิตภัณฑ์และนักท่องเที่ยวยังมีโอกาสในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็น การส่งเสริมรายได้



## ทุนทางสังคมในชุมชน

### ทุนมนุษย์

ทุนมนุษย์ที่สำคัญของชุมชนดอยแม่สลอง คือ ผู้ใหญ่บ้านหรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่าแม่หลวงหรือพ่อหลวง รวมถึงคณะกรรมการและกำนันดอยแม่สลองที่เป็นผู้ที่ชาวบ้านให้ความเชื่อใจในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขปัญหาภายในหมู่บ้าน รวมไปถึงการเสนอแนวคิดเพื่อพัฒนาและยื่นของบประมาณเพื่อพัฒนาหมู่บ้าน โดยทำการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานและภายในชุมชนยังมีผู้นำทางศาสนาที่คอยให้คำปรึกษาในเรื่องของ ประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ พร้อมเป็นแกนหลักในการทำพิธี แต่ไม่ว่าอย่างก็ตามถึงแม้ในชุมชนเองต่างมีความหลากหลายทางเชื้อพันธุ์แต่ยังคงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามัคคี ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ร่วมแรงร่วมใจกันไปทำไม่ว่าจะเป็นงานที่ต่างความเชื่อหรือต่างศาสนากันก็ตาม มีความรักและห่วงหาพันที่ชุมชนของตัวเอง เป็นผลให้เกิดอาสาสมัครมากมายที่ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความปลอดภัย เรื่องการพัฒนาหมู่บ้าน สิ่งเหล่านี้เองจะเป็นส่วนส่งเสริมให้เป็นพลังขับเคลื่อนพัฒนาตนเองให้กลายเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งได้

### ทุนสถาบัน

กลุ่มหรือองค์กรในชุมชนดอยแม่สลองส่วนใหญ่เกิดมาจากการรวมกลุ่มของคนในพื้นที่เองเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันและรับผลประโยชน์ร่วมกัน โดยกลุ่มที่มีความโดดเด่นมีอยู่ด้วยกันดังนี้

1. องค์กรบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอก จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือชาวบ้านที่อยู่ในบริเวณตำบลแม่สลองนอก ทั้งหมดคอยประสานงานจากเบื้องบนและผู้ใหญ่บ้านกับคณะกรรมการหมู่บ้านเพื่อที่จะสามารถช่วยเหลือได้อย่างทั่วถึง
2. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงของโครงการหลวงแม่สลอง (สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง) คอยช่วยเหลือสนับสนุนชาวบ้านที่มีปัญหาในการทำเกษตร รวมถึงผู้อยากทดลองเปลี่ยนการปลูกอะไรใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง โดยเจ้าหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำและตรวจลงพื้นที่ไร่ของชาวบ้าน รวมถึงประสานงานกับโครงการหลวงในการส่งผลผลิตของชาวบ้านไปซึ่งเป็นการช่วยเรื่องการตลาดและการประกันราคาผลผลิต
3. สหกรณ์การเกษตรแม่สลอง จัดตั้งขึ้นมาคอยให้ความช่วยเหลือแก่ชาวบ้านที่ทำเกษตรกรรมในเรื่องของทุนในการทำเกษตร โดยสามารถกู้ยืมได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำเพราะมีทางกรมการเกษตรคอยให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนอยู่เพียงแค่นี้โครงการแก่สหกรณ์
4. อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) และชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.) เป็นกลุ่มที่ดูแลเรื่องความปลอดภัย ทำหน้าที่ช่วยเหลือพี่น้องประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ดอยแม่สลองรวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา
5. กลุ่มพัฒนาดอยแม่สลองหรือกลุ่มปรับภูมิทัศน์ดอยแม่สลอง มีจุดมุ่งหมายที่อยากพัฒนาชุมชนและสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน ปัจจุบันเน้นในเรื่องของการปรับภูมิทัศน์ดอยแม่สลองให้ดูร่มรื่นซึ่งเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับดอยแม่สลอง เพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว
6. กลุ่มคนรักแม่สลอง เกิดจากคนในชุมชนได้มีโอกาสไปทำงานต่างถิ่น เมื่อพอมีฐานะจึงรวมตัวกันคอยช่วยเหลือพี่น้องชาวดอยแม่สลอง ช่วยเหลือและคอยส่งเสริมสนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น ทุนการศึกษาของเด็กเล็กและเบี้ยเลี้ยงผู้สูงอายุ

### ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม

ทุนทางด้านภูมิปัญญาวัฒนธรรมในชุมชนมีหลากหลายเพราะทั้งขนาดของพื้นที่และความหลากหลายของเชื้อชาติที่ประกอบไปด้วยถึง 7 ชนเผ่า นอกจากจะมีการทำการเกษตรที่แตกต่างกันคือ คนจีนยูนนานจะเน้นปลูก

ชาและคนอาช้ำจะเน้นปลูกข้าว ข้าวโพด เป็นต้น นอกจากนั้นด้านของภูมิปัญญาการทำพวกหัตถกรรมชนเผ่าเช่น กระเป่าใส่ของและการแต่งกายชุดประจำเผ่าของตัวเองจะแตกต่างกัน ซึ่งชนเผ่าที่มีความเป็นเอกลักษณ์และยังคงอยู่มากที่สุดจะเป็นชนเผ่าอาช้ำ โดยสามารถแบ่งประเพณีสำคัญออกเป็นดังนี้

1. เทศกาลไข่แดง เป็นการเฉลิมฉลองของชนเผ่าอาช้ำ โดยเป็นการเอาวัตถุดิบในหมู่บ้านตนเองมาทาสี เพื่อแจกจ่ายถือเป็นการฉลองกันในช่วงเทศกาลปีใหม่ จัดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม
2. พิธีกรรมทำประตุมูบ้าน คือประตุมูในแบบดั้งเดิม คือทูกๆ ปีนั้นชาวบ้านในหมู่บ้านจะช่วยเหลือกัน ในการบูรณะซ่อมแซม ถ้าหมู่บ้านใดเครื่องครัดคนตายเท่านั้นสามารถผ่านประตูนี้ได้จัดในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม
3. ประเพณีการไหว้บรรพบุรุษหรือไหว้ศาลเจ้า ชาวบ้านไปสร้างศาลไว้ในป่าเพื่อเป็นการกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เจ้าป่าเจ้าเขาซึ่งตามศรัทธาคือการขอพรให้การเพาะปลูกทางด้านเกษตรกรรมเป็นไปด้วยดีโดยจัดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม
4. ประเพณีปลูกข้าวใหม่และกินข้าวใหม่ปลูกข้าวใหม่จะจัดขึ้นในช่วงแรกของการเกษตรคือช่วงเดือนพฤษภาคม ข้าวที่ได้จะถือเป็นข้าวใหม่และทำการเฉลิมฉลองกัน โดยผู้ที่ทำพิธีกรรมเป็นผู้นำทางศาสนา โดยจัดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม
5. ประเพณีไล่ชิงช้า การไล่ชิงช้าก็จะถือว่าเป็นเครื่องเล่นของผู้หญิงในหมู่บ้าน โดยมีผู้ชายไปช่วยสร้างไล่ชิงช้าเตรียมไว้และฆ่าหมูไว้ก่อนถึงวันงาน โดยจัดขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคม
6. ประเพณีปีใหม่มูลกช่าง ปีใหม่มูลกช่างหรือการตีลูกช่างเป็นประเพณีที่จัดขึ้นก่อนขึ้นปีใหม่เพื่อเป็นการบ่งบอกอายุของผู้ชายที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านทั้งเด็กและผู้ใหญ่ โดยจัดขึ้นในช่วงเดือนธันวาคม

นอกจากนั้นยังมีการจัดงานเทศกาลร่วมกันในช่วงปลายปีคืองานชิมชาซากุระบานดอกไม้งาม ซึ่งภายในงานเทศกาลนี้จะมีการรวมตัวของทุกคนเผ่า มีการแสดงชนเผ่า มีการขายผลิตภัณฑ์ของชนเผ่าไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางเกษตรอย่างพวกชา กาแฟ ผัก ผลไม้ต่างๆ ไวน์ทั้งปกติและไวน์องุ่นหรือหัตถกรรมชนเผ่าต่างๆ

### ทุนทรัพยากรธรรมชาติ

ชุมชนดอยแม่สลองตั้งอยู่บนภูเขาสูงประมาณ 1200 เมตรจากระดับน้ำทะเล มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่แตกต่างจากพื้นที่ราบโดยมีป่าไม้เป็นบริเวณกว้าง ซึ่งจะแบ่งออกเป็นป่าเขตชุมชนและป่าเขตสงวน อีกทั้งมีแหล่งน้ำทั้งแม่น้ำและลำห้วย โดยใช้ประโยชน์เพื่อมาอุปโภคบริโภคในครัวเรือนรวมถึงการทำเกษตรกรรม มีการใช้ระบบทรัพยากรน้ำที่เรียกว่าประปาภูเขาโดยแต่ละหมู่บ้านเองจะมีจุดที่ดึงน้ำจากแหล่งธรรมชาติไม่เหมือนกัน ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่แหล่งน้ำใกล้หมู่บ้านเพื่อสะดวกในการใช้สอยพืชพันธุ์ผลไม้อีกมีหลากหลายเช่น ชา กาแฟ ลิ้นจี่ เชอร์รี่ ฝรั่ง รวมถึงเบบี๋คอส เบบี๋ฮ่องเต้ ผักตระกูลสลัดที่เพิ่งเข้ามาใหม่โดยทดแทนการปลูกข้าวโพด ทำให้ชาวบ้านสามารถนำประโยชน์จากจุดนี้เพื่อใช้เองภายในครัวเรือนและหาเลี้ยงชีพได้ คนในพื้นที่ส่วนใหญ่นิยมปลูกชา กาแฟเพราะผลผลิตที่ออกมาจะดีกว่าปลูกที่อื่น และสามารถนำไปแข่งขันกับที่อื่นได้ นอกจากนั้นยังนำมาแปรรูปและประยุกต์รวมกับวัฒนธรรมอาหารให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์เช่น ยำใบชาสด หมูทอดใบชาอุ๋หลง เป็นผลให้มินักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เข้ามาลองชิมและซื้อของกลับไปฝากที่บ้าน



รหัส	ความหมาย
A1	บูรณาการองค์ความรู้ความสามารรถ และแลกเปลี่ยนให้แก่วิธีการ-โรคร่วมข้าม
A2	ผู้กำกับ ผลิตภัฑ์ หรือฝ่ายผู้ร่วมทีม มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ มีหัวใจ มีความรู้ ให้สามารถร่วมผลิตผลงานบูรณาการ
A3	ผู้กำกับ ผลิตภัฑ์ หรือฝ่ายผู้ร่วมทีม มีความสามารถให้บูรณาการผลิตภัณฑ์กับ-ชีวิตชีวิต สังคม และสังคม
A4	ผู้กำกับ ผลิตภัฑ์ หรือฝ่ายผู้ร่วมทีม ได้บูรณาการ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของงานบูรณาการ
A5	งานบูรณาการปฏิบัติมีความถูกต้อง-มีคุณภาพชีวิตมีนวัตกรรมที่ส่งเสริมงานบูรณาการ
A6	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกัน สามารถเชื่อมโยง-วัด ได้กับผลิตภัณฑ์ของงานบูรณาการ
A7	งานบูรณาการมีความรู้วิสัยทัศน์ร่วมกัน ร่วมมือซึ่งกันและกัน จนเกิดผลกระทบทางสังคม
A8	บูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกัน ให้แก่-นักวิจัยหลากหลายที่สนับสนุน
B1	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
B2	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้ามที่ได้
B3	การรวมตัวขององค์ความรู้จากทั้ง-สาขาวิชาต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
B4	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้ามที่ได้
B5	องค์ความรู้จากทั้ง-สาขาวิชาต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
C1	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
C2	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
C3	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
C4	มีความรู้ ความเข้าใจ ความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
C5	งานบูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
C6	ร่วมศึกษาร่วม-โรคร่วมข้ามที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
D1	บูรณาการ ให้แก่-โรคร่วมข้ามจากสาขาวิชาต่าง ๆ ร่วมกัน
D2	บูรณาการมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกันที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
D3	มีจุดมุ่งหมายร่วมกันจากสาขาวิชาต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
D4	ร่วมศึกษาร่วม-โรคร่วมข้ามที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
D5	มีจุดมุ่งหมายร่วมกันจากสาขาวิชาต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม
D6	มีการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้ามที่มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาร่วม-โรคร่วมข้าม

จากข้อมูลดังกล่าวนั้นชุมชนดอยแม่สลองมีทุนทางสังคมที่สมบูรณ์และหลากหลาย จึงทำให้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ นอกจากนี้เป็นการใช้ต้นทุนที่มีอยู่ให้เกิดคุณค่า ยังเป็นวิธีที่ส่งเสริมประสบการณ์และความรู้ใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนใครแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยแม่สลองนั้นจะมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ โดยนิยมเดินทางกันช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาวในช่วงปลายปี-ต้นปี โดยเหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวเนื่องมาจากทั้งบรรยากาศที่ดีได้สัมผัสกับธรรมชาติอันสวยงามจากการทำงานหรือความเครียดได้ อีกทั้งทำให้มีโอกาสเรียนรู้ถึงเสน่ห์ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำในระหว่างท่องเที่ยวก็คือ การถ่ายรูปชิมอาหารท้องถิ่นต่างๆ เดินตลาดนัดชมพวกเครื่องประดับจากเครื่องเงิน หรือการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างการนอนโฮมสเตย์ของชาวบ้าน ได้ร่วมทานอาหารที่ได้มาจากวัตถุดิบของไร่แบบสดใหม่เพื่อให้ได้มาความเต็มอิ่มในการสัมผัสกับบรรยากาศแบบท้องถิ่นแท้ๆ ซึ่งจุดเด่นของดอยแม่สลองนั้นจะเน้นในเรื่องสภาพอากาศที่ไม่ร้อนจัด ความสงบของพื้นที่ และพื้นที่การปลูกไร่ชาที่ทำให้มีกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นการดูพวกไร่ชา ชงชา ชิมชา การเก็บชาจากคนท้องถิ่นหรือการเก็บเกี่ยวความรู้ที่ได้จากชาซึ่งส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวก็มักจะซื้อชาเป็นของฝาก

กลับเพราะเป็นของขึ้นชื่อของดอยแม่สลอง ชาจึงมักเป็นตัวเลือกแรกๆ ในการซื้อกลับไป นอกจากนี้ก็จะมีขนมหรือหัตถกรรมท้องถิ่นอย่างกระเป๋ากุ้ง ผ้าที่ทำจากชาวบ้าน

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนดอยแม่สลองมีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบดั้งเดิมมากกว่าเกษตรแบบใหม่ เนื่องด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบดั้งเดิมสามารถที่จะเข้าถึงตัวเกษตรกรได้มากกว่า ได้เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและได้เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ให้คงอยู่ต่อไป อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังในเรื่องของกิจกรรมโดยต้องการที่จะลงพื้นที่จริง ทำเอง ปลูกเองและนำมาประกอบอาหารเอง ชมการสาธิตการเก็บเกี่ยวแบบฉบับวิถีพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและการชงชา รวมถึงการเรียนรู้การทำเกษตรกรรม เพราะทำให้ตัวเขารู้สึกว่าเขาได้เข้าถึงที่นี้และได้ลองใช้ชีวิตตามแบบฉบับที่เหมือนชุมชนนี้จริง และมีความเห็นว่าหากมีการมีคนนำเที่ยวหรือมีไกด์คอยบอกทางให้ความรู้ก็ถือว่าเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถได้รับความรู้ได้ครบวงจร แต่ข้อเสียก็คือเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าและไม่อิสระ นอกจากนั้นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ชุมชนพัฒนาคือ อยากให้มีคนมาดูแลจัดการให้ชุมชนยังมีวิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรมคงเดิม และในเชิงเรื่องวัฒนธรรมอาหารออกมาและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับประทานได้และการประชาสัมพันธ์มากขึ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้

## อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยพบว่าทุนทางสังคมคือ สิ่งดีๆ ที่มีอยู่ในชุมชนประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล หรือปราชญ์ชาวบ้าน เครือข่ายของการรวมตัวกันในรูปแบบต่างๆ ซึ่งส่งผลให้ผู้มีส่วนร่วมสามารถระทำการร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพในการบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน สถาบันพระปกเกล้า (2554: 7) ซึ่งชุมชนดอยแม่สลองนั้น มีทุนทางสังคมในชุมชน ด้านทรัพยากรบุคคล มีผู้ใหญ่บ้านที่ได้รับความเชื่อถือใจของชาวบ้านในการทำงานพัฒนาหมู่บ้านหรือคอยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและผู้นำทางศาสนาที่คอยให้ความรู้ในเรื่องการประกอบพิธีกรรม รวมถึงคนในชุมชนเองมีความสัมพันธ์อันดี สามัคคีกัน

จากผลการวิจัยพบว่าทุนทางสังคมของดอยแม่สลองนั้นประกอบไปด้วย 4 ตัวคือ ทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม และทุนทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกันและเป็นตัวช่วยพัฒนาชุมชนดอยแม่สลองให้ก้าวต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ชลดา บุญอยู่ (2556) ศึกษาเรื่องทุนทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา บ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร พบว่าชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์เป็นชุมชนที่มีทุนทางสังคมที่หลากหลาย ได้แก่ มีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถ มีกลุ่มองค์กรต่างๆ ที่คอยช่วยเหลือกันในชุมชนมีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่นเป็นเวลานานและมีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์สามารถนำเอาทุนทางสังคมนั้นมาใช้ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นไปโดยที่สมาชิกทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม ทำให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ดอยแม่สลองมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลายประเภทกระจายทั่วทั้งชุมชน ซึ่งสอดคล้องตามสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544) ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีรูปแบบการทำนา เกษตรผสมผสาน สวนผลไม้ เกษตรเชิงอนุรักษ์ผสมผสานกับวัฒนธรรมชาวไทยภูเขา การศึกษาและศูนย์วิจัยทดลองของหน่วยงานราชการต่างๆ โครงการหลวงและโครงการตามพระราชดำริ ชุมชนเกษตรกร สวนเกษตรหรือฟาร์มของเอกชน ตลาดการเกษตร โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเรียนรู้วิถีการเกษตร วิธีการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถเข้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆ ทั้งในเชิงของทักษะทางด้านการเกษตร วิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) ว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและเป็นการนำเอา

ทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่นจะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

นอกจากนั้นยังมีทรัพยากรอื่นๆ ที่ชี้ว่าพร้อมเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นตัวชุมชน ทรัพยากรมนุษย์ วิถีชีวิตประเพณีและลักษณะของกิจกรรมที่หลากหลายจนสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของปีรันธ์ ชิดโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่ามีองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง 5 องค์ประกอบคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destination) ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Locals) กิจกรรม หรือ สินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative Activities & Products) และการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Creative Communication) ทำให้ดอยแม่สลองมีคุณสมบัติพร้อมเปิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์หมายถึง การท่องเที่ยวเน้นการปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นในการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณี เพื่อเป็นการเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ควบคู่ไปกับการทำประโยชน์ในการสร้างรายได้แก่ชุมชน และสามารถพัฒนากิจกรรมออกมาเป็นรูปแบบดังนี้

1. การเข้าชมไร่ชาและเก็บยอดใบชาตามวิถีเกษตร เรียนรู้การชงชาและชิมชาวิธีที่ถูกต้อง โดยมีบุคลากรจากคนในพื้นที่คอยให้คำแนะนำตั้งแต่ประเภทของชา การชงชาแบบจีน การดมกลิ่นชา และการชิมชา
2. การผลิตชา เริ่มตั้งแต่พนักงานท่องเที่ยวจะเป็นผู้เก็บใบชาเอง นำไปเข้าโรงงานตามกระบวนการคือการผึ่งแดดเข้าห้องหมักชา เขย่ากลิ่น คั่วใบชา นวดใบชา การอัดเม็ด อบแห้ง เข้าตู้อบและบรรจุเข้าห่อ พร้อมติดเป็นชื่อแบรนด์ของตนเองได้
3. การผลิตชาสูตรโบราณให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปร่วมกิจกรรมแบบระยะสั้น โดยใช้เวลาเพียง 12 ชั่วโมง และเป็นการเรียนรู้และถ่ายทอดวิธีการทำชาดั้งเดิม สามารถสร้างความภาคภูมิใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วม
4. ทำหัตถกรรมจากใบชา โดยนำใบชานำมาทำเป็นบุหงารำไปมีประโยชน์คือจะช่วยให้การดูดกลิ่นไม่พึงประสงค์
5. การเก็บผลผลิตนำมาแปรรูป แบบวิธีพื้นบ้าน เช่น การนำบ้วยหรือเซอร์ริมาทำการเชื่อม ดองหรืออบแห้ง หรือจะเป็นการเก็บองุ่นที่ไม่สวยงามมาทำการหมักให้กลายเป็นไวน์
6. ลงมือปลูกจริงกินเอง ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติปลูกจริงพร้อมกับเกษตรกรและทำการตัดป้ายชื่อแปลงไว้ โดยค่าใช้จ่ายบางส่วนนักท่องเที่ยวเป็นคนลงทุนเองและเกษตรกรเป็นผู้ดูแล ผลผลิตที่ได้ส่วนหนึ่งเกษตรกรจะนำไปสร้างรายได้ อีกส่วนจะส่งกลับไปให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงผลผลิตของตนเองที่ลงมือปลูกและได้รับประทานจริง
7. ทำอาหารท้องถิ่นจากวัตถุดิบภายในไร่ เป็นการทำอาหารโดยนำผลผลิตจากในไร่หรือจากสวนของชาวบ้านบนดอยแม่สลอง และนำมาประกอบอาหารท้องถิ่นโดยมีเกษตรกรที่เป็นชาวบ้านเองเป็นผู้สอน เช่น เก็บใบชานำมาทำยำใบชาสด
8. หัตถกรรมจากหญ้าคา โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปในป่าพร้อมกับชาวบ้านเพื่อเก็บต้นหญ้าคา มาทำหัตถกรรมเป็นส่วนหนึ่งของบ้านอาชาหรือไม้กวาดหญ้าคาที่ใช้ได้จริง รวมถึงเป็นการเข้าไปเที่ยวในตัวหมู่บ้านพร้อมสัมผัสการใช้ชีวิตหรือวิธีการแต่งกายแบบชาวอาชาที่สำคัญการทำหัตถกรรมแบบนี้ไม่สามารถหาที่อื่นได้นอกจากหมู่บ้านที่มีชนเผ่าอาชา
9. ประเพณีกินข้าวใหม่เป็นพิธีกรรมทางการเกษตรโดยข้าวที่ได้มาจากไร่ในการเก็บรอบแรกของปีจะมีการนำมารวมกันหุงกินกันทั้งหมู่บ้านโดยมีผู้นำทางศาสนาเป็นผู้ทำพิธีกรรม ผู้เข้าร่วมจะต้องนั่งเรียงกันและให้ผู้นำทางศาสนาเป็นผู้ป้อน โดยเชื่อว่าจะเป็นสิริมงคลแก่ตัวเอง

โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมในเชิงเกษตรที่ควบคู่ไปกับการนำเสนอประสบการณ์หรือสิ่งที่น่าสนใจที่จับต้องไม่ได้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส โดยเป็นการผลักดันให้ได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ Richards (2010) ว่า คุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวจากการที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมโดยมีสินค้าหลักคือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม และเปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ที่จับต้องไม่ได้แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ อีกทั้งยังเปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่วัฒนธรรมประจำวัน โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย เกิดโอกาสมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่นที่โดดเด่นแตกต่างกันแต่ละชุมชน มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สามารถดึงมาเป็นเอกลักษณ์และพัฒนาเป็นสินค้า

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐควรเร่งรัดเข้ามาจัดการเส้นทางคมนาคมบางพื้นที่เนื่องจากลักษณะทางกายภาพโดยรวมของพื้นที่ดอยแม่สลองนั้นเป็นพื้นที่ภูเขาสูง จึงเป็นผลให้บางเส้นทางหลักที่เข้าหมู่บ้านบางหมู่บ้านไม่สะดวกในการเข้าถึง
2. ตัวแทนของทุกหมู่บ้านควรมีการจัดการประชุมกันในเรื่องของการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ทุกคนพยายามรักษาประเพณีวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมภายในพื้นที่ของตน เพราะเป็นส่วนช่วยให้ทุนทางภูมิปัญญาวัฒนธรรมของดอยแม่สลองยังคงสืบต่อไปและกลายเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้
3. ในแหล่งท่องเที่ยวของดอยแม่สลองเองบางพื้นที่ต้องมีการพัฒนาในเรื่องของความปลอดภัยในการทำกิจกรรม ความสะอาดเรียบร้อยของพื้นที่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อนักท่องเที่ยว รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
4. หมู่บ้านในชุมชนดอยแม่สลองทุกหมู่บ้านควรมีกิจกรรมกลุ่มแม่บ้านเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับคนในหมู่บ้าน นอกจากการเกษตรอย่างการรวมกลุ่มในเชิงเกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปะหัตถกรรมชนเผ่ายังคงขาดแคลน ทำให้ศิลปะเหล่านี้อาจเลือนหายไป
5. หน่วยงานภาครัฐหรือ อบต.ควรสนับสนุนเรื่องพืชที่มีชื่อเสียงของดอยแม่สลองอย่างชาหรือกาแฟ โดยการส่งเสริมสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์เป็นชื่อของดอยแม่สลอง เพื่อเป็นการตลาดให้ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น
6. แหล่งท่องเที่ยวควรมีการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวประเภทไร้ชาที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ อาจให้คนท้องถิ่นที่เป็นชนเผ่าเข้ามาสร้างที่พักอาศัยตามแบบฉบับวัฒนธรรมของตนเอง อีกทั้งยังสามารถทำการเกษตรกรรมเล็กๆ ในส่วนของตนเองได้ กรณีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนพื้นที่จะได้เที่ยวทั้งไร้ชาที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตของชนเผ่า ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจได้เรียนรู้ขั้นตอนการเก็บชา หรือการนำทางในการท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติได้จากคนท้องถิ่น โดยเป็นการสร้างประโยชน์ทั้งสองฝ่ายคือนักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตแบบท้องถิ่นและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นเช่นเดียววัน
7. องค์การบริหารส่วนตำบลควรสนับสนุนเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิต 7 ชนเผ่า อย่างการจัดพื้นที่เพื่อให้ชนเผ่าทั้ง 7 ชนเผ่ามารวมตัวขายผลิตภัณฑ์หรือพืชผลทางเกษตรของตนเอง แสดงศิลปวัฒนธรรมของตนเองผสมผสานไปกับการแต่งกายในแบบฉบับชนเผ่าในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมภายในพื้นที่ของตนเพิ่มมากขึ้นทดแทนกับงานประจำปีที่มีเพียงแค่หนึ่งครั้ง ถือเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้รู้ว่าดอยแม่สลองมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นและสามารถมาเยี่ยมชมวิถีชีวิตเหล่านี้ได้ในช่วงสุดสัปดาห์

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาทุนทางสังคมกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่นเพื่อที่จะได้นำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์
2. ควรมีการศึกษาทุนทางสังคมกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยังไม่ถูกพัฒนาอย่างเต็มตัว เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของงานวิจัยและเป็นการลดขนาดของกลุ่มเป้าหมาย
3. ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนในเรื่องของทุนทางสังคม ในจำนวนที่มากกว่านี้ เพื่อเป็นการเจาะลึกถึงทุนทางสังคมของชุมชนดอยแม่สลอง

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรมการท่องเที่ยว. (2558). **คู่มือการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). **ท่องเที่ยวเชิงเกษตร : การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เสริมสร้างความ มั่งคั่งให้แก่เกษตรกร**. กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. สำนักพัฒนาเกษตรกร. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560** (Online). <http://www.mots.go.th/>, 27 มกราคม 2560.
- ชลดา บุญอยู่. (2556). **ทุนทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษา บ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอหนองสรวง จังหวัดชุมพร**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ชาติชาย ณ เชียงใหม่. (2543). **การบริหารการพัฒนาชนบทเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน**. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.
- ณัฐชยา ผิวเงิน. (2554). **บทบาททุนทางสังคมในการพัฒนาชุมชนบ้านปลาค้าว ตำบลปลาค้าว อำเภอเมืองจังหวัดอำนาจเจริญ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ทินกฤต นุตวงษ์. (2554). **มาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรป่าไม้โดย ชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งยาวกับชุมชนบ้านหนองไซ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: ธรรมสาร.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559). **สศก.ประเมินท่องเที่ยวเชิงเกษตรโต 8-9% เม็ดเงินกว่า 1.38 หมื่นล้านเผยสวนผลไม้ไทยสุดฮอต**. (Online). [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1468322597.27](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1468322597.27) มกราคม 2560.



- ปรีรันธ ชินโชติ และธีระศักดิ์ จันทร์ทิศ. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร**. 9 (1) :250-268
- พิฑูรย์ ทองฉิม. (2558). **การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตาจังหวัดกระบี่**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ภัษมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี**. 6 (1) : 91-100
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2544). **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร Agro-tourism** (Online). <http://www.trekkingthai.com/>, 8 กุมภาพันธ์ 2560
- วรวิมล โรมรัตน์พันธ์. (2548). **ทุนทางสังคม**. กรุงเทพฯ: โครงการสร้างเสริมการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.).
- สถาบันพระปกเกล้า. (2554). **การศึกษาทุนทางสังคมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ส เจริญ การพิมพ์.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2543). **การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม**. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548). **ทุนทางสังคมฉบับประชาชน**. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564**. (Online). [http://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots\\_web57/download/article/article\\_20170320150102](http://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_web57/download/article/article_20170320150102), 27 มกราคม 2560.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวรรณณี คำมั่น และคณะ. (2551). **สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน**. การสัมมนาวิชาการประจำปี 2551 จัดโดยมูลนิธิชัยพัฒนาสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและ มูลนิธิสถาบันการวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ณ โรงแรมแอมบาสซาเดอร์ซีตี้จอมเทียน ชลบุรี, 29-30 พฤศจิกายน.
- อาทิตย์ บุตดาตวง. (2554). **ความสามารถในการนำทุนทางสังคมออกมาใช้ของชุมชนบ้านบางไพร อำเภอบางคนทีจังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

## ภาษาต่างประเทศ

Binkhorst, E. (2006). **The Co-Creation Tourism Experience** (Online). Available: [http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther\\_binkhorst\\_paper\\_esade\\_may\\_06.pdf](http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf)

Richards, G. (2010). **Creative Tourism and Local Development**. In Wurzbürger, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. (pp. 78–90). New Mexico. USA.

# การศึกษาระดับความใส่ใจเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาดในมุมมอง ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

Level of concern about safety in coastal tourism and beach activities  
in perception of foreign tourists in Thailand

อติติยา ไชยโคตร\*  
อรจิรา บุญโชคสุวรรณ\*  
สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน\*

## บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาระดับความใส่ใจเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นการวิจัยแบบผสมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด และ 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด ทำการเก็บข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 7 ท่าน เพื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหาที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความใส่ใจต่อความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด ผลการศึกษาพบว่า ประเด็นปัญหาที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความใส่ใจต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีทั้งหมด 37 ประเด็นโดยคณะผู้วิจัยนำผลการวิจัยดังกล่าวไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ขั้นที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดของประเทศไทย 3 แห่ง จำนวน 402 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความใส่ใจเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาดในประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.88 โดยความสำคัญสามลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร ในร้านอาหารบริเวณชายหาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 รองลงมาคือ ปัจจัยในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการเฝ้าระวังภัยในพื้นที่ชายหาดและปัจจัยในเรื่องการถูกเอาเปรียบ เช่น ราคาค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมของรถโดยสาร ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และลำดับที่ 3 คือ การถูกหลอกลวงขายบริการ/ขายของปลอมให้แก่นักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางทะเลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

**คำสำคัญ:** ความปลอดภัย, แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด, นักท่องเที่ยวต่างชาติ

\* คณะมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

## Abstract

The study entitled “Level of concern about safety in coastal tourism and beach activities in perception of foreign tourist in Thailand” used mixed methods research design which aimed to 1) identify the problems about safety in coastal tourism and beach activities, and 2) study the opinion about safety and loyalty in coastal tourism and beach activities. In the study the researcher divided the data collection in 2 phases.

Phase I, qualitative study was used to identify the type of problems. 7 key informants were selected for the structure interview. The result of the study found 37 type of safety problems that key informants have similar opinion. The finding was used for developing a questionnaire for collected quantitative study in the next phase.

Phase II, a questionnaire was used in data collection from 402 foreign tourists in 3 coastal attraction in Thailand while Frequency, Percentage, Means and Standard Deviation were utilized in data analysis. It was revealed that the level of concern about safety in coastal tourism and beach activities among foreign tourists in Thailand is at the average level (Mean = 2.88). The concern about safety in coastal tourism and beach activities evaluated in the first three orders are cleanliness of food in the restaurant in the beach area (Mean = 3.37). Following by 2 problems; coastal attractions have surveillance in beach area and the feeling safe from being taken advantage such as unfair bus fares or tourist prices which had the same Mean (3.15). The third safety concern was feeling safe from being deceived to buy fake things in the beach area or service, activities that are related to coastal tourism (Mean = 3.11).

**Keywords :** Safety, Coastal Tourism, Foreign Tourist

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ช่วยให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) สูงขึ้น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การจ้างงาน และก่อให้เกิดการลงทุนจากนักธุรกิจชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น โดยในทุกๆ ปีจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2559 มีสูงถึง 32,588,303 คน หากเทียบกับปี 2558 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามา 29,923,185 คน และปี 2557 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามา 24,809,683 คน (กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560 : ออนไลน์) การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย มีความอุดมสมบูรณ์ มีความสวยงาม และเป็นที่ยอดนิยมที่นักท่องเที่ยว นอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวไปข้างต้น ปัจจัยสำคัญอีกประการที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวคือปัจจัยในเรื่องความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยจากการเดินทาง ที่พัก อาชญากรรม รวมทั้งความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวขณะที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และหากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง และจำนวนของนักท่องเที่ยวก็จะลดลงท้ายที่สุดจะส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

หากศึกษาถึงความปลอดภัยในประเทศไทยจากข้อมูลของโพสต์ทูเดย์ (2559 : ออนไลน์) พบว่าในปี 2558 ความปลอดภัยและระบบรักษาความปลอดภัยของประเทศไทยอยู่อันดับ 132 จากทั้งหมด 141 ประเทศทั่วโลก และอยู่อันดับท้ายในกลุ่มอาเซียน โดยสถิตินักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเสียชีวิตในปี 2558 มีทั้งหมด 83 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2557 เฉลี่ย 54% แบ่งเป็นทางถนน 34 ราย ทางน้ำ 9 ราย โรคระบาด 6 ราย ฆ่าตัวตาย 4 ราย อื่นๆ เช่น พลัดตกตึก 30 ราย ในขณะที่สถิตินักท่องเที่ยวที่บาดเจ็บปี 2558 มีทั้งหมด 166 ราย ลดลง 60% หากเทียบกับปี 2557 โดยแบ่งเป็นทางถนน 109 ราย ถูกทำร้ายร่างกาย 17 ราย ละเมิดทางเพศ 7 ราย ทางน้ำ 2 ราย อื่นๆ เช่น แมงกะพรุน 31 ราย และไม่รวมกับการบาดเจ็บจากเหตุระเบิดที่ราชประสงค์ 39 ราย และจากข้อมูลของ (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) พบว่าหากเปรียบเทียบอัตราจำนวนผู้เสียชีวิตของประเทศไทยต่อประชากร 100,000 คนจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 18 คนต่อประชากร 100,000 คน และเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เสียชีวิตต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย 100,000 คน พบว่าอัตราการเสียชีวิตของนักท่องเที่ยวอยู่ที่ประมาณ 48 คนต่อนักท่องเที่ยว 100,000 คน หรือมากกว่า 2.5 เท่า

หากพิจารณาถึงประเด็นเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดพบปัญหาเกิดขึ้นมากมาย เช่น เหตุการณ์เสียชีวิตจากการจมน้ำของนักท่องเที่ยวชาวเงินบริเวณหาดจอมเทียน ในวันที่ 9 เมษายน 2560 (กรุงเทพธุรกิจ, 2560 : ออนไลน์) เหตุการณ์เกิดเหตุทำร้ายร่างกาย ชิงทรัพย์ และกระทำอนาจารนักท่องเที่ยวชาวเวเนซุเอลาเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2557 (ข่าวสดออนไลน์, 2557 : ออนไลน์) จะเห็นได้ว่าความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ถือว่าเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตระหนักและให้ความสำคัญ โดยหากนักท่องเที่ยวประสบปัญหาในด้านการไม่ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวและการถูกเอาเปรียบจากรถโดยสารสาธารณะ ที่พัก หรือร้านของที่ระลึก ที่เก็บค่าบริการในอัตราที่สูงเกินความเป็นจริง ย่อมก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์โดยรวมของประเทศไทยและอาจสูญเสียการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ดังนั้นการสร้างเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่ประเทศรวมทั้งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นและในส่วนของนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวก็จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังนั้นหน่วยงาน องค์กร รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงควรใช้มาตรการในการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการป้องกันและดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นรวมทั้งควรมีการทบทวนปัญหา อุปสรรค และการแก้ไขปัญหาเรื่องความปลอดภัยอยู่เสมอ โดยหากนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในการจัดการด้านความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะรู้สึกมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่ามีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยทั้งจากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่างานศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับตำรวจท่องเที่ยวไทย และเป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยในพื้นที่เฉพาะ เช่น บนเกาะภูเก็ต บริเวณจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ) เขตพัทธา จังหวัดชลบุรี เป็นต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเป็นแนวทางต่อองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดรวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย ให้มีมาตรการการจัดการด้านความปลอดภัยที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านความปลอดภัยให้แก่ประเทศ รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยคณะผู้วิจัยยึดความหมายของการท่องเที่ยวชายหาดจาก (กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557: 3) ที่ให้นิยามความหมายของคำว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีชายหาดเป็นทรัพยากร

ธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อนรับประทานอาหาร เป็นต้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและความหมายของความปลอดภัย

#### ความหมายของความปลอดภัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นในเรื่องความปลอดภัยมีนักวิชาการที่หลากหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ความปลอดภัย” และ “ความมั่นคง” แยกออกจากกัน โดย Jamal T. & Robinson M. (2009 : 468) ได้นิยามความปลอดภัย (Safety) ว่าหมายถึง การป้องกันบุคคลจากเหตุ (Incident) ที่ไม่ได้มาจากความตั้งใจ โดยเหตุ นั้นเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติส่วนคำว่า ความมั่นคง (Security) หมายถึง การป้องกันบุคคล สถานที่ หรือภาพลักษณ์ ชื่อเสียง จากภัยอันตรายที่เกิดจากความตั้งใจหรือตั้งใจให้เกิดขึ้นความปลอดภัยจึงหมายถึง สภาพแห่งความอิสระจากอันตรายและความเสี่ยง และความรู้สึกปลอดภัยเมื่ออยู่ในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในเชิงระบบและมาตรการ ความปลอดภัยอาจหมายถึงวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ลด ควบคุม หรือป้องกันความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ ที่สามารถเกิดจากการประกอบอาชีพ การสนทนา การขนส่ง หรืออื่นๆ อันมีมนุษย์มาเกี่ยวข้อง และความมั่นคง อาจหมายถึง ความปลอดภัยและการปราศจากความวิตกกังวลจากภัยที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์ หรืออาจกล่าวได้ว่า ความมั่นคง หมายถึง วิธีการหรืออุปกรณ์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อปกป้องคนหรือทรัพย์สิน ให้ปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น อาชญากรรมอุบัติเหตุ เป็นต้น

(Collier, 1994 และ Encyclopedia Americana Volume 24, 1986 อ้างถึงใน Mthembu, 2009) ได้ให้นิยามผ่านกิจกรรมที่สามารถลดหรือกำจัดสถานะอันตรายทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านความปลอดภัยในอาชีพ (Occupational Safety) และด้านความปลอดภัยสาธารณะ (Public Safety) โดยความปลอดภัยในอาชีพนั้น เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในที่ทำงาน สถานที่ก่อสร้าง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ส่วนด้านความปลอดภัยในสาธารณะ หมายถึงอันตรายที่อาจพบได้ระหว่างอยู่ที่บ้าน ขณะเดินทางท่องเที่ยวหรือระหว่างกิจกรรมสนทนาการดั่งนั้นความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจึงจัดอยู่ในกลุ่มความปลอดภัยสาธารณะ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าทั้งสองคำมีความหมายที่ใกล้เคียงและทับซ้อนกันในบางมิติ ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้นิยามว่า ความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยอาจจะมีวิธีการหรือเครื่องมือที่ใช้ลด ควบคุม หรือป้องกันความเสี่ยงจากเหตุการณ์ต่างๆที่มาจากทั้งความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เกิด โดยสรุปได้ว่า ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว หมายถึง การไม่ประสบกับอันตรายต่างๆ ทั้งอันตรายที่มีต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในขณะที่เดินทางมาท่องเที่ยว

## ความหมายและประเภทของการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด

ความหมายของการท่องเที่ยวของมนุษย์ ได้มีผู้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวของมนุษย์ไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1.1 ต้องมีการเดินทาง (Travel) หมายความว่า การท่องเที่ยวต้องมีการเดินทาง และต้องเป็นการเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสันทนาการ โดยมีการวางแผนการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกล

1.2 ต้องมีจุดหมายปลายทาง (Destination) หมายความว่า การท่องเที่ยวต้องมีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว และต้องเดินทางกลับสู่ที่อยู่หรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

1.3 ต้องมีความมุ่งหมาย (Purpose) หมายความว่า การท่องเที่ยวต้องมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่าง

สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว อันถูกผนวกอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน”

สรุปความหมายของการท่องเที่ยวของมนุษย์สามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวของมนุษย์ได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสันทนาการ แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว ถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการดังต่อไปนี้ คือ

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานด้านการทูตหรือองค์กรระหว่างประเทศ หรือเอกชนอื่นๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางเข้าพรมแดนไปทำงานนอกประเทศทุกวันเป็นประจำ
5. เป็นการเดินทางผ่านโดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศหนึ่งประเทศใดเป็นเวลานานมากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม
6. เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่น การนำกองทหารเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือการย้ายนักโทษจากที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่คุมขังหนึ่ง เป็นต้น

## ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการ

เรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมาย ตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุดังว่ากิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมืองคูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถานและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์หายากที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการ

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนานรื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่งที่มีน้ำพุร้อนเกิดขึ้นธรรมชาติ โดยเป็นที่ดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ อาทิ การนวดแผนไทย การอบสมุนไพรไทย กิจกรรมบริการสุขภาพบำบัด (Aroma Therapy) และการบริการอาบน้ำแร่ (Spa) เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น น้ำพุร้อนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ น้ำพุร้อนคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เป็นต้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่มีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่มีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตกได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การตกปลา เป็นต้น



10. **แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ** หมายถึง สถานที่ถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ เป็นต้น

11. **แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ** หมายถึง สถานที่ที่มีเกาะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ ได้แก่ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์ทะเล การเล่นน้ำ การเที่ยวชมชายหาดหรือน้ำตก การดูนก เป็นต้น

12. **แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง** หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วยได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

### **ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด**

จากการทบทวนวรรณกรรมจากคู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชายหาดของสำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้นิยามความหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ไว้ว่า ชายหาด หมายถึง พื้นที่ระหว่างแนวน้ำขึ้นกับน้ำลง มีลักษณะเป็นแถบไปตามริมฝั่งเกิดขึ้นเนื่องจากการกระทำของคลื่นและกระแสน้ำในทะเลหรือทะเลสาบหรือแม่น้ำ ขนาดพื้นที่ของชายหาดนี้จะขึ้นอยู่กับความชันของกระแสน้ำ และความลาดชันของพื้นที่ กล่าวคือ ถ้าความลาดชันของพื้นที่มีน้อยและระดับของกระแสน้ำขึ้นสูงสุดและลงต่ำสุดต่างกันมากชายหาดนี้จะมีพื้นที่มาก ในทางตรงกันข้ามถ้าตัวหาดมีความชันมากแต่ระดับน้ำขึ้นสูงสุดและลงต่ำสุดต่างกันน้อย จะทำให้พื้นที่ชายหาดนั้นแคบและน้อยตาม นอกจากนี้พื้นที่ในบริเวณน้ำท่วมถึง ในบางชายหาดอาจมีพื้นที่หลังชายหาดบริเวณกว้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิวัฒนาการของชายหาดนั้นๆ ซึ่งชายหาดประกอบด้วยวัสดุต่างชนิดกันทำให้สามารถจำแนกชายหาดออกได้เป็นหาดทราย หาดกรวด หาดโคลน (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547) ตัวอย่าง เช่น หาดอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ หาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี ดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น

**หาดทราย** หมายถึง บริเวณที่คลื่นและกระแสน้ำพัดพาวัตถุที่ถม ในลักษณะทรายมาสะสมตัวกันเป็นหาดจะก่อให้เกิดหาดทรายขึ้น ซึ่งมักพบอยู่ในพื้นที่ที่มีหินเปลือกโลกเป็นหินทรายหรือหินแกรนิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อหินแกรนิตสลายตัวจะให้ทรายเม็ดกลมมนมีสีขาว ทำให้เป็นหาดทรายที่สวยงาม เช่น หาดชะอำ หาดหัวหิน หาดทรายที่หมู่เกาะสุรินทร์ เป็นต้น วัสดุบริเวณหาดทรายจะมีขนาดตั้งแต่กรวดก้อนเล็กๆ จนถึงขนาดที่ละเอียดมากคล้ายแป้ง หาดทรายมักจะมีความลาดชันน้อยกว่าหาดหินมีสัณฐานที่เปลี่ยนแปลงได้ง่ายตามสภาวะของคลื่นลม จึงมักพบลักษณะรูปทรงของหาดเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล อย่างไรก็ตามถ้าหากโครงสร้างของหาดไม่ถูกรบกวนจนเกินไป หาดก็คงจะอยู่ได้ในภาวะที่สมดุล

**แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด** หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อนรับประทานอาหาร เป็นต้น

การจำแนกประเภทชายหาดเพื่อการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ตามระดับของการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงสภาพธรรมชาติของชายหาด ซึ่งการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ตามระดับของการพัฒนา มีดังนี้

1. **ชายหาดอนุรักษ์ (Passive Beach)** ชายหาดที่อยู่ในพื้นที่ธรรมชาติแบบสันโดษเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกล จึงยังคงสภาพความเป็นธรรมชาติหรือสภาพภูมิทัศน์เดิมอย่างสมบูรณ์หรือค่อนข้างสมบูรณ์ มีปริมาณการท่องเที่ยวที่เบาบาง เนื่องจากการเข้าถึงกระทำได้ยากลำบาก ปรากฏร่องรอยของผลกระทบจากการทำกิจกรรมการใช้ประโยชน์น้อย การควบคุมและการจัดการนักท่องเที่ยวตลอดจนการพัฒนาต่างๆ ไม่มีปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เหมาะกับกิจกรรมนันทนาการที่เน้นการสัมผัสและศึกษาเรียนรู้กับธรรมชาติอย่างแท้จริง

2. **ชายหาดที่มีการพัฒนาแล้ว (Active Beach)** แหล่งท่องเที่ยวชายหาดประเภทนี้จะมีสภาพแวดล้อมโดยรวมที่ยังคงความเป็นธรรมชาติอยู่ หากแต่เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่พัฒนาปรับเปลี่ยนไปแล้ว เพื่อสนองต่อกิจกรรมการใช้ประโยชน์ของผู้มาเยือน การเข้าถึงกระทำได้อย่างสะดวก ปริมาณการใช้ประโยชน์ในพื้นที่มีค่อนข้างหนาแน่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฤดูกาลการท่องเที่ยว ปรากฏร่องรอยของผลกระทบจากการพัฒนาอย่างชัดเจน มาตรการในการจัดการและควบคุมนักท่องเที่ยวถูกนำมาใช้ทุกรูปแบบเท่าที่จะมีความเป็นไปได้ มีความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าพื้นที่ประเภทอื่น โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ อาทิ การเล่นบานาน่าโบ๊ท กิจกรรมเรือลากรัม เจ็ทสกี การดำน้ำ กิจกรรมปั่นหน้าผา การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี

Oliver (1999) กล่าวว่า ความจงรักภักดี คือ ความมุ่งมั่นที่จะซื้อสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำในสินค้าชนิดเดียวกันหรือยี่ห้อเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ (ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549) ที่กล่าวว่า ความจงรักภักดี คือทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งต้องนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาว เป็นการเหนี่ยวรั้งลูกค้าไว้กับองค์กร ความจงรักภักดีไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมการซื้อซ้ำเท่านั้น เนื่องจากการซื้อซ้ำของลูกค้าไม่ได้อาจไม่ได้มีความจงรักภักดีเสมอไป แต่อาจเนื่องมาจากปัจจัยอื่นๆ เช่น มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงานของลูกค้า ลูกค้ามีความคุ้นเคยสินค้าหรือบริการมีราคาต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น เกิดจากความผิดพลาดของคู่แข่ง และความสัมพันธ์หรือความประทับใจในอดีตของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) กล่าวว่า ในการวัดความจงรักภักดีสามารถแบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ 1) การวัดมิติด้านพฤติกรรม 2) การวัดมิติด้านทัศนคติ และ 3) การวัดมิติแบบผสมผสาน โดยการวัดความจงรักภักดี มิติด้านพฤติกรรมสามารถมองเห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ สามารถพิจารณาจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำเป็นประจำสม่ำเสมอ ซึ่งพฤติกรรมการซื้อซ้ำนี้อาจเกิดจากหลายสาเหตุโดยไม่ได้เกิดจากความจงรักภักดีเพียงอย่างเดียว ส่วนการวัดมิติด้านทัศนคตินั้น เป็นการวัดอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าว่ามีความผูกพัน หรือมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า แม้ว่าการวัดสามารถทำได้ยาก แต่ยังสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมบางอย่างที่ลูกค้าแสดงออก เช่น การแนะนำสินค้าหรือบริการให้คนใกล้ชิด การกล่าวชมเชยให้ผู้อื่นฟังเสมอ หรือมีการออกปากปกป้องเมื่อผู้อื่นกำลังต่อว่าตราสินค้าหรือบริการที่ลูกค้ามีความจงรักภักดีนั้น และการวัดมิติแบบผสมผสานโดยรวมแนวคิดการวัดทั้งสองมิติแรก

### ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในประเทศไทยจำนวน 3 แห่ง

หาดพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นหาดที่มีรูปทรงเป็นครึ่งวงพระจันทร์ความยาวของหาดยาวประมาณ 4 กิโลเมตร และมีถนนขนานไปกับหาดพัทยา ช่วงตอนกลางหาดไปจนถึงตอนใต้หาดเป็นแหล่งรวมร้านอาหาร ภัตตาคาร, บาร์, ร้านเสื้อผ้า, ร้านขายของที่ระลึก, ร้านเสริมสวย, ห้างสรรพสินค้าต่างๆ และศูนย์รวมความบันเทิงในยามค่ำคืน ส่วนทางตอนเหนือของหาดจะเต็มไปด้วยโรงแรมและรีสอร์ทเล็กๆ เป็นส่วนตัวในบรรยากาศที่เงียบสงบ เหมาะแก่การพักผ่อน นักท่องเที่ยวสามารถเดินเล่นบนชายหาดหรือจะเลือกใช้บริการเก้าอี้ชายหาดที่คิดราคาค่าเช่าสามารถต่อรองราคากันได้

หาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หาดหัวหินมีหาดทรายขาวละเอียดกว้างประมาณ 40-80 เมตร ทอดตัวยาวประมาณ 2 กิโลเมตร ความลาดชันของชายหาดน้อยมากเหมาะอย่างยิ่งแก่การเล่นน้ำ และกิจกรรมพักผ่อนต่างๆ บริเวณหน้าโรงแรมโซฟิเทลเซ็นทรัลหัวหิน มีโขดหินซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญของพื้นที่นี้ แต่อาจเป็นอันตรายต่อการเล่นน้ำได้ในบางฤดู โดยน้ำทะเลโดยทั่วไปค่อนข้างใส มีคลื่นน้อย ในช่วงมรสุมมีคลื่นปานกลาง มีแมงกะพรุนบ้างประปราย โดยเฉพาะช่วงหลังจากฝนตกใหม่ๆ บริเวณชายหาดและบริเวณที่ติดต่อกับชายหาดหัวหินนั้น มีการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอยู่มากมาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

หาดไร่เลย์จังหวัด กระบี่ หาดไร่เลย์เป็นส่วนหนึ่งของชายฝั่งอ่าวนาง แต่เนื่องจากมีเขาหินปูนยื่นเป็นแหลมออกไปในทะเล ทำให้ไม่มีทางรถไปถึง ต้องนั่งเรือไปเท่านั้น ด้วยลักษณะของอ่าวที่เป็นที่ราบคอดกึ่งตรงกลางคล้ายกับเว้าลึกเข้าไปในทะเล กั้นด้วยภูเขาหินปูนทั้งสองด้านจึงแบ่งเป็นหาดไร่เลย์ตะวันตกและหาดไร่เลย์ตะวันออก หาดไร่เลย์ตะวันตกมีหาดทรายสวยทอดยาวต่อเนื่องไปจนถึงอ่าวตันไทร หาดนี้เป็นหาดทรายยาวเหยียดจึงมีนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศถือเอาหาดนี้เป็นสถานที่ออกกำลังกายริมหาด สามารถเดินชมวิวหาดสวยน้ำทะเลใสได้ มีร้านอาหาร โรงแรมที่พัก รวมตัวอยู่ที่หาดแห่งนี้เป็นจำนวนมาก ทางด้านหาดไร่เลย์ตะวันออก หาดด้านนี้จะมีป่าโกงกางเป็นแนวยาว พื้นทรายเป็นโคลน มีเปลือกหอย และมีรากโกงกาง ไม่เหมาะสำหรับการเล่นน้ำ อาบแดด แต่หาดด้านนี้ก็มีจุดที่น่าสนใจคือ จุดปีนหน้าผา และนักท่องเที่ยวสามารถเดินเล่นตามทางเดินเลียบริมหาดได้ เดิมทีไร่เลย์เป็นหมู่บ้านชาวประมงเล็กๆ บนแผ่นดินใหญ่ แต่เนื่องจากบริเวณนั้นเป็นหน้าผาหินปูนเป็นกำแพงธรรมชาติ ไม่มีถนนตัดผ่าน ไร่เลย์เป็นบริเวณที่เงียบสงบเหมาะกับการพักผ่อน และมากมายด้วยกิจกรรม เช่น ปีนผา พายเรือแคนู อาบแดด ว่ายน้ำ และกีฬาต่างๆ บนชายหาด

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่ามีบทความที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่คณะผู้วิจัยต้องการศึกษาจำนวน 10 บทความ โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนประเด็นรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นความปลอดภัยที่ได้กล่าวถึงในแต่ละบทความ พบว่ามีทั้งหมดจำนวน 45 ประเด็น โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์รายละเอียดดังกล่าวพร้อมทั้งจัดทำตารางเพื่อแสดงข้อมูลที่ได้รับการกล่าวถึงในแต่ละบทความ ดังแสดงในตารางที่ 1 โดยให้สัญลักษณ์หมายเลขที่ 1-10 แทน รายชื่อ งานวิจัย บทความ วารสาร ดังต่อไปนี้ หมายเลข 1 (ธงชัย พงษ์วิชัย และคณะ, 2559) หมายเลข 2 (เมธี ปิยะคุณ, ม.ป.ป.) หมายเลข 3 (Pimmadab Wichasin and Nuntiya Doungphummes, 2012)หมายเลข 4 (ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรมเจ้าท่า, 2559) หมายเลข 5 (รุ่งรัตน์ หัตถกรรม และคณะ, 2550) หมายเลข 6 (ธงชัย พงษ์วิชัย และคณะ, 2559) หมายเลข 7 (Pisit Tuntipisitkul, 2559) หมายเลข 8 (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ม.ป.ป.) หมายเลข 9 (วุฒิพันธ์ สันติมิตร, 2557) และหมายเลข 10 (Stephen J. Page, Tim Bentley and Linda Walker, 2005)

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1. ปัญหาในการให้บริการเรือเร็ว (speed boat)	*				*	*					3
2. พื้นที่จัดกิจกรรมทางน้ำ	*					*					2
3. คนขับรถโดยสาร (การคมนาคมขนส่ง)		*		*					*		3
4. สภาพพาหนะที่ใช้โดยสารไม่ว่าจะเป็นรถยนต์	*			*	*			*			4
5. เรือขาดอุปกรณ์ช่วยชีวิตประจำเรือ	*	*							*		3
6. การโกงราคาค่าบริการของรถโดยสาร		*							*		2
7. บริษัทนำเที่ยวทำการหลอกลวงขายบริการ		*							*		2
8. ความไม่ปลอดภัยจากการก่อสร้างอาคารของ สถานที่พักผ่อน		*						*			2
9. การเกิดอัคคีภัยของสถานที่พักผ่อน		*		*							2
10. ทรัพย์สินสูญหายในของสถานที่พักผ่อน		*		*	*						3
11. ร้านอาหารอาหารไม่สะอาด		*	*								2
12. ร้านอาหารโกงราคาค่าบริการ		*							*		2
13. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกหลอกลวงขายสินค้า ขายของปลอม		*							*		2
14. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกโกงราคา		*							*		2
15. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกรับเงินแล้วไม่ส่งสินค้าให้		*							*		2
16. สภาพทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ชายหาดบางแห่งลึกชัน กระแสน้ำแรง)		*				*					2
17.อาชญากรรม		*	*	*					*	*	5
18. เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง			*					*			2
19. ปลอดภัยจากขโมย			*					*	*		3
20. ความขัดแย้งทางวัฒนธรรม			*					*			2
21. กฎหมาย กฎระเบียบด้านความปลอดภัย	*			*				*			3
22. จุดเสี่ยงภัยการท่องเที่ยวทางทะเล	*			*		*					3
23. การช่วยเหลือและเยียวยาเมื่อเกิดอุบัติเหตุ	*			*				*			3
24. รถยนต์ไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร					*				*		2
25. คนขับและผู้โดยสารไม่คาดเข็มขัดนิรภัย					*				*		2
26. อุบัติเหตุทางเรือ	*			*		*					3
27. แหล่งท่องเที่ยวมีสัตว์มีพิษชุกชุม					*		*		*		3
28. ป้ายหรือแผ่นพับเตือนภัย					*		*	*	*		4

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
29. อาสาสมัครนำเที่ยวและหน่วยรักษาความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยว					*			*	*		3
30. หน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้นในแหล่งท่องเที่ยว					*				*		2
31. แผงรั้วกันบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					*				*		2
32. การให้ความรู้ก่อนเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว					*				*		2
33. ในแหล่งท่องเที่ยวมีการปล้น จี้ ชิงทรัพย์ ขโมย สิ่งของกระเป๋า					*			*	*	*	4
34. ยาเสพติด	*				*	*					3
35. นักท่องเที่ยวไม่เชื่อฟังคำแนะนำของเจ้าหน้าที่					*		*				2
36. สภาพทางภูมิศาสตร์/สภาพสมุทรศาสตร์ (สภาพของแหล่งท่องเที่ยว)			*			*					2
37. พื้นที่กิจกรรมเล่นเรือลากรัม	*					*					2
38. พื้นที่กิจกรรมการเดินเรือเจ็ทสกี	*					*					2
39. พื้นที่กิจกรรมดำน้ำ	*					*					2
40. ความซ้ำซ้อนในอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน	*					*					2
41. ความไม่เป็นธรรมของการเยียวยาตามกฎหมาย	*					*					2
42. ความอ่อนแอในการบังคับใช้กฎหมาย	*					*					2
43. lifeguard							*		*		2
44. อุปกรณ์/เครื่องมือป้องกันอุบัติเหตุ								*	*		2
45. ช่องทางการแจ้งเมื่อประสบภัย/การขอรับ ความช่วยเหลือ								*	*		2
ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยที่นำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม											45

## วิธีการวิจัย

### การออกแบบการวิจัย

รูปแบบของงานวิจัยชิ้นนี้เป็นแบบ Exploratory Study โดยงานวิจัยนี้จะผสมผสานระหว่างการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative) และการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยเริ่มจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด เป็นงานวิจัยที่มีการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความปลอดภัยในวงจำกัด ดังนั้นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพก่อนจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงละเอียดเพื่อนำไปสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณต่อไป

## วิธีการวิจัย

### 1. เก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### เชิงคุณภาพ (Qualitative)

1. รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือบทความวารสาร รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องและอินเทอร์เน็ต
2. เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงหรือตามจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 3 แห่ง ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยจะต้องเป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 25 ปีเป็นต้นไป การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะเก็บอย่างต่อเนื่องจนกว่าข้อมูลจะมีความคล้ายคลึงกัน และแนวคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และการตรวจสอบความถูกต้องทางภาษาอังกฤษโดยอาจารย์จากภาควิชาภาษาต่างประเทศ

#### เชิงปริมาณ (Quantitative)

*ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง* ในการวิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ ของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 คน ในการสุ่มตัวอย่างคณะผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยแบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากรที่ศึกษา โดยการเลือกสถานที่ที่ศึกษาเลือกจากการแบ่งภาคของประเทศไทยโดยใช้เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ ซึ่งจะแบ่งประเทศไทยออกได้เป็น 6 ภาค ดังนี้ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ ซึ่งภูมิภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดมีด้วยกัน 3 ภาค คือ ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคใต้ โดยกำหนดโควตาที่ภูมิภาคละ 128 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) คณะผู้วิจัยทำการเลือกชายหาดสำคัญของแต่ละภูมิภาคโดยการรวบรวมรายชื่อของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดที่มีหลักเกณฑ์เหมาะสมกับการวิจัยครั้งนี้ออกมาโดยแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวน 35 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดภาคตะวันตกมีจำนวน 25 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดภาคใต้ จำนวน 64 แห่ง จากนั้นทำการจับฉลากโดยสร้างจากบัญชีรายชื่อของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละภาค นำฉลากที่มีรายชื่อของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดทั้งหมดในแต่ละภาคมาใส่ลงกล่อง แล้วจับฉลากภูมิภาคละ 1 แห่ง เพื่อใช้เพื่อตัวแทนในการเก็บข้อมูลผลการสุ่มได้ออกมาดังต่อไปนี้

แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ หาดพัทยา จ.ชลบุรี จำนวน 128 ตัวอย่าง

แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในภาคตะวันตก ได้แก่ หาดหัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 128 ตัวอย่าง

แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในภาคใต้ ได้แก่ หาดไร่เลย์ จ.กระบี่ จำนวน 128 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (convenient sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณชายหาดทั้ง 3 แห่งในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2560

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** หลังจากคณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุปจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด ส่วนที่ 4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในประเทศไทย และ ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

โดยการวัดระดับคะแนนเฉลี่ยในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 โดยกำหนดคะแนน 5 ระดับแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่าของไลเคิร์ต (Likert) จากระดับค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 5-1 และใช้การคำนวณหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้นเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ โดยมีค่าความกว้างของอันตรภาคชั้นที่ 0.80

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### เชิงคุณภาพ (Qualitative)

1. ทำตารางสรุปผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview )
2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุปโดยพิจารณาหาประเด็นหรือส่วนย่อยที่คล้ายคลึงกัน นำมารวมกันหรือจัดเป็นหมวดหมู่ แล้ววิเคราะห์หาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูล
3. กำหนดแบบสอบถามสำหรับใช้เก็บข้อมูลภาคสนาม

#### เชิงปริมาณ (Quantitative)

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ในการบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากร เช่น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยโปรแกรม SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ออกมาเป็นความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้ในการบรรยายถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งฉบับเพื่อพิจารณาว่าข้อคำถามทั้งฉบับมีความเที่ยงและความตรงเพียงใด โดยงานวิจัยฉบับนี้ได้ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัยด้วยวิธีความตรงตามโครงสร้าง (construct validity) เป็นความสามารถของเครื่องมือวัดที่วัดลักษณะต่างๆ (trait) ในเรื่องที่จะวัดได้ครบถ้วนและวิธีที่เลือกใช้คือ การอาศัยความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ โดยนำเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบว่าลักษณะที่ต้องการวัดกับประเด็นคำถามสอดคล้องกันหรือไม่ โดยผลการวิเคราะห์พบว่าทุกคำถามมีความสอดคล้องและสามารถวัดได้ตรงกับจุดมุ่งหมายการวิจัย





ปัจจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้าน ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายหาด	เห็นด้วย								ไม่เห็นด้วย								
	1	2	3	4	5	6	7	T	1	2	3	4	5	6	7	T	
6. ความพร้อมของอุปกรณ์ช่วยชีวิตประจำ เรือ การจัดอุปกรณ์ความปลอดภัยชูชีพ ส่วนบุคคลเพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสาร			✓		✓	✓	✓	4	✓	✓		✓					3
7. ความปลอดภัยของทรัพย์สินในสถานที่ ที่พักแรมที่อยู่ในบริเวณชายหาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7									0
8. มีกฎหมายและกฎระเบียบความ ปลอดภัยในพื้นที่บริเวณชายหาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7									0
9. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีจุดเสี่ยง ในการทำกิจกรรมบริเวณชายหาด เช่น มีคลื่นใต้น้ำ	✓		✓	✓	✓	✓	✓	6		✓							1
10. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการช่วย เหลือและเยียวยาเมื่อเกิดอุบัติเหตุ โดย มีหน่วยงานหรือมีวิธีการในการให้ความ ช่วยเหลือหากเกิดอุบัติเหตุ)			✓	✓	✓	✓	✓	5	✓	✓							2
11. จำนวนอุบัติเหตุทางเรือที่เกิดขึ้นใน พื้นที่บริเวณชายหาด	✓		✓		✓	✓	✓	5		✓		✓					2
12. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีสัตว์มีพิษ ทางทะเล เช่น แมงกะพรุนทะเล	✓		✓	✓		✓		4		✓				✓		✓	3
13. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีอาสาสมัคร นำเที่ยวและหน่วยรักษาความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ตำรวจท่องเที่ยว ให้การดูแลความเรียบร้อยในพื้นที่ ตามจุดแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายหาด แหล่งการค้า				✓		✓	✓	3	✓	✓	✓		✓				4
14. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีปัญหาเรื่อง ของยาเสพติด		✓			✓	✓	✓	4	✓		✓	✓					3
15. สภาพทางสมุทรศาสตร์ของแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น ลักษณะคลื่นและกระแส น้ำบริเวณชายหาดมีโชดหินที่มีลักษณะ แหลมคม	✓		✓	✓	✓	✓		5		✓					✓		2
16. การจัดแบ่งพื้นที่กิจกรรมทางน้ำที่ เหมาะสม เช่น การทำ Zoning เรือ และ เขตเล่นน้ำ	✓	✓	✓	✓		✓		5						✓	✓		2

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้าน ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายหาด	เห็นด้วย							ไม่เห็นด้วย								
	1	2	3	4	5	6	7	T	1	2	3	4	5	6	7	T
17. ความรู้สึกปลอดภัยจากการถูกเอาเปรียบ เช่น ราคาค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมของรถโดยสาร		✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	✓							1
18. ความรู้สึกปลอดภัยจากการถูกลอกลวงขายบริการ/ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางทะเล		✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	✓							1
19. ความพร้อมของอุปกรณ์ป้องกันและช่วยเหลือเมื่อเกิดอุบัติเหตุภายในที่พักแรมที่อยู่ในบริเวณชายหาด	✓	✓		✓	✓	✓		5			✓				✓	2
20. ความสะอาดของอาหารในร้านอาหารบริเวณชายหาด	✓	✓		✓	✓	✓		5			✓				✓	2
21. ความรู้สึกปลอดภัยจากการถูกเอาเปรียบจากราคาอาหารที่ไม่เป็นธรรมหรือเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพและปริมาณ	✓			✓	✓	✓	✓	5		✓	✓					2
22. ความรู้สึกปลอดภัยจากการถูกเอาเปรียบจากรัฐกิจสินค้าที่ระลึกริมชายหาด				✓	✓		✓	3	✓	✓	✓			✓		4
23. สภาพทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายหาดบางแห่งลึกชัน กระแสน้ำแรง	✓			✓	✓	✓		4		✓	✓				✓	3
24. การให้ความรู้ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น บานาน่าโบ๊ทเจ็ทสกี	✓		✓	✓		✓		4		✓			✓		✓	3
25. นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ชายหาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7								0
26. ความปลอดภัยของพื้นที่จัดกิจกรรมเล่นเรือลากรัม	✓	✓	✓	✓		✓		5					✓		✓	2
27. ความปลอดภัยพื้นที่จัดกิจกรรมการเดินเรือเจ็ทสกี	✓	✓	✓	✓		✓		5					✓		✓	2
28. ความปลอดภัยพื้นที่จัดกิจกรรมดำน้ำ	✓	✓	✓	✓		✓		5					✓		✓	2
29. ความซ้ำซ้อนในอำนาจหน้าที่กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว เช่น ตำรวจท่องเที่ยว, อบต., อบจ.				✓		✓		2	✓	✓	✓		✓		✓	5

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด	เห็นด้วย							ไม่เห็นด้วย								
	1	2	3	4	5	6	7	T	1	2	3	4	5	6	7	T
30. ความเป็นธรรมของการเยียวยาตามกฎหมาย (หากเกิดอุบัติเหตุ/ เหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สิน)	✓		✓	✓	✓	✓	✓	6		✓						1
31. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการเฝ้าระวังภัยในพื้นที่ชายหาดโดยมีการจัดเจ้าหน้าที่ชายฝั่งปีซการ์ดคอยดูแลความปลอดภัยในการลงเล่นน้ำ และมีอุปกรณ์ในการให้ความช่วยเหลือ)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7								0
32. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีช่องทางการแจ้งเมื่อประสบภัย/การขอรับการช่วยเหลือ (มีการติดตั้งป้ายแสดงเบอร์ฉุกเฉิน/ แจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย/ ขอความช่วยเหลือตามจุดต่างๆภายในแหล่งท่องเที่ยว)	✓		✓	✓	✓	✓		5		✓						2
33. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีอุปกรณ์/เครื่องมือในการป้องกันอุบัติเหตุ เช่น มีการจัดระบบความปลอดภัยติดตั้งกล้องวงจรปิดในการบันทึกและตรวจสอบในการป้องกันดูแลความปลอดภัยอย่างเหมาะสม	✓		✓	✓	✓	✓		5		✓					✓	2
34. ความปลอดภัยจากการก่อสร้างอาคารของสถานที่พักผ่อนในบริเวณชายหาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7								0
35. ความรู้สึกปลอดภัยจากการถูกลอกกลวงขายของปลอมให้แก่นักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด		✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	✓							1
36. เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองและทางศาสนา	✓							1		✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
37. ความขัดแย้งทางวัฒนธรรม/สังคม			✓		✓			2	✓	✓		✓		✓	✓	5
38. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการจัดระบบการรักษาพยาบาลโดยมีเจ้าหน้าที่แพทย์/ พยาบาลให้บริการการรักษาและดูแลผู้ป่วย	✓	✓		✓	✓	✓	✓	6			✓					1

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันทั้งหมด 32 ประเด็นในด้านปัจจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล โดยปัจจัยที่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันมากที่สุดมีความถี่อยู่ที่ 7 ได้แก่ ความรู้สึกปลอดภัยจากการเดินทางไปยังบริเวณชายหาดโดยคนขับรถโดยสารที่ปฏิบัติ

ตามกฎจราจร, ความปลอดภัยของทรัพย์สินในสถานที่พักผ่อนที่อยู่ในบริเวณชายหาด, มีกฎหมายและกฎระเบียบความปลอดภัยในพื้นที่บริเวณชายหาด, นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ชายหาด, แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการเฝ้าระวังภัยในพื้นที่ชายหาดโดยมีการจัดเจ้าหน้าที่ชายฝั่งพิชการต์คอยดูแลความปลอดภัยในการลงเล่นน้ำและมีอุปกรณ์ในการให้ความช่วยเหลือ และความปลอดภัยจากการก่อสร้างอาคารของสถานที่พักผ่อนในบริเวณชายหาด

ตารางที่ 3 ปัจจัยเสริมที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด

ปัจจัยเสริมที่เกี่ยวข้องกับ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายหาด	เห็นด้วย								ไม่เห็นด้วย							
	1	2	3	4	5	6	7	T	1	2	3	4	5	6	7	T
1. การเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากภัยธรรมชาติบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาด		✓		✓	✓	✓		4	✓		✓				✓	3
2. วัสดุแหลมคมบริเวณชายหาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7								0
3. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีช่องทางการประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวเกี่ยวกับโรคระบาด เช่น ป้าย แผ่นพับ เสียงตามสาย จุดบริการข้อมูล				✓	✓	✓		3	✓	✓	✓				✓	4
4. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีการจัดเจ้าหน้าที่ให้ความรู้และวิธีการป้องกันโรคระบาด	✓	✓		✓		✓		4			✓		✓		✓	3
5. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีการจัดช่องทางประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนแก่นักท่องเที่ยวในกรณีที่มีพายุ คลื่น ลมแรง ที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อการเล่นน้ำ เช่น ป้าย สัญลักษณ์ เสียงประกาศตามสาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓		6							✓	1
6. มีการควบคุมราคาสินค้าและมีการติดป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาด	✓	✓					✓	3			✓	✓	✓	✓		4
7. การรู้สึกปลอดภัยในการพักผ่อนอยู่ในที่พักรับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาด	✓		✓	✓	✓	✓		5	✓						✓	2

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นด้วยกับ 5 ประเด็นปัญหาเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลโดยปัจจัยที่มีความถี่มากที่สุดอยู่ที่ 7 คือ ปัจจัยเรื่องวัสดุแหลมคมบริเวณชายหาด ปัจจัยที่มีความถี่รองลงมาคือ ปัจจัยเรื่องแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีการจัดช่องทางประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนแก่นักท่องเที่ยวในกรณีที่มีพายุ คลื่น ลมแรง ที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อการเล่นน้ำ เช่น ป้าย สัญลักษณ์ เสียงประกาศตามสาย และปัจจัยเรื่องความรู้สึกปลอดภัยในการพักผ่อนอยู่ในที่พักรับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาด ซึ่งมีความถี่อยู่ที่ 6 และ 5 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญผลการวิจัยพบว่า มีทั้งหมด 32 ประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นตรงกันว่ามีความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด โดยนอกจากนั้น ยังมีปัจจัยเสริมที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแนะนำเพิ่มเติม โดยมีทั้งหมด 5 ประเด็นตั้งนั้นจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทำให้ได้ประเด็นที่สามารถนำมาทำเป็นข้อคำถามได้ทั้งหมด 37 ประเด็น เมื่อได้ข้อคำถามทั้งหมด 37 ประเด็น คณะผู้วิจัยจะนำข้อคำถามเหล่านี้มาสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเริ่มจากการทำแบบสอบถามเป็นภาษาไทยจากนั้นทำการแปลแบบสอบถามภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน เมื่อแปลแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงนำแบบสอบถามที่แปลทั้งรูปแบบภาษาอังกฤษและภาษาจีนให้อาจารย์ภาควิชาต่างประเทศและอาจารย์ภาควิชาภาษาตะวันออกตรวจสอบภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามว่าถูกต้องตามหลักไวยากรณ์หรือไม่ เมื่อตรวจสอบเรียบร้อยแล้วขั้นตอนต่อไปคือการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยจะผ่านผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และผลการวิเคราะห์พบว่าทุกคำถามมีความสอดคล้องและสามารถวัดได้ตรงกับจุดมุ่งหมายการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบเครื่องมือเก็บข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวชายหาด 3 แห่งในประเทศไทย

*ระยะที่ 2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ* คณะผู้วิจัยโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและคณะผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามตามสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยจำนวน 3 แห่ง จนได้แบบสอบถามสมบูรณ์ทั้งสิ้น จำนวน 402 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาจารย์วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอ้างอิง โดยคณะผู้วิจัยแบ่งการเสนอผลการวิจัยออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ผลการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด และผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในประเทศไทย

## ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	(n=402)	
	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	188	46.8
หญิง	214	53.2
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	64	15.9
21 – 30 ปี	161	40
31 – 40 ปี	39	9.7
41-50 ปี	70	17.4
51-60 ปี	35	8.7
60 ปีขึ้นไป	33	8.2
<b>3. สัญชาติ</b>		
ยุโรป	240	59.7
อเมริกาเหนือ	36	9.0

## ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=402)

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
โอเชียเนีย	12	3.0
อเมริกาใต้	10	2.5
เอเชีย	99	24.6
แอฟริกา	5	1.2
<b>4. สถานภาพ</b>		
โสด	243	60.4
สมรส	144	35.8
หย่าร้าง	8	2
หม้าย	7	1.7
<b>5. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	119	29.6
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	180	44.8
ปริญญาโท	92	22.9
ปริญญาเอก	11	2.7
<b>6. อาชีพหลัก</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	124	30.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	48	11.9
พนักงานเอกชน	91	22.6
รับจ้างทั่วไป	17	4.2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	47	11.7
เกษียณ/ว่างงาน	41	10.2
อื่นๆ	34	8.5

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.2 และ 46.8 ตามลำดับ

ด้านอายุ พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างมีอายุ 21-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี, ต่ำกว่า 20 ปี, 31-40 ปี, 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.4, 15.9, 9.7, 8.7 และ 8.2 ตามลำดับ

ด้านสัญชาติ พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างมีสัญชาติในทวีปยุโรปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ ทวีป เอเชีย, อเมริกาเหนือ, โอเชียเนีย, อเมริกาใต้ และแอฟริกา คิดเป็นร้อยละ 24.6, 9.0, 3.0, 2.5 และ 1.2 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพเป็นโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมาคือ สมรส, หย่าร้าง และหม้าย คิดเป็นร้อยละ 35.8, 2.0 และ 1.7 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 44.8 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาโท และ ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 29.6, 22.9, 2.7 ตาม ลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ พนักงานเอกชน, ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, ประกอบธุรกิจส่วนตัว, เกษียณ/ว่างงาน และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 22.6, 11.9, 11.7, 10.2 ตามลำดับ และอาชีพที่น้อยที่สุด คือ รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 4.2

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

**ตารางที่ 5** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและทำกิจกรรมบริเวณชายหาด

(n=402)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในรอบ 1 ปี		
ครั้งแรก	224	55.7
2 ครั้ง	68	16.9
3 ครั้ง	19	4.7
มากกว่า 3 ครั้ง	91	22.6
2. กิจกรรมที่ทำเมื่อมาที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	เลือก	ไม่เลือก
การเล่นน้ำ	277 (68.9)	125 (31.1)
การอาบแดด	247 (61.4)	155 (38.6)
การเล่นบานาน่าโบ๊ท	23 (5.7)	379 (94.3)
กิจกรรมเรือลากร่ม	26 (6.5)	376 (93.5)
กิจกรรมเจ็ทสกี	36 (9.0)	366 (91)
การดำน้ำ	42 (10.4)	360 (89.6)
กิจกรรมปีนหน้าผา	31 (7.7)	371 (92.3)
การนั่งพักผ่อน	320 (79.6)	82 (20.4)
รับประทานอาหาร	263 (65.9)	139 (34.6)
อื่นๆ	55 (13.7)	
3. ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	เลือก	ไม่เลือก
อินเทอร์เน็ต	341 (84.8)	61 (15.2)
หนังสือพิมพ์	65 (16.2)	337 (83.8)
วารสาร	27 (6.7)	375 (93.3)
คำบอกเล่าจากคนรู้จัก	143 (35.6)	259 (64.4)
อื่นๆ	18 (4.5)	

จากตารางที่ 5 การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภท ชายหาดและทำกิจกรรมบริเวณชายหาดสามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในรอบ 1 ปีเป็นครั้งแรก โดยมีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาเคยเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งและ 2 ครั้ง จำนวน 91 คน และ 68 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ 16.9 ตามลำดับ

กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมทำเมื่อมาที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ได้แก่ การนั่งพักผ่อน, การเล่นน้ำ, การรับประทานอาหาร โดยมีจำนวน 320 คน, 277 คน และ 263 คน ตามลำดับ และคิดเป็นร้อยละ 79.6, 68.9 และ 65.9 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับรู้ข่าวสารความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดจาก อินเทอร์เน็ต โดยมีจำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมาคือคำบอกเล่าจากคนรู้จักและหนังสือพิมพ์ โดยมีจำนวน 143 คน และ 65 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 35.6 และ 16.2 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด และกิจกรรมบริเวณชายหาด

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ประเด็นที่ได้ที่มีลักษณะจัดความคิดเห็น 5 ระดับแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่าของไลเคิร์ต (Likert) จากระดับค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 5 ระดับ วิเคราะห์เพื่อทราบระดับค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อ รวมทั้งแสดงรายละเอียดของระดับความคิดเห็น จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความใส่ใจต่อด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาดในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.327 เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ระดับความใส่ใจมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของอาหารในร้านอาหารบริเวณชายหาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 รองลงมาคือ ปัจจัยในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการเฝ้าระวังภัยในพื้นที่ชายหาดโดยมีการจัดเจ้าหน้าที่ชายฝั่งไลฟ์การ์ดคอยดูแลความปลอดภัยในการลงเล่นน้ำและมีอุปกรณ์ในการให้ความช่วยเหลือ และปัจจัยในเรื่องการถูกเอาเปรียบ เช่น ราคาค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมของรถโดยสาร ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.15 และการถูกหลอกลวงขายบริการ/ขายของปลอมให้แก่นักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางทะเลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

**ตารางที่ 6** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาดในประเทศไทย

(n=402)

ปัจจัยเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด และกิจกรรมบริเวณชายหาด	$\bar{x}$	SD	แปลผลระดับความใส่ใจ	ลำดับ
1. อาชญากรรมประเภท ช่มชู้้น ลักพาตัว ทำร้ายร่างกาย	2.22	1.33	น้อย	27
2. อาชญากรรมประเภท การลักขโมย กระชกทรัพย์ ปล้น จี้ ชิงทรัพย์	2.59	1.34	น้อย	25
3. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีการจัดช่องทางประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนแก่นักท่องเที่ยวในกรณีที่มีพายุ คลื่น ลมแรง ที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อการเล่นน้ำ	2.71	1.26	ปานกลาง	20
4. การเดินทางไปยังบริเวณชายหาด โดยคนขับรถโดยสารที่ปฏิบัติตามกฎจราจร	2.96	1.35	ปานกลาง	11



## ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=402)

ปัจจัยเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด และกิจกรรมบริเวณชายหาด	$\bar{x}$	SD	แปลผลระดับ ความใส่ใจ	ลำดับ
5. ความพร้อมของอุปกรณ์ช่วยชีวิตประจำเรือการจัดอุปกรณ์ความปลอดภัยชูชีพส่วนบุคคลเพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสาร	2.91	1.29	ปานกลาง	13
6. ความปลอดภัยของทรัพย์สินในสถานที่พักแรมที่อยู่ในบริเวณชายหาด	3.03	1.36	ปานกลาง	9
7. มีกฎหมายและกฎระเบียบความปลอดภัยในพื้นที่บริเวณชายหาด เช่น การจำกัดพื้นที่เรือโดยสาร	2.86	1.34	ปานกลาง	16
8. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีจุดเสี่ยงในการทำกิจกรรมบริเวณชายหาด เช่น มีคลื่นใต้น้ำ	2.87	1.40	ปานกลาง	15
9. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการช่วยเหลือและเยียวยาเมื่อเกิดอุบัติเหตุ โดยมีหน่วยงานหรือมีวิธีการในการให้ความช่วยเหลือหากเกิดอุบัติเหตุ	3.08	1.32	ปานกลาง	6
10. จำนวนอุบัติเหตุทางเรือที่เกิดขึ้นในพื้นที่บริเวณชายหาด	2.65	1.25	ปานกลาง	22
11. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีสัตว์มีพิษทางทะเลเช่น แมงกะพรุนทะเล	2.93	1.30	ปานกลาง	12
12. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีปัญหาเรื่องของยาเสพติด	2.24	1.29	น้อย	26
13. สภาพทางสมุทรศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ลักษณะคลื่นและกระแสน้ำบริเวณชายหาดมีโชดหินที่มีลักษณะแหลมคม	2.61	1.30	ปานกลาง	24
14. การจัดแบ่งพื้นที่กิจกรรมทางน้ำที่เหมาะสม เช่น การทำ Zoning เรือและเขตเล่นน้ำของพื้นที่จัดกิจกรรมเล่นเรือลากร่ม, เรือเจ็ทสกี, กิจกรรมดำน้ำ	2.80	1.33	ปานกลาง	18
15. การถูกเอาเปรียบ เช่น ราคาค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมของรถโดยสาร	3.15	1.34	ปานกลาง	2
16. การถูกหลอกลวงขายบริการ/ ขายของปลอมให้แก่นักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด / กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางทะเล	3.11	1.33	ปานกลาง	3
17. ความพร้อมของอุปกรณ์ป้องกันและช่วยเหลือเมื่อเกิดอัคคีภัยภายในที่พักแรมที่อยู่ในบริเวณชายหาด	2.90	1.26	ปานกลาง	14
18. ความสะอาดของอาหารในร้านอาหารบริเวณชายหาด	3.37	1.33	ปานกลาง	1
19. การถูกเอาเปรียบจากราคาอาหารที่ไม่เป็นธรรมหรือเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพและปริมาณ	3.05	1.31	ปานกลาง	8
20. สภาพทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายหาดบางแห่งลึกชัน กระแสน้ำแรง	2.63	1.27	ปานกลาง	23
21. การให้ความรู้ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น บานาน่าโบ๊ท เจ็ทสกี	2.82	1.34	ปานกลาง	17
22. นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ชายหาด	2.77	1.38	ปานกลาง	19
23. ความเป็นธรรมของการเยียวยาตามกฎหมายหากเกิดอุบัติเหตุ/เหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.10	1.35	ปานกลาง	4

