



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ISSN 1905-1867

ปีที่ 16 ฉบับที่ 58 ตุลาคม – ธันวาคม 2564

การสร้างประสบการณ์การประชาสัมพันธ์สำหรับงานเทศกาลเชื้รวัฒนธรมานในประเทศไทย ธนธร สันติชาติ เกิดศิริ เจริญวิศาล มนัสสินี บุชมัยศรีสง่า	1
รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่วพลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลวลิบแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ชัยชัย สุจริต เบญจวรรณ สุจริต	13
ต้นทุนและผลตอบแทนฟ้าเขียนเทียนของกรุ่มอาชีพสตรีบ้านสำเนียง ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ นภาลัย บุชทิม	25
ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนจังหวัดจันทบุรี จิตรลดา ปันทอง	34
ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย กิตราพร แก้วเพชร วรรณ แก้วเพชร วิสัยพร ยาชามป้อม	46
ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต จรรยาบรรณ สุธรรมา จิตศักดิ์ พุฒจาร พิชัย จิตศักดิ์ ธนวรรษ ดอกจันทร์	58
ปัยหาการพิจารณาหลักฐานในการออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66 มานพ ประวาลิศจกร ชนินาฏ สิดสี สิริพันธ์ พชรบ	68
ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับขอโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ ธนิวรรณ ประยงค์กุล	79
อิทธิพลของความตระหนักที่มีต่อพฤติกรรมกรเตรียมความพร้อมกรเผชิญหน้าขอขาราชการกรรเทศมหรพมหานครสำมิษ สัทธิศักดิ์การคสิว กรรเทศมหรพมหานคร ปริญชาติ ออดกลิ่น ออมณ ปันทอง ธิภาพร บุชเรื่อ	88
การศึกษาความสัมพันธ์ระบบเสียง ปี กลุ่มน้ำไข สิริศิต กำจัดพาลกัย	99





วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 16 ฉบับที่ 58 เดือนตุลาคม – ธันวาคม พุทธศักราช 2564

วัตถุประสงค์

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารระดับชาติที่ส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพในลักษณะของบทความวิชาการ (Academic article) บทความวิทยานิพนธ์ (Thesis article) และบทความวิจัย (Research article) ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยครอบคลุมสาขามานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้บทความที่ลงตีพิมพ์และเผยแพร่จะต้องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการ (Peer review) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อย่างน้อยบทความละ 2 ท่าน โดยผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review)

ที่ปรึกษา

รศ.สมเจตน์ ดวงพิทักษ์

ผู้รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

ดร.เปรมฤดี จิตรเกษมกุล	คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รศ.ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช	คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.บุญญรัตน์ โชคบันดลชัย	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ศ.ดร.อัญชลี วงศ์วัฒนา	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.คมกริช กาวินทร์	วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รศ.ดร.เดือนเด่น นาคสีหราช	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผศ.ดร.อารีรัตน์ ปานสุภวัชร	คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผศ.ดร.ปรียานุช พรหมภาสิต	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผศ.ดร.อรรพวรรณ บุญพัฒน์	สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รศ.ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
รศ.ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผศ.ดร.สุขศิลป์ ประสงค์สุข	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ดร.ธวัชชัย ศิลปโชค	คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ผศ.ดร.ธนาญ ภูวิทยากร	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผศ.ดร.วิกานดา เกษตรเยี่ยม	คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รัตนา วงศ์ศรีมีเดียน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผศ.ดร.ปราณี เขี่ยมล่ออภักดิ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.พิชิต พระพินิจ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.ดร.อัญชลี โกะกะนุช	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

รศ.ดร.นัยนา อรรจนาท	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริกัญจนารณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รัตนา วงศ์ศรีมีเดียน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผศ.ดร.เอมอร แสงภูวา	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รศ.ดร.วีระกิตติ เสาร์ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.รักษนก แสงภักดีจิต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.วิภาวี ฤกษ์นะภูติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.โสทธิย์ บำรุงภักดี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการอำนวยการ

ผศ.ดร.สุพรรณิ พฤกษา	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ
---------------------	--------------------------------------

บรรณาธิการ

ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
-------------------------	---

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.รุ่งกานต์ อินทวงศ์	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายบริการวิชาการ
ดร.เนตรนภา พงเพ็ชร	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายโครงการพระราชดำริ
ดร.ขวัญคุณิษฐ์ อินทรตระกูล	รักษาราชการแทนหัวหน้างานวิจัยและพัฒนา
นายดุสิตาติ ศิริวัลลภ	รักษาราชการแทนหัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย

เจ้าหน้าที่ประจำกองบรรณาธิการ

นางสุพัศตรา จันทร์รอด	นักวิจัยสถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปรัตถกร พลดาหาญ	พนักงานสถาบันวิจัยและพัฒนา
นายปริญญญา จิตรโคตร	พนักงานสถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวกมลศรี วาขวงษา	พนักงานสถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปวีณา แก้วเกษศรี	นักวิชาการคอมพิวเตอร์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา ชั้น 4 อาคารที่ 20 มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ถนนเลย-เชียงคาน ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000
โทร. 042-835223-8 ต่อ 41141-2, 042-808000 ต่อ 51143, 086-643-7010 โทรสาร 042-813061
E-mail: research_lru@hotmail.com
เว็บไซต์: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>

กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม, ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน,
ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน, และ ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม

พิมพ์จำนวน 140 เล่ม

ปีที่พิมพ์ 2564

พิมพ์ที่ รุ่งแสงธุรกิจการพิมพ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย

ISSN I905-I867

การเผยแพร่ จัดส่งให้แก่ผู้เขียนบทความ คณะ สำนักวิทยบริการในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ห้องสมุดของ
สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา หอสมุดแห่งชาติ สำนักงาน วช. หน่วยงานภาครัฐ

- ข้อความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และกองบรรณาธิการ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ขอให้ผู้อ่านอ้างอิงในกรณีที่ท่านคัดลอกเนื้อหาบทความในวารสารฉบับนี้

ภาพประกอบปก: แหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน, เทศกาลเชิงวัฒนธรรม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยและพัฒนา ของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิทยานิพนธ์/บทความวิจัย ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดังต่อไปนี้ มานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เพื่อการเผยแพร่ผลงานแก่ผู้สนใจต่อไป

สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา หรือผู้สนใจที่มีผลงานและมีความประสงค์ จะเผยแพร่ผลงาน สามารถส่งผลงานของท่านตามหัวข้อและแบบฟอร์มของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา จะส่งผลงานของท่านให้ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านและประเมินผลงานของท่าน เพื่อให้ผลงานของท่านเป็นที่ยอมรับและได้รับการเผยแพร่ต่อไป

ขอขอบคุณผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะที่ปรึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้อ่านที่ให้ความสนใจจนทำให้วารสารฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีที่ 16 ฉบับที่ 58 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

การสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสสำหรับงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรม ในประเทศไทย

Sensory Experience Creation for Cultural Festival in Thailand

ธนธร สันติชาติ^{1*} เกดศิริ เจริญวิศาล² มนัสสินี บุญมีศรีสง่า³

Thanathorn Santichat^{1*} Kaedsiri Jaroenwisat² Manassinee Boonmeesrisa-nga³

Corresponding author's E-mail: thanathorn.sa@dtc.ac.th¹, kaedsiri@ms.su.ac.th², manassinee@ms.su.ac.th³

(Received: March 4, 2021; Revised: May 27, 2021; Accepted: June 15, 2021)

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสของงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส องค์ประกอบของการออกแบบการจัดงานอีเวนต์โดยใช้ EMBOK Framework และลักษณะสำคัญของงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ในแต่ละส่วนมาบูรณาการร่วมกัน และออกแบบเป็นต้นแบบแนวทางการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสสำหรับงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ให้กับงานอีเวนต์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศไทย อีกทั้งยังสามารถสร้างเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงประสบการณ์เพื่อให้ผู้จัดงานอีเวนต์และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับใช้ได้เหมาะสมในอนาคต

คำสำคัญ: การตลาดเชิงประสบการณ์ ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส เทศกาลเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This article is a study and analysis of the guidelines for creating a sensory experience of cultural festivals in Thailand. The objective is to study the compositions of the sensory experience, event design elements using the EMBOK framework and the key characteristics of cultural festivals in Thailand to bring the explicit knowledge gained in each part integrating and designing as a model for creating sensory experiences for cultural festivals in Thailand. The findings hope to response the needs of the tourists and create a unique identity for important cultural events in Thailand. It can also be created as an experiential marketing strategy so that the event organizers and related parties can use appropriately in the future.