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=402)

ปัจจัยเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด และกิจกรรมบริเวณชายหาด	$\bar{x}$	SD	แปลผลระดับ ความใส่ใจ	ลำดับ
24. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการเฝ้าระวังภัยในพื้นที่ชายหาดโดยมีการ จัดเจ้าหน้าที่ชายฝั่งไลฟ์การ์ดคอยดูแลความปลอดภัยในการลงเล่นน้ำ และ มีอุปกรณ์ในการให้ความช่วยเหลือ	3.15	1.38	ปานกลาง	2
25. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีช่องทางการแจ้งเมื่อประสบภัย/ การขอรับ การช่วยเหลือ (มีการติดตั้งป้ายแสดงเบอร์ฉุกเฉิน/ แจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย/ ขอความช่วยเหลือ ตามจุดต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว)	3.07	1.27	ปานกลาง	7
26. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีอุปกรณ์/เครื่องมือในการป้องกันอุบัติเหตุ เช่น มีการจัดระบบความปลอดภัยติดตั้งกล้องวงจรปิดในการบันทึกและ ตรวจสอบในการป้องกันดูแลความปลอดภัยอย่างเหมาะสม	2.91	1.28	ปานกลาง	13
27. ความปลอดภัยจากการก่อสร้างอาคารของสถานที่พักผ่อนในบริเวณ ชายหาด	2.90	1.30	ปานกลาง	14
28. แหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการจัดระบบการรักษาพยาบาลโดยมี เจ้าหน้าที่แพทย์/ พยาบาลให้บริการการรักษาและดูแลผู้ป่วย	3.09	1.32	ปานกลาง	5
29. การเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากภัยธรรมชาติบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยวชายหาด	2.69	1.35	ปานกลาง	21
30. วัสดุแหลมคมบริเวณชายหาด เช่น เศษแก้ว เศษกระเบื้อง	3.08	1.34	ปานกลาง	6
31. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีการจัดเจ้าหน้าที่ให้ความรู้และวิธีการ ป้องกันโรคระบาด	3.07	1.33	ปานกลาง	7
32. ความปลอดภัยในที่พักบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาด	2.97	1.50	ปานกลาง	10
<b>รวม</b>	<b>2.88</b>	<b>1.33</b>	<b>ปานกลาง</b>	

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในประเทศไทย

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ประเด็นที่ได้ที่มีลักษณะจัดความคิดเห็น 5 ระดับแบบมาตรฐานส่วนประมาณ  
ค่าของไลเคิร์ต (Likert) จากระดับค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 5 ระดับวิเคราะห์เพื่อทราบระดับค่าเฉลี่ย และค่า  
เบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อ แสดงรายละเอียดของระดับความคิดเห็น ดังนี้

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อ  
แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในประเทศไทย

(n=402)

ทัศนคติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในประเทศไทย	$\bar{x}$	S.D.	แปลผลระดับ ความสำคัญ
1. ท่านจะบอกเล่าสิ่งที่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทย	4.25	0.832	มากที่สุด
2. ท่านจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยให้กับบุคคลที่ต้องการ คำแนะนำจากท่าน	4.23	0.862	มากที่สุด

3. การท่องเที่ยวครั้งต่อไปท่านมีแนวโน้มจะมาที่แหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทย	3.81	1.043	มาก
4. ท่านจะมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยอีกเมื่อมีเวลา	4.36	0.818	มากที่สุด
5. ท่านพิจารณาว่าท่านเป็นนักท่องเที่ยวที่จงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทย	3.94	1.054	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.922</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.922 เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติที่จะมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยอีกเมื่อมีเวลามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมาคือจะบอกเล่าสิ่งที่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยและจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยให้กับบุคคลที่ต้องการคำแนะนำจากตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และ 4.23 ตามลำดับ

## อภิปรายผล

คณะผู้วิจัยอภิปรายผลได้ดังนี้ ประเภทและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีจำนวนมากและหลากหลายจากการทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในหลายๆ งานวิจัย เมื่อทำการศึกษาเจาะจงในแหล่งท่องเที่ยวทางชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาด จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทย ทำให้ได้ประเด็นปัญหาที่เคลือบ โดยประเด็นปัญหานักท่องเที่ยวต่างชาติทุกท่านให้ความเห็นตรงกันว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด มีประเด็นปัญหาโดยสรุปดังนี้ 1. คนขับรถโดยสารปฏิบัติตามกฎจราจรโดยประเด็นนี้สอดคล้องกับบทความของ (เมธี ปิยะคุณ, ม.ป.ป.) ที่กล่าวว่าสิ่งที่ทำให้ประเทศไทยสามารถเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวปัจจัยหลักคือการจัดการความปลอดภัยที่เป็นรูปธรรม เข้มแข็ง และต่อเนื่อง ทั้งระบบ เมื่อพิจารณาภัยที่อาจเกิดกับนักท่องเที่ยวสามารถพิจารณาได้จากวงจรการท่องเที่ยว (Tourism Service System) เช่นจากการคมนาคมขนส่ง ในด้านการคมนาคมขนส่งนั้นคนขับรถโดยสารถือเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวได้ 2. ทรัพย์สินในสถานที่พักแรมบริเวณชายหาด 3. กฎหมายและกฎระเบียบในพื้นที่ชายหาด 4. นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ โดยประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (รุ่งรัตน์ หัตถกรรม และคณะ, 2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเอง เช่น จากการที่นักท่องเที่ยวไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ จัดเป็นประเด็นปัญหาที่พบบ่อยโดยมีค่าร้อยละอยู่ที่ 51.1 และในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ได้แบ่งประเด็นปัญหาออกเป็น 3 ระดับคือ ระดับปัญหาที่พบบ่อย มีค่าร้อยละอยู่ตั้งแต่ 1 ถึง 33 ระดับปัญหาที่พบบ่อย มีค่าร้อยละอยู่ตั้งแต่ 34 ถึง 67 และระดับปัญหาที่พบบ่อยที่สุด มีค่าร้อยละอยู่ตั้งแต่ 68 ถึง 100 5. มีการจัดเจ้าหน้าที่ชายฝั่งไลฟ์การ์ดและมีอุปกรณ์ในการให้ความช่วยเหลือ 6. ปลอดภัยจากการก่อสร้างอาคารบริเวณชายหาด สอดคล้องกับรายงานของ (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ม.ป.ป.) ที่กล่าวว่าความเสี่ยงจากภาคการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคการขนส่ง ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจบริการ ปัจจัยในด้านความบกพร่องของมาตรฐานความปลอดภัย เช่น กรณีเกิดเพลิงไหม้, ข้อผิดพลาดจากการก่อสร้างและขาดการป้องกันแผ่นดินไหว เป็นปัจจัยที่เป็นความเสี่ยงภัย (Risk) ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวได้ โดยคณะผู้วิจัยสามารถ

แบ่งปัญหาออกเป็น 5 ด้านใหญ่ๆ ได้ ดังนี้ ปัญหาด้านการเดินทาง, ปัญหาด้านอาชญากรรม, ปัญหาภายในแหล่งท่องเที่ยว, ปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมและการบริการทางการท่องเที่ยว และปัญหาที่เกิดจากนักท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับการให้ความใส่ใจกับปัจจัยต่างๆ ด้านความปลอดภัยชายหาดและกิจกรรมบริเวณชายหาดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดในประเทศไทย ซึ่งมีความไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยโครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (จุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2555) ที่มีผลการวิจัยเกี่ยวกับความปลอดภัยว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับน้อย สะท้อนให้เห็นว่า ในระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยมีความพยายามในการปรับปรุงและพัฒนา และแก้ไขให้ปัจจัยต่างๆ ในด้านความปลอดภัยในประเทศไทยดีมากยิ่งขึ้น ทำให้ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น หากพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติได้ให้ความใส่ใจในเรื่องความสะอาดของร้านอาหารบริเวณชายหาดเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (เมธิ ปิยะคุณ, ม.ป.ป.) และ (Pimmadab Wichasin and Nuntiya Dounghummes, 2012) สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดให้ความสำคัญกับความสะอาดและความสุขลักษณะของร้านอาหารบริเวณชายหาดหากมีการจัดการที่ไม่ถูกสุขลักษณะ อาจจะทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ ก่อให้เกิดอาการท้องเสีย ท้องเดิน เป็นต้น และอาจส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ความประทับใจ การบอกต่อ และการเลือกกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัยในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวชายหาดมีการเฝ้าระวังภัยในพื้นที่ชายหาดโดยมีการจัดเจ้าหน้าที่ชายฝั่งไลฟ์การ์ดคอยดูแลความปลอดภัยในการลงเล่นน้ำและมีอุปกรณ์ในการให้ความช่วยเหลือ เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความใส่ใจเป็นลำดับถัดมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Pisit Tuntipisitkul, 2559) โดยไลฟ์การ์ดถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อการป้องกันดูแลความปลอดภัยให้กับผู้ทำกิจกรรมบริเวณพื้นที่หน้าชายหาด นอกจากนี้ยังได้รับการอบรมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นมาเป็นอย่างดี ดังนั้น ในกรณีหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินขึ้นไลฟ์การ์ดจะสามารถให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทันท่วงที โดยถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะยังไม่พบเห็นได้ไม่มากนักแต่ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติก็ถือว่าปัจจัยนี้ส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยและความมั่นใจในการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมบริเวณชายหาดเป็นอย่างมาก และสำหรับปัจจัยในเรื่องการถูกเอาเปรียบ เช่น ราคาค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมของรถโดยสาร หรือของที่ระลึก เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญเป็นลำดับเดียวกับปัจจัยข้างต้นโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าในประเทศไทยนักท่องเที่ยวต่างชาติอาจจะพบเห็นปัญหาเกี่ยวกับความไม่เป็นธรรมของราคาค่าโดยสารของรถโดยสาร อาทิ ในพัทยารถแท็กซี่บางครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการก็จะเรียกเก็บค่าบริการในอัตราที่สูงกว่าปกติ หรือไม่ยึดตามมิเตอร์ เป็นต้น ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถูกเอาเปรียบได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (วุฒิพันธ์ สันติมิตร, 2557) ที่กล่าวว่าปัจจัยนี้ถือเป็นหนึ่งในภัยที่อาจเกิดกับนักท่องเที่ยวโดยควรจะมีการจัดการความปลอดภัยที่เป็นรูปธรรม เข้มแข็ง และต่อเนื่องเพื่อลดปัญหาดังกล่าว ผลจากการศึกษาทั้ง 2 ระยะเวลา คือทั้งการวิจัยในเชิงคุณภาพและปริมาณ มีความสอดคล้องกัน โดยในการศึกษาเชิงปริมาณประเด็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าใส่ใจมากที่สุด คือ เรื่องความสะอาดของร้านอาหารบริเวณชายหาดเป็นอันดับแรก ในขณะที่เดียวกัน ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ ประเด็นปัญหาดังกล่าวผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 5 ท่านจาก 7 ท่านที่เห็นด้วยในประเด็นนั้น

หากพิจารณาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความจงรักภักดี การบอกต่อ และการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มากเนื่องจาก ดังที่ได้กล่าวไว้ในมุมมองของนักท่องเที่ยวประเทศไทยค่อนข้างมีระดับความปลอดภัยอยู่ในระดับที่ดี นักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างเชื่อมั่นและพึงพอใจ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Han Min Htun, Sawittree Padungyoscharoen and Sivlean San,

2015) สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับการแนะนำ บอกต่อ และการกลับมาเที่ยวซ้ำในประเทศไทยที่มากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากหากในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศไทยมีความปลอดภัยแล้ว นักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะแนะนำหรือพาเพื่อนๆ และครอบครัวมาเที่ยวประเทศไทยอีก จากผลการศึกษาระยะที่ 2 ที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างมีความกังวลและใส่ใจเกี่ยวกับความปลอดภัยในระดับปานกลาง เนื่องจากค่อนข้างมั่นใจว่าแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความปลอดภัย ดังนั้นจึงส่งผลต่อการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะบอกเล่าสิ่งที่ดีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทย, นักท่องเที่ยวต่างชาติจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยให้กับบุคคลที่ต้องการแนะนำ และจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งเมื่อมีโอกาสอยู่ในระดับมากที่สุด

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ (1) กรมเจ้าท่า (2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (3) ตำรวจท่องเที่ยว (4) หน่วยงานเอกชนและผู้ประกอบการบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาด เพื่อบริหารจัดการวางแผน กลยุทธ์และการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติและเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานที่ดีด้านความปลอดภัยและขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยกับแหล่งท่องเที่ยวในต่างชาติ โดยคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานเอกชนและผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

### ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ

1. ควรมีระบบและแบบแผนการบริหารจัดการที่ดีในเรื่องของความปลอดภัย
2. ควรมีความเคร่งครัดในเรื่องของข้อกำหนดและกฎหมายมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว
3. ควรเพิ่มช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนหรือเสนอแนะข้อคิดเห็นให้สะดวกและหลากหลายมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานเอกชนและผู้ประกอบการ

1. ควรนึกถึงผลประโยชน์ส่วนรวมและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก
2. ตรวจสอบความพร้อมในการใช้งานของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น เจ็ทสกี บานาน่าโบ๊ท ให้อยู่ในสภาพที่ดีเพื่อลดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
3. ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

### ข้อเสนอแนะต่อประชาชนในพื้นที่

1. ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลในเรื่องต่างๆ
2. คอยสอดส่องดูแลและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะต่อนักท่องเที่ยว

1. ควรปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด
2. ควรวางแผนและศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทางเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น
3. ควรระมัดระวังทรัพย์สินของตนเองอยู่เสมอ

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **สถิตินักท่องเที่ยว**[ออนไลน์], 15 พฤษภาคม 2560. <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/221/276>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2560). **ร่ำให้กอดศพ ชาวจีนจมน้ำดับที่หาดจอมเทียน**[ออนไลน์], 8 พฤษภาคม 2560. <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/749391>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). **สถานที่ท่องเที่ยว**[ออนไลน์], 20 พฤษภาคม 2560. <https://thai.tourismthailand.org>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). **หาดไร่เลย์ (กระบี่)**[ออนไลน์], 10 พฤษภาคม 2560. <http://phuketair-portthai.com/th/popular-destinations/1924/railay-beach-krabi>
- ข่าวสดออนไลน์. (2557). **หนุ่มหีนอนาจารสาวเวเนซุเอลา คาหาดหัวหินหวังขึ้นใจ-เหยื่อผู้สุดท้าย**[ออนไลน์], 8 พฤษภาคม 2560. <http://news.sanook.com/1703021/>
- ธงชัย พงษ์วิชัย และคณะ. 2559. **คู่มือการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยการท่องเที่ยวทางทะเลของเมืองพัทยา** (รายงานผลการวิจัย) : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ธงชัย พงษ์วิชัย และคณะ. 2559. **โครงการการบริหารจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทางทะเลของเมืองพัทยา** (รายงานผลการวิจัย) : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยหลักการและแนวคิดเทคนิคการเขียนรายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท แอคทีฟพรินทร์ จำกัด.
- บริษัท ยูเรก้า คอนซัลติ้ง จำกัด. ม.ป.ป. **โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** (รายงาน).
- บ้านพักจ้ออันตั้ง. (2553). **ชายหาดหัวหิน**[ออนไลน์], 18 พฤษภาคม 2560. <http://www.ghousehuahin.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538637275&Ntype=3ข>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)**. นนทบุรี : หจก. เพ็ญข้าหลวงพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรมเจ้าท่า. (2559). **รายงานสรุปผลการศึกษาวิจัยการจัดการสำหรับการเดินทางทางทะเลการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยการท่องเที่ยวทางทะเลของเมืองพัทยาวารสารกรมเจ้าท่า, (15).**

- พีรดา ปราศวีรวงศ์. (2559). **จัดระเบียบความปลอดภัยท่องเที่ยว** ปันไทยสวรรค์ชาวต่างชาติ[ออนไลน์], 20 พฤษภาคม 2560. <http://www.posttoday.com/biz/aec/scoop/415554>
- ภูษิต ศรีดุลลกุลย์ และคณะ. (2557). **เที่ยวไทย'57**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัท ทิงค์เน็ต จำกัด.
- เมธี ปิยะคุณ. ม.ป.ป. **ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ** [ออนไลน์], 21 พฤษภาคม 2560. <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0033.pdf>
- วรัญญา ภัทรสุข. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งรัตน์ หัตถกรรม และคณะ. 2550. **การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้** (รายงานผลการวิจัย) :สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- วุฒิพันธ์ สันติมิตร. 2557. **การจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด** (งานนิพนธ์) : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์. ม.ป.ป. **โครงการค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** (รายงานฉบับสมบูรณ์).
- สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **เดินทางปลอดภัยปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว.จดหมายข่าวสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TCT News.)**, 1(6), 1-5.
- สุวัฒน์ อัสวไชยชาญ. (2555). **แผนที่ 77 จังหวัด เที่ยวทั่วไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สารคดี.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Han Min Htun, Sawittree Padungyoscharoen and Sivlean San. (2015). Influences of motivation toward revisit intention, destination loyalty and positiveword-of-mouth. **Apheit Journal**, 4(2), 115-130.
- Pimmada Wichasin and Nuntiya Doungphummes. (2012). A Comparative Study of International Tourists' Safety Needs and Thai Tourist Polices' Perception towards International Tourists' Safety Needs. **International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering**, 6(7), 1938-1944.
- Pisit Tuntipisitkul. (2559). ปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้ทำกิจกรรมบริเวณพื้นที่ชายหาดบนเกาะภูเก็ต. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, 11(1), 27-37.
- Stephen J. Page, Tim Bentley and Linda Walker. (2005). TOURIST SAFETY IN NEW ZEALAND AND SCOTLAND. **Annals of Tourism Research**, 32(1), 150-166.

# ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารและแรงจูงใจในการบริโภคอาหาร ในแหล่งท่องเที่ยว: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหว็ดน่าน กับ จังหวัดเชียงใหม่

## Food-related Personality Traits and Food Consumption Motivations: A Comparative Study of Foreign Tourists Visiting Nan Province and Chiang Mai Province

กัสนีวา ภูวารีตล (Gusneewa Phuwareedol)\*

กมลพร พันธุ์ประสิทธิ์ (Kamonporn Phanprasith)\*

รภัส ศิลป์ศรีกุล (Rabhas Silpsrikul)\*\*

### บทคัดย่อ

การศึกษาทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้มีการศึกษาถึงตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ลักษณะบุคลิกภาพ (Personality Traits) เป็นตัวแปรหนึ่งซึ่งนักวิชาการทางการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจ โดยแบบจำลองหนึ่งที่ได้รับการอ้างอิงและนำไปใช้อย่างแพร่หลายคือแบบจำลองของ Stanley Plog ซึ่งได้แบ่งนักท่องเที่ยวตามลักษณะบุคลิกภาพออกเป็น 5 กลุ่ม และยังสามารถเสนอว่าลักษณะบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นของวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันรวมถึงมีรูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย แต่อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการอีกด้านหนึ่งที่ไม่เห็นด้วยกับแบบจำลองดังกล่าว นักวิชาการกลุ่มนี้เห็นว่าลักษณะบุคลิกภาพอาจไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่กำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว งานวิจัยนี้จึงสนใจที่จะทดสอบว่าลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ โดยแทนที่จะทดสอบลักษณะบุคลิกภาพในภาพรวมงานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะทดสอบความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารว่ากับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว โดยเลือกจังหวัดท่องเที่ยวในภาคเหนือสองจังหวัดที่อยู่ในชั้นของวงจรชีวิตที่แตกต่างกันสองจังหวัดคือจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่ และเก็บข้อมูลลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 2 จังหวัดนี้มาเปรียบเทียบกัน นอกจากนี้ยังได้เก็บข้อมูลและเปรียบเทียบแรงจูงใจในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดทั้ง 2 จังหวัดด้วย ผลการวิจัยว่านักท่องเที่ยวทั้งเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแบบจำลองที่ Stanley Plog ได้เสนอไว้ ส่วนผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการรับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยวพบกว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 จังหวัดมีแรงจูงใจทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน

\* นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900 (Student of the Bachelor's Degree Program in Tourism, Faculty of Humanities, Kasetsart University, Bangkok 10900)

\*\* อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900 (Lecturer of the Department of Career Sciences, Faculty of Humanities, Kasetsart University, Bangkok 10900)



## บทนำ

การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีมานานแล้ว แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการอ้างอิงแพร่หลายเป็นอย่างมากทั้งในงานวิชาการ งานวิจัย และตำราทางการท่องเที่ยวได้แก่ แบบจำลองของ Stanley Plog (Park & Jang, 2014) แบบจำลองของ Plog (1974) ได้จำแนกลักษณะของนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ตามลักษณะบุคลิกภาพ ได้แก่ กลุ่ม Psychocentric, กลุ่ม Near-Psychocentric, กลุ่ม Mid-centric, กลุ่ม Near-allocentric และกลุ่ม Allocentric และอธิบายว่าลักษณะทางบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันนี้จะเป็นตัวกำหนดความชื่นชอบและรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบ Psychocentric จะเป็นคนที่รอบคอบ มีลักษณะอนุรักษ์นิยม มีแนวโน้มที่จะไม่ชอบผจญภัยหรือสำรวจสิ่งใหม่ๆ คนกลุ่มนี้มีกิจกรรมที่จำกัดและชอบใช้สินค้าและบริการที่มีแบรนด์ที่เป็นที่รู้จัก และหากได้ใช้สินค้าและบริการใดแล้วพึงพอใจก็มีแนวโน้มที่จะใช้แบรนด์นั้นซ้ำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Allocentric เป็นกลุ่มที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับกลุ่ม Psychocentric อย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ จะเป็นกลุ่มที่ชอบสำรวจและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตัดสินใจง่าย มีแนวโน้มที่จะทดลองสินค้าหรือบริการใหม่ๆ มากกว่าที่จะยึดติดกับแบรนด์สินค้าและบริการที่คุ้นเคยหรือที่ได้รับความนิยม ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่ม Mid-centric จะเป็นกลุ่มที่มีลักษณะที่อยู่ตรงกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่ม Psychocentric และ Allocentric ในขณะที่กลุ่ม Near-Allocentric จะเป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลางแต่มีความโน้มเอียงไปทางกลุ่ม Allocentric และกลุ่ม Near-psychocentric จะมีลักษณะโน้มเอียงไปทาง Psychocentric

Plog (1974, 2001) ยังได้อธิบายว่าลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Psychocentric จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวครบครัน ในแหล่งท่องเที่ยวมีร้านค้า ร้านอาหารหรือที่พักแรมที่มีแบรนด์ที่เป็นที่รู้จัก นิยมการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่ม Allocentric จะชอบเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวไม่มากหรือยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่จำกัด มีโอกาสที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นสูง หากมองจากมุมมองของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว (Stage in Destination Lifecycle) ที่แตกต่างกันก็จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในขั้นแนะนำ (Introduction Stage) ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังใหม่ไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมากนัก ก็จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่ม Allocentric แต่เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้นและค่อยๆ เปลี่ยนแปลงโดยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้นโดยอาจเริ่มจากคนในท้องถิ่นเอง และมีนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นเข้ามาลงทุน การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวนี้เองที่จะดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างไป จากกลุ่ม Allocentric ไปเป็น กลุ่ม Near-allocentric, กลุ่ม Mid-centric, กลุ่ม Near-psychocentric และกลุ่ม Psychocentric ในที่สุด

นอกจากแนวคิดและงานวิจัยของ Plog (1974, 2001) แล้ว ยังมีนักวิชาการท่านอื่นได้เสนอแนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะทางบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมาก อาทิ Tran et al. (2015) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามกับรูปแบบการท่องเที่ยว โดยแยกลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Lang et al. (2011) ซึ่งแบ่งนักท่องเที่ยวเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่ม Extraversion, กลุ่ม Neuroticism, กลุ่ม Openness, กลุ่ม Conscientiousness และกลุ่ม Agreeableness และใช้รูปแบบการท่องเที่ยวที่แบ่งตามแนวคิดของ Pizam and

Sussmann (1995) ซึ่งแบ่งรูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทได้แก่ การทำธุรกรรมในเชิงพาณิชย์ (Commercial Transactions) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม (Social Interactions) ความชื่นชอบในการทำกิจกรรม (Activities Preferences) การหาความรู้จากแหล่งท่องเที่ยว (Knowledge of the Destination) และการต่อรอง (Bargaining) ผลจากการวิจัยพบว่าลักษณะบุคลิกภาพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แม้ว่าจะมีนักวิชาการและนักวิจัยด้านหนึ่งเห็นว่าลักษณะบุคลิกภาพมีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือก แต่ก็ยังมีนักวิชาการและนักวิจัยอีกด้านหนึ่งที่ไม่เห็นด้วยกับแนวคิดนี้ อาทิ Smith (1990) ได้ทดสอบแบบจำลองของ Plog (1974) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจาก 7 ประเทศ ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมัน สหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ ฮอลแลนด์ และสิงคโปร์ ผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่าลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกไป นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Litvin (2006) ซึ่งเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ พบว่าลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปไม่มีความสัมพันธ์กัน และยังมีนักวิชาการอีกหลายคนที่ตั้งข้อสังเกตว่าลักษณะบุคลิกภาพอาจจะไม่ใช่ปัจจัยหลักเพียงหนึ่งเดียวที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกไป ยกตัวอย่างเช่น Crossley and Jamieson (1999) พบว่าแม้ว่านักท่องเที่ยวมีลักษณะบุคลิกภาพเป็นแบบ Allocentric แต่ปัจจัยด้านการเงินหรือปัจจัยด้านอื่นๆ อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่ม Mid-centric หรือกลุ่ม Near-psychocentric หรือในงานวิจัยของ Park and Jang (2014) ที่พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Allocentric ซึ่งตามแนวคิดของ Plog (1974) ระบุว่าเป็นกลุ่มที่ชอบค้นหาหรือเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ กลับมีพฤติกรรมชอบท่องเที่ยวเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวเดิมไม่ต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Psychocentric หากได้รับความพึงพอใจในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นในครั้งแรกๆ

จากข้อถกเถียงในวงวิชาการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวดังที่ได้กล่าวมาแล้ว งานวิจัยนี้ต้องการทดสอบข้อสมมุติฐานที่อยู่บนพื้นฐานของข้อถกเถียงดังกล่าว โดยมุ่งเน้นไปที่ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร (Food-related Personality Traits) ของนักท่องเที่ยวว่ามีความสัมพันธ์กับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ โดยเปรียบเทียบลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดในภาคเหนือที่มีสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 2 จังหวัด คือจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดน่าน จังหวัดเชียงใหม่นับเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติมาช้านานและเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการมีท่าอากาศยานนานาชาติในจังหวัดที่รองรับเที่ยวบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศจำนวนหลายเที่ยวบินในแต่ละสัปดาห์ เป็นจังหวัดที่ปลายทางของการเดินทางของเส้นทางรถไฟสายเหนือ เป็นจังหวัดที่มีจำนวนสถานที่พักแรมและจำนวนห้องพักรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดในภาคเหนือ ธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีทั้งที่เป็นธุรกิจที่ดำเนินการโดยคนในท้องถิ่นและคนจากจังหวัดอื่นและจากต่างประเทศ สินค้าและบริการที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีโรงแรมและร้านอาหารที่เป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ในขณะที่จังหวัดน่าน เป็นจังหวัดที่เพิ่งจะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างจริงจังเมื่อไม่นานมานี้ เนื่องจากยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละปีเป็นจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ และแม้ว่าน่านจะมีสนามบินตั้งอยู่ในตัวจังหวัดแต่ก็รองรับเฉพาะเที่ยวบินภายในประเทศซึ่งมีจำนวนน้อยกว่าจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนสถานที่พักแรมและจำนวนห้องพักโดยรวมน้อยกว่าจังหวัด

เชียงใหม่ อีกทั้งธุรกิจอื่นๆ เช่นธุรกิจที่พักก็ยังมีเครือโรงแรมที่เป็นแบรนด์ระดับชาติหรือนานาชาติมาเปิดให้บริการ ซึ่งจากสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันนี้เอง หากพิจารณาตามแบบจำลองของ Plog น่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน และหากพิจารณาว่าบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นลักษณะย่อยของลักษณะบุคลิกภาพโดยรวม ความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวนี้ก็ น่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะบุคลิกภาพทางอาหารที่แตกต่างกันด้วย

ในการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพ นักวิชาการได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางจิตวิทยา 2 ด้าน คือ ความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่ (Food Neophobia) และการแสวงหาความหลากหลาย (Variety Seeking) รวมถึงได้มีการพัฒนาแบบวัด (Scale) สำหรับแบบวัดทางจิตวิทยาทั้งสอง ซึ่งแบบวัดที่นิยมใช้และมีการนำมาใช้เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แบบวัดความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่ที่พัฒนาโดย Pliner and Hobden (1992) และแบบวัดการแสวงหาความหลากหลาย (Variety Seeking) ที่พัฒนาโดย van Trijp and Steenkamp (1992) ซึ่งทางการท่องเที่ยวมีการนำแบบวัดทั้งสองนี้มาใช้เพื่อวัดและอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น ในงานวิจัยของ Kim et al. (2010) ที่ใช้แบบวัดทั้งสองนี้เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ความพึงพอใจ และความภักดี ของผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมและเทศกาลอาหาร และในงานวิจัยของ Mak et al. (2017) ก็มีการนำแบบวัดดังกล่าวไปใช้เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่มีผลต่อแรงจูงใจในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบวัดเดียวกันนี้มาใช้วัดและเปรียบเทียบลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดน่าน

นอกเหนือจากการเปรียบเทียบลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารแล้ว งานวิจัยนี้ยังเปรียบเทียบแรงจูงใจในการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดน่านอีกด้วย โดยแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวนั้น ได้มีนักวิชาการนำเสนอแนวคิดที่แตกต่างกัน เช่น Chang et al. (2010) ซึ่งอธิบายว่าอาหารที่นักท่องเที่ยวเลือกรับประทานอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ อาหารที่คุ้นเคย (Familiar Food) อาหารท้องถิ่น (Local Food) และอาหารที่ตัดสินใจรับประทานโดยไม่ได้ไตร่ตรอง (Non-fastidiousness of Food Selection) โดยการเลือกแต่ละประเภทจะมีแรงจูงใจหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกที่แตกต่างกันไป ในงานวิจัยนี้เลือกใช้แบบวัดแรงจูงใจในการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวซึ่ง Mak et al. (2017) ได้พัฒนาขึ้นโดยใช้แนวคิดของ Kelly (1955) และข้อมูลที่ได้จากการวิจัยของ Mak et al. (2013) โดยแบบวัดนี้แบ่งแรงจูงใจในการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความแปลกใหม่และความหลากหลาย ด้านประสบการณ์ที่แท้จริงและความเคารพนับถือ ด้านแรงจูงใจปฏิสัมพันธ์และวัฒนธรรม ด้านราคาหรือมูลค่าและความเชื่อมั่น ด้านสุขภาพ ด้านความคุ้นเคยและกิจวัตรในการบริโภคอาหาร และด้านความรู้สึกละแวกและความพึงพอใจ

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาว่าลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อการเลือกไปแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชั้นของวงจรชีวิตแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกันหรือไม่ โดยเปรียบเทียบบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่อยู่ในระดับชั้นของวงจรชีวิตที่ต่างกัน 2 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดน่าน ซึ่งนอกจากจะเปรียบเทียบบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารแล้ว ยังได้เปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน และชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยขนาดตัวอย่างของแต่ละจังหวัดคำนวณจากตารางขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่จำนวนประชากรมีขนาดเป็นอนันต์ (Infinity) และกำหนดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 10 ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมคือจังหวัดละ 100 คน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ระหว่างเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม 2560 ตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดน่านและเชียงใหม่ โดยกำหนดเงื่อนไขของผู้ที่ตอบแบบสอบถามคือ ต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 329 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 216 คน และจังหวัดน่าน 113 คน ซึ่งเป็นขนาดที่มากกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมที่คำนวณได้จากตาราง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษจำนวน 2 ชุด คือชุดที่ใช้สำหรับสอบถามกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ส่วนอีกชุดหนึ่ง ใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยโครงสร้างแบบสอบถามและข้อคำถามมีลักษณะที่เหมือนกัน แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และประเทศภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน หรือ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ด้านความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่และด้านการแสวงหาความหลากหลาย โดยแบบวัดความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่ ใช้แบบวัดที่พัฒนาโดย Pliner และ Hobden (1992) ประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อ ซึ่งใน 10 ข้อนี้มีข้อคำถามที่เป็นข้อความเชิงนิเสธ (Reverse Worded Item) จำนวน 5 ข้อ ส่วนแบบวัดการแสวงหาความหลากหลาย เป็นแบบวัดที่พัฒนาโดย van Trijp and Steenkamp (1992) ประกอบด้วยข้อคำถาม 8 ข้อ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เป็นข้อความเชิงนิเสธ 1 ข้อ ข้อคำถามทั้งหมดเป็นข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-point Likert Scale) มีค่าตั้งแต่ 1 ถึง 5 โดย 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบวัดที่พัฒนาโดย Mak et al. (2017) ซึ่งแบ่งแรงจูงใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่นเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความแปลกใหม่และความหลากหลาย (Novelty and Variety) ด้านประสบการณ์ที่แท้จริงและความเคารพนับถือ (Authentic Experience and Prestige) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์และวัฒนธรรม (Interpersonal and Culture) ด้านราคาหรือมูลค่าและความเชื่อมั่น (Price/Value and Assurance) ด้านความกังวลในเรื่องของสุขภาพ (Health Concern) ด้านความคุ้นเคยและนิสัยในการบริโภคอาหาร (Familiarity and Eating Habit) และด้านความรู้สึกและบริบทของความพึงพอใจ (Sensory and Contextual Pleasure)

ผู้วิจัยได้ร่างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 30 ชุด เพื่อมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้การคำนวณสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbachs Alpha Coefficient) เพื่อคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของแบบวัดในแต่ละด้าน ซึ่งจากการคำนวณพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของทั้ง 9 ด้าน มีค่าตั้งแต่ 0.771 ถึง 0.853 ซึ่งเป็นค่าที่มากกว่า 0.7 ซึ่งเป็นค่าต่ำสุดที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2009)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลในส่วนที่ 1 และ 2 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะนำเสนอโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ ส่วนข้อความในส่วนที่ 3 และ 4 ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยรายข้อ และรายด้านของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชียงใหม่และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่าน จากนั้นจะใช้สถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มโดยใช้สถิติทดสอบ Independent T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ผลการวิจัย

#### ลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 329 คน ซึ่งแบ่งเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่าน 113 คน และกลุ่มชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 216 คน มีลักษณะส่วนบุคคลดังแสดงในตารางที่ 1 กล่าวคือผู้ตอบแบบสอบถามทั้งกลุ่มชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวมไม่ต่างกันมากนัก ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงและเพศชายในจำนวนใกล้เคียงกัน มีอายุต่ำสุด 18 ปี และอายุสูงสุด 83 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสเป็นโสด ระดับการศึกษาของทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นผู้ที่มีระดับรายได้อยู่ในช่วง 10,001–40,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป

ตารางที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 329 คน)

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ ไปที่เที่ยวจังหวัดน่าน	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ ไปที่เที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	รวม
<b>เพศ</b>	<b>113 (100)</b>	<b>215 (100)</b>	<b>328 (100)</b>
ชาย	70 (61.9)	99 (46.0)	169 (51.5)
หญิง	43 (38.1)	116 (54.0)	159 (48.5)
<b>อายุ</b>			
ต่ำสุด	18 ปี	18 ปี	18 ปี
สูงสุด	83 ปี	76 ปี	83 ปี
เฉลี่ย	35.83 ปี	29.25 ปี	31.50 ปี

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

(จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 329 คน)

สถานภาพสมรส	113 (100)	214 (100)	327 (100)
โสด	66 (58.4)	154 (72.0)	220 (67.3)
เลี้ยงดูบุตรโดยลำพัง	4 (3.5)	3 (1.4)	7 (2.1)
สมรสและอาศัยอยู่กับ คู่สมรสและมีบุตร	17 (15.0)	25 (11.7)	42 (12.8)
สมรสและอาศัยอยู่กับ คู่สมรสและไม่มีบุตร	19 (16.8)	29 (13.6)	48 (14.7)
หย่าร้าง	7 (6.2)	2 (0.9)	9 (2.8)
<b>สถานภาพทางการศึกษา</b>	<b>111 (100)</b>	<b>212 (100)</b>	<b>323 (100)</b>
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษา ตอนต้น	1 (0.9)	7 (3.3)	8 (2.5)
มัธยมศึกษาตอนปลาย	19 (17.1)	25 (11.6)	44 (13.6)
อาชีวศึกษา/วิทยาลัย	21 (18.1)	40 (18.9)	61 (18.9)
นักศึกษาระดับปริญญาตรี	49 (44.1)	76 (35.8)	125 (38.7)
นักศึกษาที่ศึกษาต่อจาก ระดับปริญญาตรี	21 (18.9)	64 (30.2)	85 (26.3)
<b>รายได้ต่อเดือน</b>	<b>100 (100)</b>	<b>202 (100)</b>	<b>302 (100)</b>
ต่ำกว่า 10,000 บาท	14 (14.0)	37 (18.3)	51 (16.9)
10,001 – 40,000 บาท	40 (40.0)	42 (20.8)	82 (27.2)
40,001 – 70,000 บาท	13 (13.0)	32 (15.8)	45 (14.9)
70,001 – 100,000 บาท	10 (10.0)	23 (11.4)	33 (10.9)
100,001 – 130,000 บาท	8 (8.0)	12 (5.9)	20 (6.6)
130,001 – 160,000 บาท	2 (2.0)	16 (7.9)	18 (6.0)
160,001 – 190,000 บาท	1 (1.0)	8 (4.0)	9 (3.0)
190,001 – 220,000 บาท	2 (2.0)	3 (1.5)	5 (1.7)
220,001 – 250,000 บาท	1 (1.0)	6 (3.0)	7 (2.3)
250,001 – 280,000 บาท	1 (1.0)	3 (1.5)	4 (1.3)
280,001 – 310,000 บาท	- -	6 (3.0)	6 (2.0)
มากกว่า 310,001 บาท	8 (8.0)	14 (6.9)	22 (7.3)

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

(จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 329 คน)

ทวีปภูมิลาเนา	110 (100)	215 (100)	325 (100)
ทวีปอเมริกา	39 (35.5)	57 (26.5)	96 (29.5)
ทวีปยุโรป	41 (37.3)	122 (56.7)	163 (50.2)
ทวีปแอฟริกา	1 (0.9)	5 (2.3)	6 (1.8)
ทวีปเอเชีย	18 (16.4)	27 (12.5)	45 (13.8)
ทวีปโอเชียเนีย	11 (10.0)	4 (1.9)	15 (4.6)

## ตารางที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

(จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 329 คน)

ลักษณะพฤติกรรม	นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ไปที่เที่ยวจังหว็ดน่าน	นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ ไปที่เที่ยวจังหวังเชียงใหม่	รวม
<b>ผู้ที่เดินทางมาด้วย</b>	<b>111 (100)</b>	<b>216 (100)</b>	<b>327 (100)</b>
เดินทางคนเดียว	35 (31.5)	35 (16.2)	70 (67.3)
เดินทางกับครอบครัว (ไม่มีเด็ก)	14 (12.6)	34 (15.7)	48 (21.4)
เดินทางกับครอบครัว (มีเด็ก)	8 (7.2)	24 (11.1)	32 (9.8)
เดินทางกับเพื่อน	29 (26.1)	88 (40.7)	117 (35.8)
อื่น ๆ	25 (22.5)	35 (16.2)	60 (18.3)
<b>การเดินทางมายังจังหว็ดน่าน/ เชียงใหม่</b>	<b>113 (100)</b>	<b>216 (100)</b>	<b>326 (100)</b>
มาเป็นครั้งแรก	81 (73.6)	169 (78.2)	250 (76.7)
เดินทางมาซ้ำ	29 (26.4)	47 (21.8)	76 (23.3)
<b>การเดินทางมายังประเทศไทย</b>	<b>111 (100)</b>	<b>216 (100)</b>	<b>327 (100)</b>
มาเป็นครั้งแรก	33 (29.7)	152 (70.4)	185 (56.6)
เดินทางมาซ้ำ	78 (70.3)	64 (29.6)	142 (43.4)

พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไปท่องเที่ยวจังหว็ดน่าน และจังหวัดเชียงใหม่ จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน และเดินทางไปเที่ยวในจังหว็ดน่านหรือจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก

## ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

เมื่อพิจารณาลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่านกับจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะบุคลิกภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทั้งในด้านความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่และการแสวงหาความหลากหลาย ซึ่งผลที่ได้นี้ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพของ Plog (1974, 2001) ที่เสนอว่า ลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป ซึ่งหากมองเฉพาะไปที่ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร นักท่องเที่ยวที่มีความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่หรือไม่ชอบแสวงหาอาหารที่มีความหลากหลาย น่าจะเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเชียงใหม่มากกว่าที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีร้านอาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารให้เลือกหลากหลายและมีร้านอาหารจำนวนมากที่มุ่งเน้นให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาและเลือกรับประทานอาหารที่คุ้นเคยได้ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารประจำชาติของนักท่องเที่ยวเอง หรือร้านอาหารหรือเครือร้านอาหาร (Restaurant Chain) ที่มีแบรนด์ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะตรงกันข้ามคือเป็นคนที่ชอบที่จะลองอาหารแปลกใหม่จากที่ตนเองคุ้นเคยและชอบแสวงหาอาหารที่มีความแตกต่างจากที่ตนเองคุ้นชิน น่าจะเลือกที่จะเดินทางไปที่น่านซึ่งร้านอาหารส่วนมากเป็นร้านอาหารที่มุ่งเน้นให้บริการแก่คนท้องถิ่น มีร้านอาหารหรือเครือร้านอาหารที่มีแบรนด์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักอยู่เป็นจำนวนน้อยมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่านมีแนวโน้มที่จะต้องใช้บริการอาหารจากร้านอาหารที่เน้นให้บริการกับคนในท้องถิ่น

**ตารางที่ 3** ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวจังหวัดน่าน และจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ไป เที่ยวจังหวัดน่าน	นักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติที่ไปเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	สถิติ t	p value
1. ความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่	2.1347	2.0382	1.215	0.226
1.1 ฉันมักจะลองรับประทานอาหารที่แปลกใหม่และมีความแตกต่างจากที่เคยรับประทานอยู่เสมอ (R)	1.9027	1.8884	0.127	0.899
1.2 ฉันไม่ไวใจอาหารที่ไม่คุ้นเคย	2.3186	2.0558	1.904	0.058
1.3 ถ้าฉันไม่ทราบว่าส่วนประกอบของอาหารมีอะไรบ้าง ฉันจะไม่รับประทานอาหารนั้น	2.7339	2.7465	-0.088	0.930
1.4 ฉันชอบทานอาหารของประเทศต่างๆ (R)	1.5000	1.3474	1.734	0.085
1.5 อาหารท้องถิ่นดูแปลกเกินกว่าที่จะรับประทาน	2.2054	1.9005	2.324	0.021*
1.6 หากฉันไปร่วมงานเลี้ยงอาหารค่ำ ฉันจะลองรับทานอาหารที่ไม่คุ้นเคย (R)	1.7168	1.6465	0.705	0.481
1.7 ฉันกลัวที่จะรับประทานอาหารที่ฉันไม่เคยรับประทานมาก่อน	2.1858	2.0467	1.003	0.317



## ตารางที่ 3 (ต่อ)

1.8	ฉันระมัดระวังในการเลือกรับประทานอาหาร	2.9204	2.5794	2.295	0.022*
1.9	ฉันสามารถรับประทานอาหารได้แทบจะทุกอย่าง (R)	2.1947	2.4791	-2.138	0.033*
1.10	ฉันชอบลองใช้บริการร้านอาหารประจำชาติที่เปิดใหม่ (R)	1.6814	1.6869	-0.053	0.958
<b>2.</b>	<b>แสวงหาความหลากหลาย</b>	<b>3.8885</b>	<b>3.8975</b>	<b>-0.114</b>	<b>0.909</b>
2.1	เวลาที่ฉันออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ฉันชอบที่จะลองรับประทานอาหารที่ต่างไปจากเดิม แม้ว่าฉันจะไม่มั่นใจว่าฉันจะชอบหรือไม่	3.4505	3.2654	1.463	0.145
2.2	เวลาที่ฉันทำอาหารหรือของทานเล่น ฉันชอบที่จะลองทำสูตรใหม่ ๆ	4.0000	3.8638	1.288	0.199
2.3	ฉันคิดว่ามันเป็นเรื่องสนุกที่จะลองรับประทานอาหารที่คนอื่นไม่คุ้นเคย	4.1261	4.1737	-0.464	0.643
2.4	ฉันความกระตือรือร้นที่จะรู้ว่าผู้คนที่อยู่ในประเทศอื่นรับประทานอะไร	4.2613	4.3944	-1.311	0.191
2.5	ฉันชอบที่จะรับประทานอาหารที่เป็นอาหารจากภูมิภาคอื่น	4.2432	4.1698	0.683	0.495
2.6	รายการอาหารในเมนูที่ฉันไม่คุ้นเคยทำให้ฉันมีความอยากรู้	4.0000	3.9810	0.168	0.867
2.7	ฉันชอบรับประทานอาหารผลิตภัณฑ์อาหารที่ฉันมีความคุ้นเคยมากกว่า (R)	3.0360	3.2358	-1.547	0.123
2.8	ฉันมีความอยากรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารที่ฉันไม่มีความคุ้นเคย	3.9910	4.0939	-0.951	0.342

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ทำยค่า p-value หมายถึงมีค่าเฉลี่ยของรายการท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. (R) หมายถึงข้อความในข้อคำถามนั้นเป็นข้อความนิเสธ และค่าที่แสดงในตารางเป็นค่าที่คำนวณหลังจากกลับสเกลแล้ว

การที่ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Plog (1974, 2001) นั้น อาจอธิบายได้ว่าลักษณะบุคลิกที่เกี่ยวข้องกับอาหารอาจไม่ใช่ตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป เพราะในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากกว่าลักษณะบุคลิกภาพหรือบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารของนักท่องเที่ยว ซึ่งคำอธิบายนี้สอดคล้องกับ Crossley and Jamieson (1999) ที่เสนอว่า แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีลักษณะบุคลิกภาพเป็นแบบหนึ่ง แต่เมื่อได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ ก็อาจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพของตน นอกจากนี้การที่ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวทั้งสองจังหวัดไม่แตกต่างกันก็อาจเป็นเพราะเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย การตัดสินใจอาจเป็นผลมาจากการรับรู้ภาพลักษณ์เกี่ยวกับประเทศไทยในภาพรวมมากกว่าที่จะเกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์เฉพาะของจังหวัดน่านหรือจังหวัดเชียงใหม่

ถึงแม้ว่าผลจากการเปรียบเทียบลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่จะไม่แตกต่างกัน แต่หากพิจารณาค่าเฉลี่ยด้านความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่ของทั้งสองจังหวัดจะเห็นว่ามีความคล้ายอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.1347 และ 2.0328 ตามลำดับ และหากพิจารณาค่าเฉลี่ยด้านการแสวงหาความหลากหลาย พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8885 และ 3.8975 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวในทั้งสองจังหวัดนี้มีแนวโน้มที่จะเปิดรับอาหารที่แตกต่างจากที่ตนเองคุ้นเคยและพร้อมที่จะลองรับประทานอาหารท้องถิ่น ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ก็จะเป็นโอกาสที่ดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในทั้ง 2 จังหวัด ในการนำเสนออาหารท้องถิ่นเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 2 จังหวัดนี้ยังอาจส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) เป็นต้น

### แรงจูงใจในการรับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการรับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่มีแรงจูงใจไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในทั้ง 7 ด้าน แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาภาพรวมรายด้านแต่ละด้านพบว่าแรงจูงใจด้านความรู้สึกและบริบทของความพึงพอใจ แรงจูงใจด้านปฏิสัมพันธ์และวัฒนธรรม และแรงจูงใจด้านปฏิสัมพันธ์และวัฒนธรรมอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารของนักท่องเที่ยวใน 2 จังหวัดนี้ ดังที่แสดงในตารางที่ 3 และอธิบายไปแล้วก่อนหน้านี้ ส่วนแรงจูงใจด้านประสบการณ์ที่แท้จริงและความเคารพนับถือ และด้านราคามูลค่าและความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ในขณะที่แรงจูงใจในด้านสุขภาพและแรงจูงใจด้านความคุ้นเคยและกิจวัตรในการบริโภคอาหารอยู่ในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัย ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในทั้งสองจังหวัดให้ความสำคัญมากกับบรรยากาศรสชาติการจัดแต่ง และความแปลกใหม่ของอาหาร และนอกจากการรับประทานอาหารแล้วยังต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมในท้องถิ่นผ่านอาหาร และให้ความสำคัญกับการมีประสบการณ์ร่วมกันในการรับประทานอาหารกับคนที่เดินทางไปด้วย ซึ่งธุรกิจบริการอาหารรวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในทั้ง 2 จังหวัดนี้ นอกจากจะต้องให้ความสำคัญกับรสชาติและการบริการแล้ว หากต้องการให้บริการอาหารท้องถิ่นก็ควรเน้นการสื่อความหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบท้องถิ่นที่นำมาใช้ปรุงอาหารรวมถึงประเพณีและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารในท้องถิ่นนั้นด้วย

หากพิจารณาผลการวิจัยแยกตามรายด้าน แม้ว่าทุกด้านจะมีค่าเฉลี่ยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในทั้ง 2 จังหวัด แต่ในบางด้านพบว่ามียุทธศาสตร์บางข้อที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อาทิ ด้านแรงจูงใจด้านปฏิสัมพันธ์และวัฒนธรรม พบว่าข้อ 3.1 ค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดน่านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยจังหวัดน่านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3805 และเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5681 ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับความเพลิดเพลินที่ได้จากการรับประทานอาหารกับคนที่เดินทางไปด้วยมากกว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ด้านแรงจูงใจด้านประสบการณ์ที่แท้จริงและความเคารพนับถือ พบว่าข้อ 2.3 เป็นข้อเดียวในด้านนี้ที่นักท่องเที่ยวจังหวัดน่านมีค่าเฉลี่ยรายข้อแตกต่างกับจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญ โดยค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีค่าเท่ากับ 3.4196 ส่วนในจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเท่ากับ 3.0187 ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดน่านให้ความสำคัญกับร้านที่มีชื่อเสียงมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญ เป็นต้น

**ตารางที่ 4** การเปรียบเทียบแรงจูงใจในรับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดน่าน และจังหวัดเชียงใหม่

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่น	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยวจังหวัดน่าน	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	สถิติ t	p value
<b>1. แรงจูงใจด้านความแปลกใหม่และความหลากหลาย</b>	<b>4.2083</b>	<b>4.2455</b>	<b>-0.472</b>	<b>0.637</b>
1.1 เพื่อลองรับประทานอาหารที่มีความหลากหลายในจังหวัดน่าน/จังหวัดเชียงใหม่	4.2920	4.3551	-0.665	0.506
1.2 เพื่อลองรับประทานอาหารที่ไม่เคยลองรับประทานมาก่อน	4.2556	4.3084	-0.519	0.604
1.3 เพื่อประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นในการลองรับประทานอาหารที่หลากหลายในจังหวัดน่าน/จังหวัดเชียงใหม่	4.3009	4.2535	0.496	0.620
1.4 เพื่อลองรับประทานอาหารที่มีความแปลกใหม่สำหรับฉัน	4.0619	4.1509	-0.855	0.393
1.5 เพื่อเพลิดเพลินกับการคัดสรรที่ดีของอาหารท้องถิ่นและอาหารนานาชาติในจังหวัดน่าน/จังหวัดเชียงใหม่	4.1593	4.2243	-0.622	0.534
1.6 เพื่อบอกเล่ากับคนรู้จักเกี่ยวกับประสบการณ์การรับประทานอาหารในจังหวัดน่าน/จังหวัดเชียงใหม่	4.1875	4.1831	0.035	0.972

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่น	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ไป เที่ยวจังหวัดน่าน	นักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติที่ไปเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	สถิติ t	p value
<b>2. แรงจูงใจด้านประสบการณ์ที่แท้จริงและ ความเคารพนับถือ</b>	<b>4.0413</b>	<b>3.9941</b>	<b>0.505</b>	<b>0.614</b>
2.1 เพื่อทดลองอาหารท้องถิ่นที่แท้และ ดั้งเดิม	4.3717	4.3897	-0.198	0.843
2.2 เพื่อลองรับประทานอาหารที่สามารถ หารับประทานได้ในจังหวัดน่าน/จังหวัด เชียงใหม่เท่านั้น	4.3036	4.5421	-0.871	0.384
2.3 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่มีชื่อเสียง ในจังหวัดน่าน/จังหวัดเชียงใหม่	3.4196	3.0187	2.770	0.006*
2.4 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่มี บรรยากาศของความเป็นท้องถิ่นที่แท้จริง	4.5841	4.2477	1.252	0.211
2.5 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่ได้รับ การแนะนำโดยสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ ท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์	3.3393	3.3925	-0.392	0.696
2.6 เพื่อลองรับประทานอาหารหรือเมนูที่เป็น ที่รู้จักดีในจังหวัดน่าน/จังหวัดเชียงใหม่	4.2162	4.3803	-1.765	0.099
<b>3. แรงจูงใจด้านปฏิสัมพันธ์และวัฒนธรรม</b>	<b>4.3119</b>	<b>4.4311</b>	<b>-1.069</b>	<b>0.286</b>
3.1 เพื่อความเพลิดเพลินในมื้ออาหารกับ คนที่เดินทางท่องเที่ยวไปกับฉัน	4.3805	4.5681	-2.273	0.024*
3.2 เพื่อรับประทานอาหารที่คนที่ร่วมเดิน ทางไปกับฉันชอบ	4.0177	4.0047	0.113	0.910
3.3 เพื่อเพิ่มความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านประสบการณ์การรับประทานอาหาร	4.3628	4.4486	-0.867	0.386
3.4 เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับประเพณีและ วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น	4.4867	4.6948	-0.615	0.539

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่น	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ไป เที่ยวจังหวัดน่าน	นักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติที่ไปเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	สถิติ t	p value
<b>4. แรงจูงใจด้านราคาหรือมูลค่าและความ เชื่อมั่น</b>	<b>4.0605</b>	<b>4.1336</b>	<b>-1.001</b>	<b>0.318</b>
4.1 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่มีราคา สมเหตุสมผล	4.2655	4.2037	0.665	0.506
4.2 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่ให้ความ คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป	4.3363	4.3472	-0.126	0.900
4.3 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่มีการ บริการที่ดี	4.1875	4.2500	-0.609	0.543
4.4 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่เป็นมิตร กับนักท่องเที่ยว เช่น มีเมนูอาหารที่เป็น ภาษาอังกฤษ และพนักงานที่สามารถ สื่อสารภาษาอังกฤษได้	3.4071	3.5787	-1.269	0.205
4.5 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่มี มาตรฐานสูงในด้านสุขอนามัย	4.0088	4.1343	-1.159	0.247
4.6 เพื่อรับประทานอาหารที่มีการปรุงอย่าง ถูกสุขอนามัย	4.1607	4.2884	-1.304	0.193
<b>5. แรงจูงใจด้านสุขภาพ</b>	<b>3.6460</b>	<b>3.4846</b>	<b>1.481</b>	<b>0.140</b>
5.1 เพื่อรับประทานอาหารที่ช่วยให้ฉัน สามารถควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในระดับที่ เหมาะสม	3.7257	3.3889	2.543	0.012*
5.2 เพื่อเพลิดเพลินกับอาหารที่ส่งผลดีต่อ สุขภาพของฉัน	3.8673	3.8372	0.247	0.805
5.3 เพื่อสอบถามเกี่ยวกับวัตถุดิบในอาหาร ท้องถิ่นก่อนที่จะลองรับประทาน	3.3393	3.2290	0.775	0.439

## ตารางที่ 4 (ต่อ)

<b>6. แรงจูงใจด้านความคุ้นเคยและกิจวัตรใน การบริโภคอาหาร</b>	<b>2.9115</b>	<b>2.6829</b>	<b>1.956</b>	<b>0.062</b>
6.1 เพื่อรับประทานอาหารในครัวเรือน อาหารที่ฉันเคยใช้บริการ	2.5752	2.3411	1.660	0.098
6.2 เพื่อเพลิดเพลินกับอาหารที่ฉันมีความคุ้นเคย	3.1504	2.8935	1.974	0.049*
6.3 เพื่อรับประทานอาหารที่เข้ากับกิจวัตร การรับประทานอาหารเช้า	3.0179	2.8000	1.555	0.121
<b>7. แรงจูงใจด้านความรู้สึกและบริบทของ ความพึงพอใจ</b>	<b>4.2448</b>	<b>4.3488</b>	<b>-1.543</b>	<b>0.114</b>
7.1 เพื่อลองรับประทานอาหารที่มีการนำ เสนอและจัดเตร้านาสนใจ	3.9469	4.0324	-0.842	0.401
7.2 เพื่อรับประทานอาหารในร้านที่มี บรรยากาศที่น่าพึงพอใจ	4.0973	4.2500	-1.647	0.101
7.3 เพื่อเพลิดเพลินกับอาหารที่มีรสชาติอร่อย	4.6903	4.7639	-1.099	0.273
<b>เฉลี่ยรวมทุกด้าน</b>	<b>3.9178</b>	<b>3.9026</b>	<b>0.285</b>	<b>0.776</b>

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตรวัดแบบ  
ลิเคิร์ต 5 ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ทำยค่า p-value หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของรายการท่องเที่ยวแตกต่างกัน  
ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารซึ่งได้แก่ ความกลัวในการลองอาหาร  
แปลกใหม่และแสวงหาความหลากหลาย ในภาพรวมของทั้ง 2 จังหวัดไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่เมื่อ  
พิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า ความกลัวในการลองอาหารแปลกใหม่ในด้าน อาหารท้องถิ่นดูแปลกเกินกว่าที่จะ  
รับประทาน และฉันระมัดระวังในการเลือกรับประทานอาหาร จะพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยวจังหวัด  
น่านมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า แต่ในขณะที่เดียวกันในด้าน ฉันสามารถรับประทานอาหารได้แทบจะทุกอย่าง จะพบว่า  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่น ในภาพรวมของทั้ง 2 จังหวัดไม่มีด้านใดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะ  
สำคัญ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แรงจูงใจด้านประสบการณ์ที่แท้จริงและความเคารพนับถือ ในด้านเพื่อ  
รับประทานอาหารในร้านที่มีชื่อเสียงในจังหวัดน่าน/เชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวจังหวัดน่าน มีค่าเฉลี่ยที่  
สูงกว่า แรงจูงใจด้านปฏิสัมพันธ์และวัฒนธรรม ในด้านเพื่อความเพลิดเพลินในมื้ออาหารกับคนที่เดินทางท่องเที่ยว  
ไปกับฉัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า แรงจูงใจด้านสุขภาพ ในด้านเพื่อ  
รับประทานอาหารเช้าที่ช่วยให้ฉันสามารถควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยว

จังหวัดน่านมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า แรงจูงใจด้านความคุ้นเคยและกิจวัตรในการบริโภคอาหาร ในด้านเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์อาหารที่ฉันทึมีความคุ้นเคย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยวจังหวัดน่านมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า

ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบตัวแปรหลัก 2 ตัวแปรคือ ลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และแรงจูงใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่น ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเที่ยวจังหวัดน่านและจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัวของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ยังสามารถนำไปทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยในการเดินทางไปบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับสถานประกอบการ ร้านอาหารต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนารูปแบบของอาหาร ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อีกด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดน่าน พ.ศ.2552-2558**, 2 พฤษภาคม 2560. [http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/35500\\_Nan/16.5.xls](http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/35500_Nan/16.5.xls)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2559). **GASTRONOMY TOURISM: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร**, 1 พฤษภาคม 2560. <http://www.dasta.or.th/th/aboutus/item/3013-gastronomy>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2541). **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสิทธิ์ บุญนาค. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **กระแสวิพนธรรม**. 15(28), 3-16.
- อรพิน จารุศิริรังสี. (2555). **โครงการวิจัยการพัฒนาข้อมูลภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านไทย**. สำนักศิลปและวัฒนธรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food preferences of Chinese tourists. **Annals of Tourism Research**, 37(4), 989–1011.
- Crossley, J.C., & Jamieson, L.M. (1999). **Introduction to Commercial and Entrepreneurial Recreation**. Sagamore Publishing: Champaign, IL.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). **Multivariate data analysis**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. In A. M. Hjalager, & G. Richards (Eds.), **Tourism and gastronomy**. 37–50.

- Kim, Y. G., Suh, B. W., & Eves, A. (2010). The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food event and festivals. **International Journal of Hospitality Management**. 29, 216-226.
- Köster, E. P., & Mojet, J. (2007). Boredom and the reasons why some new products fail. In H. J. H. MacFie (Ed.), **Consumer-led food product development**. 262-280.
- Lähteenmäki, L., & Arvola, A. (2001). Food neophobia and varietyseeking—consumer fear or demand for new food products. In L. J. Frewer, E. Risvik, & H. Schifferstein (Eds.), **Food, people and society**. 161–175.
- Lang, F., John, D., Ludtke, O., Schupp, J., & Wagner, G. (2011). Short assessment of the big five: robust across survey methods except telephone interviewing. **Behavior Research Methods**. 43(2), 548-567.
- Litvin, S.W. (2006). Revisiting Plog's model of allocentricity and psychocentricity. **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. 47(3), 245-253.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. **Annals of Tourism Research**. 39(1), 171–196.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2013). An application of the respiratory grid method and generalised procrustes analysis to investigate the motivational factors of tourist food consumption. **International Journal of Hospitality Management**. 35, 327-338.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2017). The effects of food-related personality traits on tourist food consumption motivations. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**. 22(1), 1-20.
- Park, JY., & Jang, SS. (2014). Psychographics: Static or Dynamic?. **International Journal of Tourism Research**, Int. J. Tourism Res. 16, 351-354.
- Pizam, A., & Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourism behavior? **Annals of Tourism Research**. 22(4), 901–917.
- Pliner, P., & Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. **Appetite**. 19(2), 105–120.
- Pliner, P., & Salvy, S. J. (2006). Food neophobia in humans. In R. Shepherd, & M. Raats (Eds.), **The psychology of food choice**. 75–92.
- Plog, S.C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. 14(4), 55-58.