Keywords: experiential marketing, sensory experience, cultural festival

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการนิทรรศการและการประชุม คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Lecturer, MICE & Events Management, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College

² Lecturer, Exhibition and Event Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University

³ Lecturer, Tourism Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University

ความนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่กำลังเติบโตเป็นอย่างมากทั่วโลก และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญอีกทางหนึ่งของแต่ละประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลในหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก 5 ประการ อันได้แก่ 1) การเติบโตของชนชั้นกลางและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น 2) การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ 3) สังคมผู้สูงวัยซึ่งมีการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวสูง 4) การใช้เทคโนโลยีในการเติมเต็มและเพิ่มความสะดวกสบายตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว และ 5) นักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์และให้ความสำคัญกับความรู้เชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) จึงกลายเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยอย่างมีนัยสำคัญ และทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่มีการเติบโตอย่างสมดุลบนพื้นฐานของความเป็นไทย เป็นการกระจายรายได้สู่ประชาชนในทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในอีกกว่า 20 ปีข้างหน้า

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ที่มากกว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมๆ ที่มีการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการจะสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันและแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงการจัดสรรแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่มีการมอบประสบการณ์การซึ่งตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น การตลาดเชิงประสบการณ์จึงถูกนำมาใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสทั้งห้า เนื่องจากเป็น การสร้างจุดเชื่อมต่อระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับ นักท่องเที่ยวผ่านจุดสัมผัสต่างๆ โดยการสื่อสารด้วยภาพ เสียง การจับต้อง กลิ่น และรสชาติเพื่อให้เกิดการรับรู้ถึง คุณประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจ ความประทับใจ ทัศนคติ ความทรงจำ และความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ (พัชรภาภรณ์ ทศศรีสวัสดิ์ และจิรา กฤตยพงษ์, 2561) ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้นอกจากจะช่วยเสริมสร้าง ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของโลก แล้วนั้น การวางแผนคิดของการตลาดเชิงประสบการณ์ ให้กับงานอีเว้นท์ยังจะช่วยให้ผู้จัดงานหลีกเลี่ยงที่จะ สนใจเพียงองค์ประกอบดั้งเดิมของงานอีเว้นท์ เช่น โปรแกรมงาน การจัดเตรียมงาน สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ หรือข้อมูลการจัดงาน และหันมาสนใจการสร้าง กิจกรรมและการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงานเพื่อ ตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้เข้าร่วมงานเกิด ความพึงพอใจต่อการจัดงานมากขึ้น

เทศกาลเชิงวัฒนธรรมถือเป็นสิ่งดึงดูดใจของ นักท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่มีความเกี่ยวข้องกับ ศิลปะวัฒนธรรมหรือประเพณีของชุมชนท้องถิ่น ซึ่ง จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่นักท่องเที่ยว ได้ และยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจแถบ ชนบทในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวอีกด้วย โดยการ ออกแบบกิจกรรมหรืองานอีเว้นท์ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมต่างๆ สอดแทรกเข้าไปในรายการ ท่องเที่ยวเพื่อสร้างความบันเทิง และเป็นการสื่อสาร ความหมายไปยังนักท่องเที่ยว ทั้งทางด้านสังคมและ วัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสทั้งห้า ในหลากหลายรูปแบบ และมุ่งตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งจะ นำไปสู่ความรู้สึกและทัศนคติที่ดีต่องานอีเว้นท์และ

ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังส่งผลไปยังพฤติกรรมที่จะบอกต่อหรือกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง (Singh & Mehraj, 2019)

อย่างไรก็ตามการออกแบบและจัดการประสบการณ์ในงานอีเว้นท์ทางการท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวและลักษณะสำคัญของงานอีเว้นท์แต่ละประเภท ซึ่งการที่จะตอบสนองต่อการรับรู้และความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสของแต่ละบุคคลเชื่อมโยงกับองค์ประกอบต่างๆ และลักษณะเด่นของการจัดงานอีเว้นท์อย่างเหมาะสม เพราะฉะนั้นในบทความนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาองค์ประกอบของประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส การออกแบบการจัดงานอีเว้นท์ และลักษณะสำคัญของงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาบูรณาการร่วมกัน และนำเสนอแนวทางการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสสำหรับงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ทำให้งานเทศกาลทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความโดดเด่นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวอีกครั้ง รวมทั้งยังเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ผู้ออกแบบงานอีเว้นท์สามารถนำไปใช้ได้มีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด

การสื่อสาร เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล เป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น หรือสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เข้าใจกันทั่วไปเป็นสื่อกลาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และชักจูงให้ผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมาให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ (เพชรรัตน์ นิลประเสริฐ และระพีพรรณ พิริยะกุล,

2561) ซึ่งเมื่อสารถูกส่งไปยังผู้รับสารอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารก็ได้ขึ้นอยู่กับการใช้ประสบการณ์ที่มีอยู่ตีความหมายของสัญลักษณ์ หรือสารที่รับหรือส่งมา จึงได้มีการพัฒนาแบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล ที่เรียกว่า SMCR (พีระพงศ์ สุจริตพันธ์, 2562) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ผู้ส่งสาร (Source) 2) ข้อมูลข่าวสาร (Message) 3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และ 4) ผู้รับสาร (Receiver)

ในบริบทด้านการตลาด การสื่อสารเป็นกระบวนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและสร้างความคิดร่วมกันระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่าย หรือระหว่างผลิตภัณฑ์และองค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน เป็นการสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจและการยอมรับระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค และมีการแสดงพฤติกรรมปฏิสัมพันธ์ต่อกันเพื่อตอบสนองตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด ผ่านเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่จัดทำขึ้น ซึ่งกระบวนการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ในทางการตลาดเรียกว่า “การสื่อสารการตลาด” (เสริมศิริ นิลดำ และจิราพร ขุนศรี, 2562) ซึ่งแนวคิดด้านการสื่อสารทางการตลาดได้ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีของ เดวิด เค เบอร์โล โดยเน้นไปที่เครื่องมือและช่องทางการติดต่อสื่อสารที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม โดยแนวคิดของการสื่อสารทางการตลาดนี้ยังสามารถนำมาปรับใช้เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือคือประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวจะมีแรงจูงใจหรือปรารถนาที่จะไปเยี่ยมสถานที่ท่องเที่ยวนั้นอาจเกิดจากการรับรู้หรือการได้รับข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่มีปริมาณมากและมีความน่าเชื่อถือเพียงพอ ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางได้

ก่อนการตัดสินใจไปเที่ยวสถานที่แห่งนั้น เพราะฉะนั้น ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือ และช่องทางเพื่อสื่อสารทางการตลาดที่มีความสำคัญที่ ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วม เกิด การเรียนรู้ในข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้ดีกว่าการสื่อสาร ปกติ โดยเฉพาะการวางแผนออกแบบประสบการณ์โดยใช้สัมผัสทางร่างกายทั้งห้าเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อทำให้เกิด ความเข้าใจอย่างเชิงลึกและเกิดการจดจำได้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงประสบการณ์

ในบริบทของการท่องเที่ยว ประสบการณ์เป็น กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความประทับใจ ความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ เหตุการณ์ ปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยว และจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับ โดยการออกแบบ ประสบการณ์ ถือเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดเหตุการณ์ และสร้างบริบทแวดล้อม เพื่อให้เกิดการสื่อสารข้อมูล ผ่านการเล่าเรื่อง ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจ และความ ประทับใจ อันจะนำไปสู่การเรียนรู้อย่างลึกซึ้งในเรื่อง นั้นๆ (เขมิกา ธีรพงษ์, 2561) นอกจากนี้ การบริหารจัดการประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า ยังสามารถช่วยสร้างอารมณ์ ความรู้สึกให้กับนักท่องเที่ยว ออกแบบประสบการณ์ที่ แปลกใหม่โดยทำใหู้สึกว่าสินค้าหรือบริการทางการ ท่องเที่ยวนั้นสัมผัสได้ มีความโดดเด่นน่าสนใจ น่าจดจำ และมีเอกลักษณ์ (ภัทรพร พันธุ์, 2558)