- Plog S.C. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity. **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. 42(3), 13-24.
- Smith S.L.J. (1990). A test of Plog's allocentric/psychocentric model: evidence from seven nations. **Journal of Travel Research**. 28(4), 40-43.
- Tran, X., Nguyen, B. L., & Nguyen, M. C. (2015). Effects of the Big Five Personality Traits on Recreation Types – The Case of Vietnam Tourism. **Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally**. 14.
- van Trijp, H. (1995). **Variety-seeking in product choice behavior: Theory with applications in the food domain**. (Thesis). Landbouwniversteit Wageningen, Wageningen, TheNetherlands.
- van Trijp, H. C. M., & Steenkamp, J.-B. E. M. (1992). Consumer's variety seeking tendency with respect to foods: Measurement and managerial implications. **European Review of Agricultural Economics**. 19(2), 181-195.

# ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการ กรณีศึกษา สวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดิเอ็มวีเวิลด์

ดลฤทัย เจียรกุล  
ประภัสสร เอกประสิทธิ์วัฒนา  
พิมพ์ใจ ศิริพลตั้งมั่น

## บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการ กรณีศึกษาสวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดิเอ็มวีเวิลด์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการ (Importance and Performance Analysis: IPA) ของสวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดิเอ็มวีเวิลด์ในขอบเขตของการให้บริการเชิงกายภาพและภูมิทัศน์การบริการ (servicescape) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในภาพรวมและความภักดีของผู้ใช้บริการสวนสนุก และเปรียบเทียบความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความพึงพอใจโดยรวม และความภักดีระหว่างผู้ใช้บริการสวนสนุกทั้ง 2 แห่งนี้ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยในเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลผู้ใช้บริการของสวนน้ำและสวนสนุกทั้งสองด้วยแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่าความคาดหวังด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อมของผู้ใช้บริการสวนสนุกทั้ง 2 แห่ง อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดิเอ็มวีเวิลด์มีความพึงพอใจในระดับมาก และมากที่สุดตามลำดับ ในส่วนของภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงาน ผู้ใช้บริการสวนน้ำและสวนสนุกทั้ง 2 แห่ง มีความคาดหวังอยู่ในระดับเดียวกัน คือระดับมาก และยังมีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวอยู่ในระดับมากเช่นกัน

## Abstract

This research studies the importance and performance analysis (IPA) of two theme parks, Siam Park City and Dream World Theme Park. It includes the study of substantive staging of servicescape and communicative staging of servicescape. It is a quantitative study using questionnaires in data collection. The study shows that servicescape satisfaction of Siam Park City and Dream World Theme Park are high and highest respectively. And, both have high level of expectation and satisfaction.

**คำสำคัญ:** ภูมิทัศน์การบริการ, ภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อม, การบริการเชิงกายภาพ, ภูมิทัศน์บริการส่วนพนักงาน, สวนสนุก, servicescape, IPA, Theme Park

## บทนำ

รายงานประจำปีของ Theme Entertainment Association and Economic Research Association ซึ่งเกี่ยวกับ Theme Park ทั่วโลก กล่าวว่าสวนสนุกที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดของโลก 9 แห่ง เป็นสวนสนุกที่อยู่ในเอเชีย และคิดเป็นร้อยละ 35 ของสวนสนุกทั่วโลก โดยในประเทศไทยสวนสนุกมีอัตราโตต่อเนื่องทั้งในตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ การลงทุนในธุรกิจสวนสนุกของไทยมีเพิ่มมากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองใหญ่ๆ ของประเทศและยังพร้อมที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ รวมทั้งงานวิจัยที่นำทฤษฎีภูมิทัศน์การบริการและการวิเคราะห์ IPA ใช้วิเคราะห์ร่วมยังมีไม่มาก การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อสวนสนุกจึงน่าสนใจ อีกทั้งยังสามารถนำผลจากการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้พัฒนาธุรกิจสวนสนุกต่อไปได้อีกด้วย

## นิยามศัพท์

ภูมิทัศน์การบริการ (servicescape) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และบรรยากาศโดยรวม เช่น แสง สี เสียง กลิ่น อุณหภูมิ รูปแบบการตกแต่ง อีกทั้งเป็นการจัดส่วนพื้นที่ให้บริการและพื้นที่ปฏิบัติงาน พื้นที่รับรองลูกค้า ตลอดจนทางเข้าออก เครื่องมืออำนวยความสะดวกต่างๆ และเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ในพื้นที่ให้บริการ

ภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อม (substantive staging of servicescape) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางการบริการที่ถูกสร้างขึ้นมีลักษณะเป็นกายภาพ สามารถสัมผัสได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก เสียง กลิ่น การตกแต่ง การรักษาเครื่องมือ เป็นต้น

ภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงาน (communicative staging of servicescape) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางการบริการที่ถูกสัมผัสสัมผัสได้จากพนักงานที่ให้บริการ โดยการสื่อสารผ่านลักษณะบุคคล เช่น ความตั้งใจในการช่วยเหลือ ความมีมิตรไมตรี ความสุภาพของพนักงาน เป็นต้น

การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจ (Importance of performance analysis: IPA) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์เกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และการบริการ

## สวนน้ำสวนสยาม

บริษัท อมรพันธุ์นคร จำกัด ก่อตั้งปี พ.ศ.2518 โดยการสนับสนุนจากสถาบันการเงินและนักวิชาการกลุ่มหนึ่ง มีการริเริ่มโครงการด้วยการปรับปรุงพื้นที่ขนาดใหญ่จำนวนหลายแปลงในกรุงเทพฯ ซึ่งในเวลานั้นยังเป็นนาข้าว และบางส่วนยังไม่ได้ทำการเพาะปลูก ให้กลายมาเป็นพื้นที่จัดสรรขนาดใหญ่เนื้อที่ 1,000 ไร่ พร้อมสวนน้ำ และสวนสนุก ภายใต้ชื่อ สวนสยาม ทะเลกรุงเทพฯ ในเนื้อที่ 300 ไร่ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 เป็นต้นมา เป็นช่วงเวลาที่มีการเติบโตครั้งสำคัญที่สุดของสวนน้ำสวนสยาม ด้วยการนำเข้าและติดตั้งเครื่องเล่นระดับโลกกว่า 30 รายการ ด้วยงบประมาณลงทุนกว่า 3,000 ล้านบาท จึงทำให้สวนน้ำสวนสยามเป็นสวนสนุกที่สมบูรณ์แบบที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นทะเลเทียมที่ใหญ่ที่สุดในโลก รับรองโดยกินเนสส์ เวิลด์ เรคคอร์ดส พร้อมเปลี่ยนชื่อเป็นสวนสยามพาร์คซิตี้เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ความเป็นสากล สวนพาร์คซิตี้ยังได้รับความไว้วางใจและยกย่องในระดับประเทศและระดับนานาชาติด้วยรางวัล Thailand Tourism Awards สาขานันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี พ.ศ.2553 และได้จัดอันดับเป็น 1 ใน 12 สวนสนุกที่ดีที่สุดในโลกของเอเชียอีกด้วย

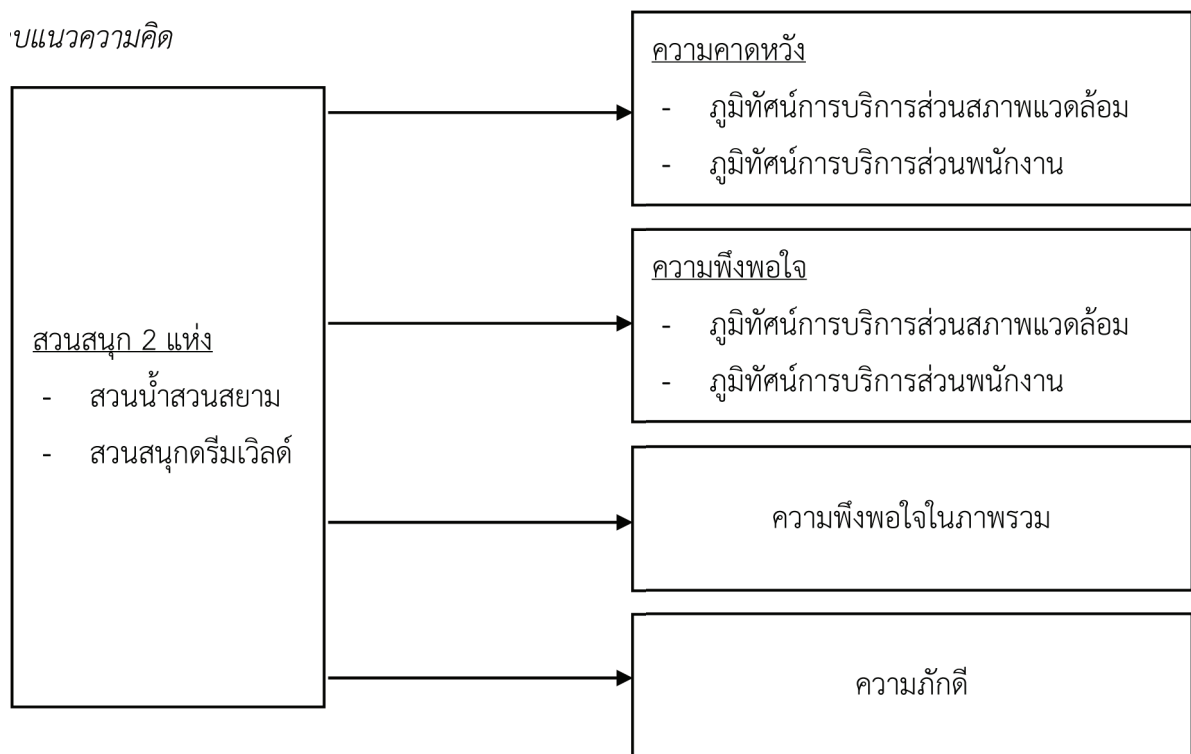
## สวนสนุกดรีมเวิลด์

สวนสนุกดรีมเวิลด์เป็นสวนสนุกและสถานที่พักผ่อนขนาดประมาณ 160 ไร่ ตั้งอยู่ที่ กม.7 รัชสีนครนายก (คลอง 3) โดยเกิดจากความคิดริเริ่มของตระกูลกิติพราภรณ์ ซึ่งดำเนินธุรกิจสวนสนุกแดนเนรมิตในขณะนั้น ที่สังเกตเห็นว่าสวนสนุกประเภทนี้ในกรุงเทพฯมีเพียง 3 แห่งเท่านั้นคือ สวนสนุกแดนเนรมิต สวนน้ำสวนสยาม และซาฟารีเวิลด์ ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนกรุงเทพฯซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงลงทุนในสวนสนุกแห่งใหม่ด้วยเงินลงทุนมูลค่ากว่า 1,000 ล้านบาท สวนสนุกดรีมเวิลด์เปิดให้บริการวันแรกเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ.2536 โดยมีนโยบายปรับปรุงตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นด้านเครื่องเล่น บรรยากาศที่สดใส และการแสดงที่น่าตื่นตาตื่นใจ ประกอบกับการพัฒนาทางด้านบุคลากรที่มีคุณภาพ ทำให้สวนสนุกดรีมเวิลด์ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

## วิธีการดำเนินการ ระเบียบวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### กรอบแนวความคิด



### ขอบเขตการวิจัย

ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยใช้ตารางความคาดหวัง (การให้ความสำคัญ) ต่อความพึงพอใจ (ระดับการให้บริการ) (IPA) ใน 2 ลักษณะคือ ภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อม และภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงาน รวมถึงการศึกษาความพึงพอใจในภาพรวม และความภักดีด้วย

ด้านพื้นที่ งานวิจัยฉบับนี้ใช้สวนสนุก 2 แห่งที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพฯและปริมณฑล ได้แก่ สวนน้ำสวนสยาม และสวนสนุกดรีมเวิลด์ในการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม

ด้านเวลา คือตั้งแต่เดือนสิงหาคม-เดือนธันวาคม พ.ศ.2557 รวมเป็นระยะเวลา 4 เดือน

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้บริการสวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดิรีมเวิลด์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2557 โดยกำหนดขนาดตัวอย่างไว้ที่ประมาณ 250 คน โดยเทียบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอีก 6 ฉบับ (Ping Dong & Noel Yee-Man Siu, 2012 ; Raymond K.S. Chu & Tat Choi, 1999 ; Dariush Rafati & Peyman Shokrollahi, 2011 ; Kuan-Yu Chen, 2013 ; J. Enrique Bigne, Luisa Andreu & Juergen Gnoth, 2014 ; William JEN, Mingying (Lancaster) and Other, 2013) โดยผู้วิจัยทำการสุ่มแบบสะดวกหรือบังเอิญจากผู้ใช้บริการสวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดิรีมเวิลด์

## เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ และเขียนตอบ

ตอนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการด้านภูมิทัศน์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือการบริการ ส่วนสภาพแวดล้อม และส่วนที่สองคือการบริการส่วนพนักงาน โดยใช้คำถามแบบการประเมิน 5 ระดับ โดยระดับ 5 มากที่สุด และระดับ 1 น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสวนสนุกและความภักดี โดยใช้คำถามแบบการประเมินความสำคัญ 5 ระดับ โดย 5 คือเห็นด้วยมากที่สุด และระดับ 1 น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการของสวนสนุกและข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการและสภาวะแวดล้อมอื่นๆของสวนสนุกต่อไป

โดยแบบสอบถามใช้โครงสร้างจากงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ 2 ชิ้นคือ งานวิจัยของ Ping Dong และ Noel Yee-Man Siu (2012) ซึ่งมีการใช้โครงสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลที่สวนน้ำ Ocean Park และสวนสนุก Hong Kong Disneyland ในเขตปกครองพิเศษฮ่องกง และงานวิจัยของ J.Enrique Bugne, Luisa Andreu และ Juergen Gnoth (2004) ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสนุก Spanish Mediterranean ในประเทศสเปน เมื่อร่างแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยแปลแบบสอบถามจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย และนำเสนอต่ออาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ตรงและสอดคล้องกับโครงสร้างแบบสอบถามที่นำมาประยุกต์มากที่สุด

## การเก็บข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูล 3 วัน โดยใช้ช่วงเวลา 14:00 น. - 18:00 น. มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 253 คน แบ่งเป็นผู้ใช้บริการสวนน้ำสวนสยาม 103 คน และผู้ให้บริการสวนสนุกดิรีมเวิลด์ 150 คน ซึ่งตรงกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ระหว่างแจกแบบสอบถามผู้วิจัยอธิบายและตอบข้อสงสัยจากผู้ตอบแบบสอบถามไปพร้อมๆ กันด้วย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยตรวจทานแบบสอบถามอีกรอบเพื่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล จากนั้นใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 1) วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบ

แบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละในการแสดงผลการวิเคราะห์ 2) วิเคราะห์ข้อมูลของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการในการบริการส่วนสภาพแวดล้อมและการบริการส่วนพนักงาน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการแสดงผล 3) วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการแสดงผล 4) วิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการในการบริการส่วนสภาพแวดล้อมและการบริการส่วนพนักงานในเชิงเปรียบเทียบ โดยใช้การทดสอบแบบ t-test 5) วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมและความภักดี โดยใช้สถิติแบบ t-test

## ผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าอายุเฉลี่ยของผู้ใช้บริการของสวนสนุกทั้งสองแห่งส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 16-25 ปี โดยส่วนมากเป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามจากสวนน้ำสวนสยามอยู่ระดับปริญญาตรี และสวนสนุกดรีมเวิลด์อยู่ในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด อาชีพส่วนใหญ่คือนักเรียน นิสิต นักศึกษา และพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีรายได้

### ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อมและส่วนพนักงาน

พบว่าความคาดหวังด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อมของผู้ใช้บริการสวนสนุกทั้ง 2 แห่งอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับที่แตกต่างกันคือ ผู้ใช้บริการสวนน้ำสวนสยามมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ในส่วนของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงาน สวนสนุกทั้งสองแห่งมีความคาดหวังอยู่ในระดับเดียวกันคือระดับมาก และความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน

### ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในภาพรวม และความภักดีของผู้ใช้สวนสนุก

พบว่าภาพรวมของความพึงพอใจของสวนสนุกทั้ง 2 แห่งอยู่ในระดับมาก ส่วนความภักดีอยู่ในระดับแตกต่างกันคือสวนน้ำสวนสยามมีความภักดีอยู่ในระดับมาก และสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด

### ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความคาดหวัง ความพึงพอใจ

การเปรียบเทียบความคาดหวัง ความพึงพอใจส่วนสภาพแวดล้อมพบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในองค์ประกอบต่อไปนี้ เสียงดนตรี บรรยากาศ สิ่งก่อสร้าง/สถาปัตยกรรม โทนมัสیقیที่น่าดึงดูดใจ การตกแต่งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม ส่วนความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อมมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทุกๆ องค์ประกอบ

การเปรียบเทียบความคาดหวัง ความพึงพอใจส่วนพนักงานพบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในประเด็นประเมินดังนี้ พนักงานทำให้ผู้ใช้บริการไม่รู้สึกรอคอยเมื่อต้องต่อแถวเป็นเวลานาน พนักงานแต่งกายเรียบร้อยและสวยงาม พนักงานมีบุคลิกภาพที่น่าดึงดูดใจ ป้ายและสัญลักษณ์มีความสวยงามเข้ากับสวนสนุก ส่วนความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงานมีความต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทุกๆ ประเด็นประเมิน

ด้านความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการสวนสนุกทั้ง 2 แห่ง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ในทุกประเด็นประเมินเช่นเดียวกับความภักดี ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ในทุกประเด็นประเมิน

## อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า 1) ผู้ใช้บริการสวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดรีมเวิลด์ มีความคาดหวังด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 2) ผู้ใช้บริการสวนน้ำและสวนสนุกทั้ง 2 มีความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 3) ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 4) ผู้ใช้บริการสวนน้ำสวนสยามและสวนสนุกดรีมเวิลด์ มีความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 5) ผู้ใช้บริการสวนสนุกทั้ง 2 มีความพึงพอใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 6) ผู้ใช้บริการสวนสนุกทั้ง 2 มีความภักดีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

## ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสวนสนุกทั้งสองส่วนใหญ่มีความคาดหวังด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนสภาพแวดล้อมใน 3 ประเด็นนี้เป็นอันดับแรก ได้แก่ 1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมเป็นที่น่าพอใจ 2. เครื่องเล่น อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย 3. บรรยากาศของสวนสนุกเต็มไปด้วยความรื่นรมย์ ตามลำดับ และความคาดหวังด้านภูมิทัศน์การบริการส่วนพนักงานในประเด็นประเมินดังต่อไปนี้ เป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. พนักงานแต่งกายเรียบร้อยและสวยงาม 2. ป้ายและสัญลักษณ์ มีความสวยงามเข้ากันกับสวนสนุก 3. พนักงานเต็มใจให้ความช่วยเหลือ ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงแนะนำให้ผู้ประกอบการดูแลในประเด็นเหล่านี้ก่อนประเด็นอื่นๆ

## เอกสารอ้างอิง

- Arnould et al. 1998. **Communicative staging of the wilderness servicescape**. *Service Industries Journal*, 18, 90-115. Citing Ping, Dong & Noel, Yee-Man Siu.2012. **Servicescape elements, customer predispositions and service experience : The case of theme park visitor**. Kowloon Tong : Hong Kong Baptist University.
- Boom and Bitner. 1981. **Marketing strategies and organizations structures for service firms, in Marketing of Services**. In James H Donnelly and William R. George (eds), Man Siu. 2012. **Servicescape elements, customer predispositions and service experience : The case of theme park visitor**. Kowloon Tong : Hong Kong Baptist University.
- Darius, Rafati and Peyman, Shokrallahi. 2011. **The Impact of Expectation & Perception on Customer Satisfaction in Airline Industry (A case study of Mahan Air)**. n.p. : Sharif University of Technology-International Campus.

- J., Enrique Bigne, Luisa, Andreu and Juergen, Gnoth. 2004. **The theme park experience : An analysis of pleasure, arousal and satisfaction.** Valencia : University of Valencia.
- Kuan-Yu Chen. 2013. **Improving importance-performance analysis : The role of the zone of tolerance and competitor performance. The case of Taiwan's hot spring hotels.** Pingtung : National Pingtung University of Science and Technology.
- Martilla and James. 1997. **Importance-performance analysis.** *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.  
Citing Raymond, K.S. Chu and Tat, Choi. 1999. **An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry : a comparison of business and leisure travelers.** Huang Hom : The Hong Kong Polytechnic. University.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. 1994. **Consumer behavior.** (5<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.