การออกแบบเครื่องมือทางการตลาดเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้มีการเน้นเรื่องการมอบ ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อให้เกิดการ สร้างการจดจำ เกิดความประทับใจ และมีความตั้งใจที่ จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง ซึ่งแนวความคิดเกี่ยวกับ การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential marketing) ประกอบไปด้วย 5 ด้าน (วันชัย ก่อนกำเนิด, 2557)

ได้แก่ 1) ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส (Sense) คือ การมุ่งสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า โดยผ่านประสาท สัมผัสทั้งห้า ด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพ เสียง การ สัมผัสจับต้อง ได้กลิ่น และรสชาติ ในหลากหลาย รูปแบบ และมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ ละคนที่มีความแตกต่างกัน 2) ประสบการณ์ทาง ความรู้สึก (Feel) คือ การมุ่งสร้างประสบการณ์ที่มีผล ต่ออารมณ์ ความรู้สึกให้กับลูกค้า เพื่อสร้างทัศนคติในเชิง บวก สร้างความประทับใจ และความมั่นใจที่ดีต่อตรา สินค้า 3) ประสบการณ์ทางความคิด (Think) คือ การ มุ่งสร้างประสบการณ์ทางความคิดให้กับลูกค้า สร้าง ความรู้และความเข้าใจในสินค้า บริการ และองค์กร ธุรกิจ ในภาพรวมทั้งหมด และช่วยแก้ไขปัญหาอย่าง สร้างสรรค์ให้กับลูกค้า 4) ประสบการณ์ทางการกระทำ (Act) คือ การมุ่งสร้างประสบการณ์ตรงให้แก่ลูกค้าด้วย การผลักดันให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทาง การตลาดบางอย่าง รวมทั้งส่งเสริมให้มีการแสดงออก ทางความคิดเห็น และ 5) ประสบการณ์ทางการเชื่อมโยง (Relate) คือ การมุ่งหวังที่จะสร้างความสัมพันธ์เฉพาะ บุคคล ด้วยวิธีการเชื่อมโยงความคิดของลูกค้าไปยัง บุคคลอื่น ซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงทางความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส

การตลาดเชิงประสบการณ์ถือว่าเป็น กระบวนการที่มีความสำคัญและมีวิธีการออกแบบการ สร้างประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์ และลักษณะของกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งวิธีที่จะ สามารถสื่อสารการรับรู้ข้อมูล ความหมาย ภาพลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง เป็นที่น่าจดจำ และเหมาะกับแต่ละบุคคลได้ดีที่สุดคือ การสื่อสารประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า

(นัฐกานต์ เครือชัยแก้ว, 2559) โดยเฉพาะงานอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน รวมทั้งกระบวนการรับรู้อย่างลึกซึ้ง การระลึกได้ และการตีความผ่านเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารทางประสาทสัมผัสด้วยวิธีการสื่อสารด้วย ภาพ เสียง การสัมผัส จับต้อง กลิ่น และรสชาติ ในรูปแบบที่ต่างกันเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu, Sparks & Coghlan, (2017) ที่สรุปผลได้ว่าการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสจะส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ การรับรู้ และมีความสัมพันธ์กับการตั้งใจที่จะบอกต่อหรือกลับมาร่วมงานอีเว้นท์อีกครั้ง โดยองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส (Sensory experience) ประกอบไปด้วย 5 ด้าน (วันชัย ก่อนกำเนิด, 2557) ได้แก่ 1) การมองเห็น เกิดจากการรับรู้ผ่านดวงตาโดยเฉพาะการปรากฏของให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ใช้บริการ สามารถมองเห็นได้ ถึงโลโก้และสีสັນ ซึ่งประสาทสัมผัสทางการมองเห็นเป็นสัมผัสที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับการสร้างความเปลี่ยนแปลงและความแตกต่างในสภาพแวดล้อม และยังเป็นสัมผัสที่เป็นพื้นฐานมากที่สุดในการรับรู้สินค้าและบริการและเป็นต้นกำเนิดของระบบสัมผัสทุกอย่าง (อังคาร คະชาวังศรี, สุบัน บัวขาว และอรุณพร พุทธิพงษ์, 2561) 2) การฟัง เกิดจากการรับรู้ผ่านสัมผัสด้วยเสียงผ่านการฟังซึ่งเป็นการกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก และประสบการณ์บางอย่างของผู้ใช้บริการให้มีความทรงจำที่ดี โดยประสาทสัมผัสทางการฟังจะถูกเชื่อมโยงกับอารมณ์และความรู้สึก และยังมีผลต่อประสบการณ์ด้านการแปลความหมาย โดยเฉพาะเสียงเพลงจะเป็นสิ่งที่มีผลต่ออารมณ์ กระบวนการรับรู้ข้อมูล และความพึงพอใจในเชิงบวกมากที่สุด (อังคาร คະชาวังศรี และคณะ, 2561) 3) การดมกลิ่น เกิดจากการรับรู้ผ่านการดมกลิ่นซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อกลิ่นเข้าสู่จมูก

และกระแสประสาทที่รับกลิ่นจะเชื่อมโยงไปสู่สมอง ดังนั้นกลิ่นจึงทำให้อาหารมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งประสาทสัมผัสทางการดมกลิ่นมีความเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจ ความสุข อารมณ์ และความทรงจำในเชิงบวก (อังคาร คະชาวังศรี และคณะ, 2561) 4) การชิมรส เกิดจากการใช้ประสาทสัมผัสด้วยวิธีการบริโภค เพื่อบอกให้ทราบถึงรสชาติของอาหารที่รับประทานเข้าไปสู่ระบบทางเดินอาหารในร่างกาย โดยสมองจะใช้ข้อมูลจากสัมผัสต่างๆ ร่วมกับประสบการณ์เดิมในการประมวลผลเป็นรสชาติซึ่งเป็นสัมผัสที่ละเอียดซับซ้อนที่สุด และก่อให้เกิดความทรงจำที่เป็นเอกลักษณ์ (อังคาร คະชาวังศรี และคณะ, 2561) และ 5) การสัมผัส เกิดจากการใช้ระบบประสาทผ่านทางผิวหนังชั้นนอก และส่วนอื่นๆ ของร่างกายกับสภาพแวดล้อม เช่น ความร้อน ความเย็น เป็นต้น จะเห็นได้ว่าสิ่งเร้าสามารถสร้างแรงกระตุ้นจากประสาทสัมผัสส่งต่อไปยังสมองเพื่อประเมินผลต่อสิ่งกระตุ้นเหล่านั้นด้วย ทำให้เกิดความพึงพอใจ และพัฒนาสู่การเป็นสิ่งที่ใช้ในการวัดผลลัพธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในที่สุด (Stein & Ramaseshan, 2016)

แนวคิดเกี่ยวกับ Event Management Body of Knowledge (EMBOK Framework)

Event Management Body of Knowledge หรือ EMBOK คือโครงสร้างหรือขอบข่ายซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความแตกต่างกัน ที่นำเสนอหลักพื้นฐานของการจัดการด้านงานอีเว้นท์ โดยขอบข่ายเหล่านี้มีทั้งหน้าที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านงานอีเว้นท์ และกระบวนการในการวางแผนงานอีเว้นท์ หรือวางแผนการจัดกิจกรรมโดยผ่านองค์ความรู้ รวมไปถึงการนำเสนอโครงสร้างซึ่งจะช่วยทำให้สามารถรวบรวม วิเคราะห์ และเก็บข้อมูลความรู้

เกี่ยวกับการจัดการดำเนินงานอีเว้นท์ได้ดียิ่งขึ้น (จิณัสนา ศรีหิรัญ, ศศิพัชร ปิติโรจน์ และกาญจนา แสนอน, 2561) โดยแนวคิดของ EMBOK มีรูปแบบการวางแผนการจัดกิจกรรมผ่านองค์ความรู้หลักที่จำเป็นในการสร้างและพัฒนาสำหรับการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ โดยเฉพาะโดเมนความรู้ (Knowledge domains) ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นในการนำเสนอขอบเขตของกิจกรรมหรือหน้าที่ต่างๆ ในการจัดการงานอีเว้นท์ ทำให้ผู้จัดงานสามารถวางแผนงานและหน้าที่รับผิดชอบโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเป็นการสร้างความรู้ขึ้นพื้นฐานเพื่อช่วยต่อยอดไปยังกระบวนการอื่นๆ ได้ โดยเฉพาะการใช้องค์ความรู้ด้านการออกแบบ (Design domain) ที่มีความสำคัญในกระบวนการสร้างงานอีเว้นท์เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการแปลความหมายเชิงศิลปะ การแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึก และการออกแบบประสบการณ์ที่จะช่วยสร้างความสนุกสนานและดึงดูดความสนใจแก่ผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งมีองค์ประกอบ 7 หน่วยย่อย (จิณัสนา ศรีหิรัญ และคณะ, 2561) ได้แก่ 1) การออกแบบเนื้อหา (Content design) ประกอบไปด้วยการเลือกหัวข้อ รูปแบบ และการนำเสนอที่เหมาะสมเพื่อสื่อสารวัตถุประสงค์ของการจัดงานอีเว้นท์ และยังรวมถึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้กิจกรรมภายในงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ จิณัสนา ศรีหิรัญ และคณะ (2561) ที่พบว่า การออกแบบเนื้อหาที่มีการจัดสถานที่ภายในงานและคูหาจัดแสดงนิทรรศการสามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยเชิงวัฒนธรรมอย่างสนุกสนานได้ เช่น เวทีมวยไทย ศาลาไทย และแคร่ที่นั่งไม้ไผ่ เป็นต้น 2) การออกแบบธีม (Theme design) เป็นการนำเสนอสิ่งที่บ่งบอกถึงจุดเด่นและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของงานเพื่อสื่อสารและบูรณาการวัตถุประสงค์ ข้อความ ภาพลักษณ์ และตราสินค้าของงานอีเว้นท์เข้าด้วยกัน ซึ่งการออกแบบธีมงานถือว่ามีความสำคัญมากที่สุดต่อ

แนวทางการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นแนวคิดที่เป็นแก่นสาระหลักที่ชัดเจนและตรงประเด็นสำหรับการวางแผนการจัดงานกิจกรรมหรืองานเทศกาลต่างๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ จิณัสนา ศรีหิรัญ และคณะ (2561) ที่พบว่า แนวคิดการออกแบบธีมงานจัดกิจกรรม เช่น “ธีมงานวัด” หรือ “วัฒนธรรมอาหารริมทางแบบไทย” เป็นการออกแบบสร้างสรรค์โดยใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการสื่อความหมายตามแนวคิดอัตลักษณ์ไทยและจิตวิญญาณความเป็นไทย 3) การออกแบบโปรแกรมงาน (Program design) จะต้องคำนึงถึงรูปแบบและจังหวะของกิจกรรมองค์ประกอบ นิทรรศการ และความน่าสนใจ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดการสร้างประสบการณ์ให้กับงานอีเว้นท์ทำให้เกิดพิธีการ การบริการ และการสื่อสารที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ ภัทรพร พันธุรี (2558) ที่พบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมีส่วนเชื่อมโยงกับการใช้แนวคิดทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งสามารถจัดโปรแกรมเรียงตามความสำคัญได้แก่ การสร้างความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเสนอให้ชิมหรือรับประทานอาหาร และการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 4) การออกแบบสิ่งแวดล้อม (Environment design) เกี่ยวข้องกับการสร้าง การได้มา หรือการจัดการด้านอุปกรณ์ตกแต่ง การเสริมและใส่เฟอร์นิเจอร์ การตกแต่งประดับประดา และการสร้างสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นและดึงดูดให้เกิดการเรียนรู้ เกิดผลทางการตลาด และช่วยสร้างบรรยากาศสนุกสนาน สอดคล้องกับ พัชรภรณ์ ทักษิณสวัสดิ์ และจิรา กฤตยพงษ์ (2561) ที่ศึกษาพบว่า สิ่งที่สร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการข้างซูชิ คือ การออกแบบตกแต่งสถานที่ที่โดดเด่น แปลกตา และเป็น

สิ่งแรกที่สร้างความสะดุดตา รวมทั้งผู้ใช้บริการยังได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการได้ยินเสียงเพลงที่ถูกเปิดตามจุดต่างๆ ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศ และทำให้เกิดความเพลิดเพลินเมื่อมาใช้บริการ 5) การออกแบบการผลิต (Production design) คือการออกแบบและเลือกใช้แสง สี เสียง อุปกรณ์ มัลติมีเดีย สเปเชียลเอฟเฟค รวมทั้งองค์ประกอบและการบริการอื่นๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารและสร้างสภาพแวดล้อมในงานอีเวนต์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ร่วมงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ พิชากร บำรุงวงศ์ (2559) ที่พบว่านักออกแบบแสงจะเลือกใช้ลักษณะของแสงในการสร้างจุดสนใจ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น เสียงเพลง และรูปแบบวิธีการเปิดตัวของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะถูกกำหนดขึ้นตามลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์หรือตามการออกแบบแนวคิดการจัดงาน 6) การออกแบบสิ่งบันเทิง (Entertainment design) คือ การออกแบบเลือก และควบคุมสิ่งบันเทิงต่างๆ ให้เหมาะสม รวมถึงองค์ประกอบทางด้านโปรแกรมงาน และกิจกรรมนั้น หนนาการสำหรับงานอีเวนต์เพื่อทำให้เกิดประสบการณ์ด้านความบันเทิง และเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ร่วมงานและองค์กรผู้จัดงาน สอดคล้องกับ จิณัสนา ศรีหิรัญ และคณะ (2561) ที่ศึกษาพบว่า การออกแบบสิ่งบันเทิงต้องสอดคล้องกับธีมงานและภาพรวมของการจัดงานอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน เช่น มวยไทย การเชิดกระต๊อบ หรือลาวกระเทบไม้ เป็นต้น และ 7) การออกแบบงานจัดเลี้ยง (Catering design) คือ การเลือกเมนู จำนวน และลักษณะการบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มให้เหมาะกับงานอีเวนต์ รวมไปถึงการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ สอดคล้องกับ กัลยารัตน์ พันกลิ่น (2559) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของการได้กลิ่นอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งจะทำให้เกิดการจูงใจให้อยากรับประทาน มีส่วนช่วยให้ได้สัมผัสถึงกลิ่นของส่วนผสม

และวัตถุดิบของอาหารที่มีความพิเศษชวนให้หลงใหล และได้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่แตกต่างจากชาติอื่นๆ

จึงสรุปได้ว่าการออกแบบประองค์ประกอบต่างๆ ของงานอีเวนต์ต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงานเป็นสำคัญ ต้องมีการบูรณาการและสอดคล้องกันในทุกองค์ประกอบ รวมทั้งต้องทำให้เกิดการสร้างประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมงานโดยผ่านสัมผัสทั้งห้าจึงจะทำให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด อีกทั้งการออกแบบในแต่ละด้านยังต้องคำนึงถึงลักษณะเด่นและประเภทของงานอีเวนต์นั้นๆ โดยเฉพาะงานอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และควมมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละพื้นที่ จึงต้องมีการออกแบบประสบการณ์แต่ละด้านให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมประเพณีในพื้นที่นั้นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรม

เทศกาล (Festival) คือ เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีการแบ่งปันทางวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มทางสังคม เป็นงานเฉลิมฉลองทางวัฒนธรรม หรือเกี่ยวข้องกับศาสนา และยังเป็นปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่แสดงออกถึงสัญลักษณ์ ความเป็นเอกลักษณ์ และการมีส่วนร่วมในด้านของประวัติศาสตร์ชุมชนนั้นๆ (Wilson, Arshed, Shaw & Pret, 2016) โดยเทศกาลถือเป็นสินค้าเชิงประสบการณ์ที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมหรือสังเกตการณ์ ณ ช่วงเวลาหรือสถานที่ใดที่หนึ่ง ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับความสามารถในการสร้างความแตกต่างเชิงประสาทสัมผัส จินตนาการ อารมณ์ และผู้บริโภค และยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่ผู้คน ธุรกิจ วัฒนธรรม ความสนุกสนาน จินตนาการ ความบันเทิง ความต้องการ และความโหยหาดีดี สอดคล้องกับ ปุณณพริย สันติสุภาพร และ กนกกานต์

แก้วนุช (2562) ที่สรุปผลการศึกษาว่า เทศกาลเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการทำตลาดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และยังสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือน รวมทั้งยังเป็นการส่งมอบกิจกรรมสนุกๆ สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มีส่วนร่วมไปกับคนในชุมชนนั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสบการณ์ทางวัฒนธรรมใหม่ๆ โดยเทศกาลสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

- 1) เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเศรษฐกิจ เช่น เทศกาลไม้ดอกไม้ประดับ จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาหรือวิถีชีวิตชุมชน เช่น เทศกาลแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี
- 3) เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เช่น เทศกาลสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแควและงานกาชาด จังหวัดกาญจนบุรี และ
- 4) เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น เทศกาลผีตาโขน จังหวัดเลย

เทศกาลเชิงวัฒนธรรมถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ช่วยดึงดูดใจและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมเยือน เนื่องจากเป็นกิจกรรมแนวสนุกสนานที่ช่วยเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับชุมชนเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยการใช้ ชื่อ เครื่องหมาย คำสัญลักษณ์ สินค้าหรือบริการ หรืออื่นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของเทศกาลในจิตใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้เทศกาลและงานประเพณียังเป็นการนำความเชื่อทางศาสนาผสมผสานเข้ากับความเชื่อท้องถิ่นของคนในชุมชนจนเกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว และยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจแถบชนบท และช่วยเพิ่มศักยภาพทางสูงสุดให้แก่แหล่งท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวอีกด้วย (ปทุมพรีย์สันติสุภาพร และกนกกานต์ แก้วนุช, 2562)

ลักษณะสำคัญของงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่ในประเทศไทยมีการใส่หลักการหรือแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วม และความสัมพันธ์กับชุมชน หรือกิจกรรมที่สะท้อนจากประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นผสมกับรูปแบบหรือวิถีของชุมชน (อุทัย ปริญาสุทธินันท์, 2561) อย่างใดอย่างหนึ่งเข้าไปด้วย ซึ่งจะเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถาน โบราณวัตถุในประเทศไทยให้ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยทุกๆ กิจกรรมจะมีรูปแบบการนำเสนอ และการจัดกิจกรรมที่ใช้กระบวนการทางด้านศิลปะการแสดงมาเป็นกลไกตัวดำเนินกิจกรรม คือมีความหมายของรูปแบบการแสดงที่สามารถสื่อสารกับผู้ร่วมงานหรือผู้ร่วมกิจกรรมในฐานะนักท่องเที่ยวได้ โดยผู้จัดงานจะทำหน้าที่เป็นผู้สื่อความหมายตามแนวความคิดหลัก มีการตีความหมายของกิจกรรม มีการใช้ฉากแสง สี เสียงผ่านการนำเสนอทางศิลปะการแสดง หรือจัดในรูปแบบเชิงอีเว้นท์ (มัทนี รัตนิน, 2559) รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมทางด้านวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะให้เกิดการรับรู้ ความประทับใจ ความพึงพอใจ และการจดจำ และส่งผลต่อการกลับมาเยี่ยมเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในงานนั้นๆ

แนวทางการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสของงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย

จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำเสนอแนวทางการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสในงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยได้ดังนี้

1. การสร้างประสบการณ์ด้านการมองเห็น (Sight experiences) ควรมีการออกแบบเนื้อหาและ

ชิมของงานที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นที่สามารถมองเห็น แล้วเกิดความแตกต่างจากงานอื่นๆ รวมทั้งสามารถดึงเอาศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจมาใช้ในการสร้างเรื่องราวเนื้อหาและชิมงานได้อีกด้วย อีกทั้งยังควรให้ความสำคัญกับการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในงานให้มีสีสันสวยงาม มีการตกแต่งให้เข้ากับธีมงานสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมไทย สร้างความแปลกใหม่เพื่อทำให้เกิดการจดจำ และสร้างความประทับใจ รวมทั้งการใช้แสงและสีภายในงานยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสะดุดตา ไม่ว่าจะเป็นการใช้สีสันจากแสงไฟเพื่อสร้างบรรยากาศภายในงาน และการใช้สีสันในการตกแต่งอุปกรณ์ บูธร้านค้า สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบอื่นๆ เพื่อสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์

2. การสร้างประสบการณ์ด้านการฟัง (Sound experiences) ควรออกแบบเนื้อหาของงานอีเว้นท์ให้มีการแทรกการศิลปะการแสดงที่มีเพลงประกอบหรือเป็นการแสดงที่มีจังหวะสนุกสนานเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ได้ยินอยู่รอบนอกเข้ามาร่วมภายในงาน โดยเฉพาะในงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมที่ถือว่าเพลงหรือดนตรีประกอบเป็นการแสดงออกถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างเด่นชัด อีกทั้งควรเปิดเพลงหรือดนตรีที่มีการแสดงออกถึงความเป็นไทยคลอเป็นระยะๆ ตลอดช่วงของการจัดงานเพื่อสร้างอารมณ์ร่วม สร้างบรรยากาศแวดล้อมที่ดี และทำให้ผู้ร่วมงานเกิดความผ่อนคลาย

3. การสร้างประสบการณ์ด้านการดมกลิ่น (Smell experiences) ควรออกแบบธีมงานที่มีอาหารและเครื่องดื่มเข้ามาเกี่ยวข้องเพราะจะช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาร่วมงานมากขึ้นได้ โดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มประจำท้องถิ่นนั้นๆ ที่นอกจากจะแสดงถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นแล้ว กลิ่นยังสามารถบ่งบอกถึงวัตถุดิบที่อยู่ในอาหารและเครื่องดื่มแต่ละประเภทได้ เช่น กลิ่นของกะปิที่อยู่ในต้มยำไก่ หรือ

กลิ่นของกะปิที่อยู่ในสะตอผัดกุ้ง เป็นต้น นอกจากนี้การใช้น้ำมันหอมตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบถือเป็นอีกหนึ่งวิธีที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากกลิ่นหอมจากดอกไม้หรือต้นไม้ตามธรรมชาติจะช่วยทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และสดชื่น โดยเฉพาะงานเทศกาลที่จัดขึ้นในสวนสาธารณะหรือพื้นที่ที่มีต้นไม้จำนวนมาก หรือแม้กระทั่งงานที่จัดขึ้นริมแม่น้ำหรือริมทะเลก็สามารถใช้ประโยชน์จากกลิ่นหอมของน้ำตามธรรมชาติได้เช่นเดียวกัน

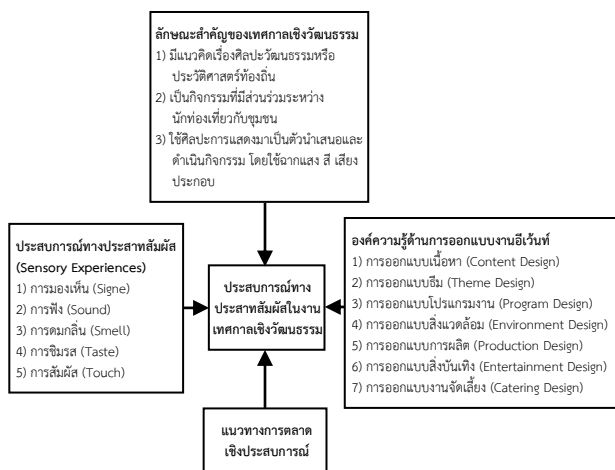
4. การสร้างประสบการณ์ด้านการชิมรส (Taste experiences) ควรออกแบบเนื้อหาและชิมของงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมด้วยการระดมอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายจากกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของอาหารไทยพื้นถิ่นเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้สัมผัสถึงประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการบริโภค อีกทั้งการที่บูธขายอาหารต่างๆ ภายในงานมีการส่งเสริมการขายโดยการทดลองแจกอาหารและเครื่องดื่มให้ผู้บริโภคได้ชิมรสชาติก่อนตัดสินใจซื้อถือเป็นการสร้างประสบการณ์ด้านการชิมรสในอีกรูปแบบหนึ่ง นอกจากนี้การออกแบบโปรแกรมงานสำหรับงานเทศกาลอาหารควรมีกิจกรรมการแข่งขันทำอาหารหรือเวิร์กช็อปทำอาหาร และแจกจ่ายอาหารให้ผู้เข้าร่วมงานได้ทดลองชิมหรือตัดสินใจเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการรับรู้อัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นและส่วนผสมวัตถุดิบจากประสบการณ์การชิมรส

5. การสร้างประสบการณ์ด้านการสัมผัสหรือจับต้อง (Touch experiences) ควรออกแบบโปรแกรมงานให้มีกิจกรรมเวิร์คช็อป และกิจกรรมสาธิตที่เกี่ยวข้องกับอาหารหรือสินค้าท้องถิ่นต่างๆ ที่น่าสนใจแทรกเข้าไปในโปรแกรม เช่น กิจกรรมการทำขนมไทย หรือกิจกรรมการสานตะกร้าไทย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้ที่สนใจได้มาร่วมทำกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และเรียนรู้ประสบการณ์ในศาสตร์ต่างๆ เพิ่มเติมได้ อีกทั้งยัง

ได้รับประสบการณ์จากการสัมผัส ทดลองหยิบจับ ทดลองทำ ซึ่งจะทำให้เกิดความสนุกสนาน ชื่นชอบ วัฒนธรรมท้องถิ่น และเกิดความพึงพอใจจนอยากที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาปรับใช้ให้เข้ากับการออกแบบการผลิตงานอีเว้นท์ เพื่อนำมาเป็นลูกเล่นหรือจุดขายใหม่ยังสามารถสร้าง ประสบการณ์ด้านความบันเทิงและสร้างความแตกต่าง ได้ เช่น การใช้เทคโนโลยีแว่น AR การใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต หรือการสร้างนิทรรศการ 3D โดยใช้ ระบบสัมผัส เป็นต้น

บทสรุป

จากการศึกษาค้นคว้าสามารถสรุปเป็นตัวแบบ (Model) แนวทางการสร้างเครื่องมือทางการตลาดเชิง ประสบการณ์ในงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย ได้ตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการตลาดเชิงประสบการณ์ของงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย

โดยการสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสในงานเทศกาลเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยเป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างองค์ประกอบของประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสซึ่งได้แก่ ด้านการมองเห็น ด้านการฟัง ด้านการดมกลิ่น ด้านการชิมรส

และด้านการสัมผัส องค์ประกอบของการออกแบบงานอีเว้นท์ซึ่งได้แก่ การออกแบบเนื้อหา การออกแบบธีม การออกแบบโปรแกรม การออกแบบสิ่งแวดล้อม การออกแบบการผลิต การออกแบบสิ่งบันเทิง และการออกแบบงานจัดเลี้ยง และลักษณะสำคัญของเทศกาลเชิงวัฒนธรรมซึ่งได้แก่ แนวความคิดปะวัติวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและชุมชน และการใช้ศิลปะการแสดง แสง สี และเสียง มาออกแบบเป็นแนวทางทางการตลาดรูปแบบใหม่เพื่อใช้ในการออกแบบการจัดงานอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรม โดยเน้นที่กระบวนการการสร้างประสบการณ์การแบบมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชนผนวกกับการใช้ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นตัวกลางในการสื่อสารรวมทั้งการประยุกต์ใช้ให้เข้ากับองค์ประกอบของการออกแบบงานอีเว้นท์ในแต่ละส่วนได้อย่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดงานและรูปแบบกิจกรรมของแต่ละงานเพื่อตอบสนองต่อผู้เยี่ยมชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติประมาณ 307 ล้านคนในปี 2562 หรือเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนร้อยละ 1.36 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) และสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย เพื่อให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือเกิดการบอกต่อ (Okpighie, 2020)

นอกจากนี้เครื่องมือในการสร้างประสบการณ์ดังกล่าวยังเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้งและมีประสิทธิภาพ และยังสามารถเป็นแนวทางให้แก่ผู้จัดงานอีเว้นท์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงประสบการณ์ได้อย่างเหมาะสมกับงานอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมที่มีรูปแบบหลากหลายและแตกต่างกันตามแต่ละพื้นที่การจัดงาน อาทิ งานเทศกาลสงกรานต์ที่มีรูปแบบการจัดงานที่ต่างกั

ในแต่ละภูมิภาค ซึ่งจะต้องมีการออกแบบกิจกรรม ี มงาน การตกแต่ง และอาหารเครื่องดื่มให้เหมาะกับ วัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ ร่วมกับชุมชนอย่างลึกซึ้ง เป็นต้น ซึ่งจะช่วยสร้างความ เป็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับงานเทศกาลใน ประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562, 27 มีนาคม).

สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2562. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=618.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564, 30 มีนาคม).

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). สืบค้นจาก https://secretary.mots.go.th/strategy/more_news.php?cid=9.

กัลยารัตน์ พันกลิ่น. (2559). การสื่อสารทางการตลาด ด้านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสต่อชนมไทย ของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

เขมิกา ชีรพงษ์. (2561). การออกแบบประสบการณ์ใน ฐานะสื่อการเรียนรู้ใหม่ในสังคมไทย. ใน สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, รายงานสืบ เนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์: การจัดการศึกษา และงานวิจัยด้านศิลปวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21. การประชุมวิชาการการนำเสนอ ผลงานวิจัยระดับชาติ สถาบันบัณฑิตพัฒน ศิลป์, กรุงเทพฯ.

จิณัสนา ศรีหิรัญ, ศศิพัชร ปิติโรจน์ และกาญจนา แสนนอน. (2561). แนวทางการออกแบบ กิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอัยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย: กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี. วารสาร วิทยาลัยดุสิตธานี, 12(ฉบับพิเศษ), 278-295.

นัฐกานต์ เครือชัยแก้ว. (2559). การรับรู้ภาพลักษณ์ขอ ตราสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ปณณทรี สันติสุภาพร และกนกกานต์ แก้วนุช. (2562). สมรรถนะด้านการตลาดของผู้จัดงาน เทศกาลประเพณีในศตวรรษที่ 21. วารสาร วิทยาลัยดุสิตธานี, 13(3), 476-490.

พัชรภรณ์ ทวีศรีสวัสดิ์ และจิรา กฤตยพงษ์. (2561). ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการคิเเทฟ สเปซ “ช่างชุ่ย”. ใน กองส่งเสริมงานวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, รายงานสืบเนื่อง จากการประชุมวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2560 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. การประชุม วิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.

พิชากร บำรุงวงศ์. (2559). การสร้างสรรค์แสงเพื่อการ สื่อสารในบริบทของงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์. วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการ สื่อสาร, 11(1), 173-189.

- พีระพงศ์ สุจริตพันธ์. (2562). การสื่อสารทางการเมืองผ่านหนังสือภาคใต้: ศึกษาในห้วงวิกฤตการณ์ทางการเมืองปี พ.ศ. 2548 – 2558. *วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร*, 10(2), 274-287.
- เพชรรัตน์ นิลประเสริฐ และระพีพรรณ พิริยะกุล. (2561). อิทธิพลของการผูกพันต่อเป้าหมายการแสวงหาความรู้ และการสื่อสารต่อความผูกพันในองค์กร: แนวคิดของตัวเองในตัวแทนชายตรงในฐานะตัวแปรคั่นกลาง. *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences*, 18(1), 38-46.
- ภัทรพร พันธุรี. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27-37.
- มัทนี รัตนิม. (2559). *ศิลปะการแสดงละคร หลักเบื้องต้นและการฝึกซ้อม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันชัย ก้อนกำเนิด. (2557). ผลการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 สาระการเรียนรู้ศิลปะ กลุ่มทัศนศิลป์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- เสริมศิริ นิลดำ และจิราพร ขุนศรี. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 12(2), 33-48.
- อังคาร คชะวังศรี, สุบัน บัวขาว และอรรถพร พฤทธิพงษ์. (2561). กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกไทยเพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 8(2), 141-155.
- อุทัย ปริญาสุทธีรัตน์. (2561). การจัดการชุมชน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Liu, W., Sparks, B. & Coghlan, A. (2017). Event experiences through the lens of attendees. *Event Management*, 21, 463-479.
- Singh, R. & Mehraj, N. (2019). Evaluating the influence of destination brand experience on tourist behavioral intention. *Enlightening tourism a pathmaking journal*, 9(2), 199-227.
- Stein, A. & Ramaseshan, B. (2016). Towards the identification of customer experience touch point elements. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 8-19.
- Wilson, J., Arshed, N., Shaw, E. & Pret, T. (2016). Expanding the Domain of Festival Research: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(2), 195-213.
- Okpigh Spencer G. O.. (2020). The quest to re-strategize marketing mix strategies: mitigate the effect of the COVID-19 pandemic on consumers in Nigeria. *Journal of International Conference Series*, 1(6), 355-363.

รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์

Integrated Marketing Communications Model that Affects the Buying Decision of Long Lab-Lae Durian in Uttaradit Province

ชัชชัย สุจริต^{1*} เบญจวรรณ สุจริต¹Chatchai Sucharit^{1*} Benjawan Sucharit¹Corresponding author's E-mail: Csucharit34@gmail.com¹, benja166@gmail.com¹

(Received: May 14, 2021; Revised: July 4, 2021; Accepted: August 3, 2021)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล ประเมินเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และกำหนดรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed method) ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ตัวแทนจากกลุ่มนักท่องเที่ยว เกษตรกร ผู้ปลูกทุเรียน สื่อมวลชน นักวิชาการด้านการตลาด นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลจากสื่อบุคคล เหตุผลที่เลือกซื้อเพราะมีรสชาติอร่อย แหล่งที่ซื้อได้แก่ ตลาดผลไม้หัวดง และเป็นผลไม้ที่มีความอร่อยกว่าผลไม้ชนิดอื่น ส่วนใหญ่ซื้อทุเรียนไปเพื่อรับประทานเอง ตนเองเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกซื้อ โอกาสในการซื้อทุเรียนหลงลับแล ได้แก่ ช่วงฤดูการทุเรียน โดยซื้อผ่านร้านจำหน่ายผลไม้ เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ด้านประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ และด้านการโฆษณา ตามลำดับ

ผลการประเมินเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ และด้านการโฆษณา ตามลำดับ

รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างการรับรู้ ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความเชื่อมั่น และขั้นตอนที่ 3 การสร้างความมั่นใจ โดยรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปให้กลุ่มวิสาหกิจผู้จำหน่ายทุเรียนหลงลับแล หรือผู้ประกอบการจำหน่ายทุเรียนหลงลับแล นำไปใช้วางแผนในการสื่อสารการตลาดให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป

ประโยชน์จากการศึกษานี้ ผู้ประกอบการจำหน่ายทุเรียนหลงลับแล สามารถนำรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ไปวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเชื่อมั่นในทุเรียนหลงลับแล ให้กับลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยใช้ทุเรียนหลงลับแลเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดต่อไป

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์¹ Lecturers, Master Business Administration, Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การตัดสินใจซื้อ

Abstract

The objectives of this research aimed: 1) to study the buying behavior of Long Lab-Lae Durian; 2) to evaluate the integrated marketing communication tools towards perception of consumer; and 3) to formulate the integrated marketing communication model and buying decision model of Long Lab-Lae Durian in Uttaradit province. This research was conducted by using mixed method. The research instruments were in-depth interview and focus group. A data was analyzed by using descriptive statistical and content analysis.

Buying decision behavior of Long Lab-Lae Durian was found that most key informants are awareness of information from personal media and buying reason is the taste. The source of purchase is Hue Dong fruit market Moreover, the taste is better than any other fruit. Most of purchase is for personal consumer. The decision is made by self-performance. The opportunity for buying Long Lab-Lae Durian is during durian season by buying through the fruit shop. The integrated marketing communication that affects the perception of customer in Uttaradit province was found that public relation is the first place. Next, special events and advertisement are the tools affect the perception of customer respectively.

The results of the assessment of integrated marketing communication tools that affect consumer perceptions showed that the overall level was at a high level ($\bar{X}=3.93$, S.D. = 0.78). When considering each aspect, it was found that the public relations is the first, followed by Special events and advertising, respectively.

The integrated marketing communication model that affects the buying decision of Long Lab-Lae Durian in Uttaradit province consist of 3 processes: The first process is to create the perception. The second process is to create the reliable. The final process is to create the confident.

Benefit from this study. The integrated marketing communication that effects of selling entrepreneurs Lab-Lae Durian, awareness, confidence in Lab-Lae Durian for customers and good image for Uttaradit Province. By using Lab-Lae Durian as identity of the province.

Keywords: integrated marketing communications, buying decision

ความเป็นมาของปัญหา

ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้แล้ว คนส่วนใหญ่ของประเทศยังมีอาชีพทำการเกษตร เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพื้นฐานทางเกษตรกรรม การเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าทาง

เกษตรกรรมของประเทศโดยเฉพาะผลิตผลทางพืชสวน เช่น ผัก ผลไม้ และดอกไม้จึงเป็นอีกหนทางหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันได้ ซึ่งปัจจุบันผลิตผลพืชสวนหลายชนิด เช่น ทุเรียน มังคุด หน่อไม้ฝรั่ง ข้าวโพดฝักอ่อน และกล้วยไม้ เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศมาก แต่ปัญหาใหญ่ของสินค้าเกษตร

เกือบทุกชนิดคือ มีระยะเวลาในการเก็บรักษาสั้น เน่าเสียง่าย ส่งผลให้เกษตรกรผู้ผลิตไม่สามารถเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา หากไม่ขายและปล่อยให้เวลาผ่านไป สินค้าก็เน่าเสีย ยิ่งขายไม่ได้ราคา สิ่งที่ยังเป็นปัญหาคือ Demand และ Supply ความต้องการ การกำหนดทางตลาด การผลิต ควรจะต้องมีการพัฒนาคุณภาพสินค้า โดยการให้ความรู้แก่เกษตรกร ตั้งแต่กระบวนการผลิต การเก็บเกี่ยวและการแปรรูป ผลผลิตต่างๆ รวมทั้งการจัดหาตลาดเพื่อให้นักเกษตรกระจายผลผลิตออกสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อไม่ให้ราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ และสร้างรายได้ให้กับชาวเกษตรกรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยพืชเศรษฐกิจแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 พืชไร่ ได้แก่ กลุ่มธัญพืช กลุ่มพืชน้ำมัน กลุ่มพืชน้ำตาล กลุ่มพืชเส้นใย กลุ่มพืชหัว กลุ่มพืชอาหารสัตว์ กลุ่มพืชออกฤทธิ์ต่อระบบประสาท กลุ่มที่ 2 พืชสวน หรือผลไม้ ได้แก่ กลุ่มพืชผัก กลุ่มพืชผล หรือผลไม้ และกลุ่มไม้ดอก กลุ่มที่ 3 ไม้เศรษฐกิจ ได้แก่ ไม้ยางพารา ไม้เต็ง ไม้รัง ไม้มะฮอกกานี เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาวิจัยการเกษตร, 2563) กลุ่มที่พืชสวนหรือผลไม้ เป็นพืชเศรษฐกิจกลุ่มหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยเฉพาะผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกอันดับต้นของประเทศ ได้แก่ ทุเรียน โดยมูลค่าการส่งออกจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ระบุว่าในปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกทุเรียนสด จำนวน 65,631 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 44 % ซึ่งประเทศจีน เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย “ทุเรียน” ถือเป็นผลไม้เศรษฐกิจอันดับต้นๆ ที่มีหลากหลายสายพันธุ์ ทั้งหมอนทอง ก้านยาว ชะนี กระดุมทอง และอื่นๆ แต่หนึ่งในสายพันธุ์ดี เป็นที่หมายปองของบรรดาผู้ชื่นชอบการรับประทาน คงหนีไม่พ้นทุเรียนพันธุ์ “หลงลับแล” และ

“หลินลับแล” ที่ใครๆ ต่างยกให้เป็น “ที่สุดแห่งราชาผลไม้ไทย (MGR Online, 2561) ทุเรียนพันธุ์หลงลับแลซึ่งเป็นทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองของจังหวัดอุตรดิตถ์ จะมีคุณสมบัติและเด่นตรงที่มีรสชาติดี หวานมัน กลิ่นอ่อนเฉพาะตัว ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคสูง แต่ก็ยังพบปัญหาหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการให้ผลผลิตต่อปีที่ต่ำ มีพื้นที่ใช้ในการเพาะปลูกไม่เพียงพอ คุณภาพของผลผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนกระบวนการตลาดที่ด้อยคุณภาพเนื่องจากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาหลงลับแลได้แจ้งเกิดเป็นทุเรียนที่ติดตลาด จนมีพ่อค้าหัวใสหลอกหลวงผู้บริโภค ด้วยการนำทุเรียนพันธุ์จากที่อื่นมาจำหน่าย เพื่อหวังได้ราคาดี ทำให้ชาวสวนได้รับความเสียหาย จึงต้องการรับรองการซื้อทุเรียนหลงลับแล ด้วยการติดสติ๊กเกอร์รับรองและจำหน่ายทั่วไป แต่ยอดขายยังไม่ดีเท่าที่ควร ปัญหาอีกประเด็นหนึ่งที่ค้นพบจากประกาศจังหวัดอุตรดิตถ์ (สำนักงานจังหวัดอุตรดิตถ์, 2563) เรื่องวิธีการเลือกซื้อทุเรียนหลงลับแลที่ได้คุณภาพ เนื่องจากพบว่า ผู้บริโภค ที่ซื้อทุเรียนหลงลับแลจากจังหวัดอุตรดิตถ์ไปนั้น ไม่ใช่ทุเรียนหลงลับแลที่ปลูกในจังหวัดอุตรดิตถ์ แต่เป็นทุเรียนที่ปลูกในจังหวัดอื่น และแม้คำบางรายก็ขายทุเรียนที่ยังไม่แก่เต็มที่ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อน และส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อจังหวัดอุตรดิตถ์ และยังเกิดปัญหาด้านการรับรู้ของผู้บริโภคนับได้ว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

ปัญหาที่ได้กล่าวถึงข้างต้น เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคที่ไม่เข้าใจลักษณะของทุเรียนหลงลับแล จึงหลงเชื่อและซื้อทุเรียนที่จำหน่ายในจังหวัดอุตรดิตถ์ ที่ผู้ประกอบการจำหน่ายทุเรียนแอบอ้าง หรือนำทุเรียนจากจังหวัดอื่นมาจำหน่าย ทั้งนี้ การรับรู้ คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรู้สึกและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ ประสบการณ์

และความเข้าใจของบุคคล ซึ่งการสร้างการรับรู้ในตำแหน่งจุดครองใจของสินค้า (Positioning) คือ การสื่อสารไปยังจิตใจของผู้บริโภคถึงความเป็นตัวสินค้า รวมถึงการเสนอข้อได้เปรียบของสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยในเรื่องของการสื่อสารการตลาดนั้น เป็นเรื่องของ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตัวสินค้า และความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมีความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะ และคุณสมบัติของตัวสินค้า ว่าสินค้านั้นมีจุดเด่นอะไร มีประโยชน์อย่างไรต่อลูกค้า โดยใช้การสื่อสารการตลาดมาช่วยทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และตรงกันเกี่ยวกับตัวสินค้านั้น โดยในเรื่องนี้ เวท และ เวินสลีย์ (Weitz & Wensley, 2002) ได้กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดยังมีบทบาทเพื่อส่งเสริมทางการตลาดที่เหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่องค์กรต้องการจะสื่อสารด้วย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วองค์กรก็มักจะใช้การสื่อสารการตลาด เพื่อทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จัก เพื่อให้ข้อมูลเฉพาะบางประการ หรือเพื่อที่จะสร้าง หรือส่งเสริมความสัมพันธ์ ตลอดจนทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนั้น การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated marketing communications: IMC) หมายถึง กระบวนการสร้างคุณค่าสำหรับตราสินค้า (Brand Value) โดยต้องมีกระบวนการประสานทำงานร่วมกันของฝ่ายต่างๆ (Cross-Functional Process) เพื่อการสนับสนุนความสัมพันธ์กับลูกค้า และผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กร (Stakeholders) (Finne & Grönroos, 2017) ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญและปัญหาที่เกิดขึ้นจาก

การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้น จึงสนใจศึกษา รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้เรียนหลักสูตรจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่หลากหลาย ที่สามารถสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค อันจะนำมาซึ่งการครองใจผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อของผู้เรียนหลักสูตรในที่สุด นอกจากนั้นยังสามารถสร้างความเข้มแข็ง ความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการในระบบธุรกิจเกษตรในอนาคต

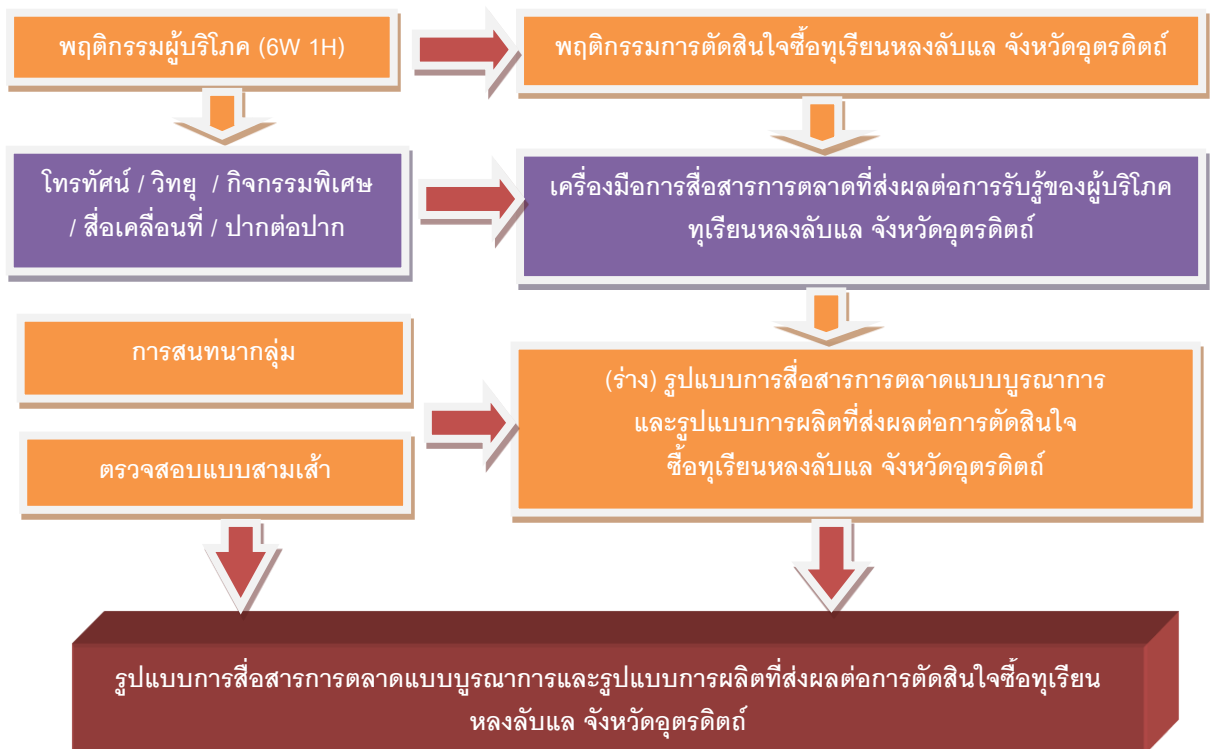
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการตัดสินใจซื้อของผู้เรียนหลักสูตร จังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อประเมินเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ผู้เรียนหลักสูตรจังหวัดอุดรดิตถ์
3. เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้เรียนหลักสูตร จังหวัดอุดรดิตถ์

ข้อจำกัดงานวิจัย

เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ต้องดำเนินการในช่วงฤดูแล้งหน้าผู้เรียนหลักสูตร จังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งมีระยะเวลาเพียงแค่ 2-3 เดือน ดังนั้น **รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้เรียนหลักสูตรจังหวัดอุดรดิตถ์ ดังกล่าวจึงยังมิได้นำไปทดลองและประเมิน**

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ชื่อ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด แบบเลือกตอบเพียงหนึ่งข้อ (Check list)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Multiple choice) และตอนที่ 3 เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ทั้งนี้ ได้นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยและด้าน

การศึกษา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และนำแบบสอบถามนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ก่อนลงภาคสนามเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก และประเด็นการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลมาเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ ผู้วิจัยขอเสนอขั้นตอนการวิจัย เป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงวิธีดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลทุเรียนหลงลับแล จากสื่อบุคคล ช่องทางปากต่อปาก มากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา ได้แก่ จากเพื่อน ญาติ ทราบด้วยตนเอง และจากเฟสบุ๊ค เหตุผลที่เลือกซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ เพราะมีรสชาติอร่อยเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา ซื้อทุเรียนหลงลับแลเพราะมีคุณภาพดี ไม่มีกลิ่นฉุน และหาซื้อได้ง่ายตามลำดับ แหล่งที่ซื้อทุเรียนหลงลับแล จากตลาดผลไม้หัวดวงอันดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ตลาดผลไม้ถนนสายเอเชีย ตลาดผลไม้หัวรถจักร และตลาดสด (ทั่วไป) ประโยชน์ในการทานทุเรียนทุเรียนหลงลับแล ได้แก่ เป็นผลไม้ที่มีความอร่อยกว่าผลไม้ชนิดอื่น เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ช่วยลดระดับไขมัน เป็นยาละลายอ้วนๆ ช่วยขับล้างลำไส้ และเป็นยาปฏิชีวนะอ่อนๆ ส่วนใหญ่

ซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ไปเพื่อรับประทานเอง รองลงมาได้แก่ นำไปเป็นของฝาก คนอื่นฝากซื้อ และนำไปจำหน่ายต่อ จำนวนเงินในการซื้อทุเรียนหลงลับแล/ครั้ง ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท เป็นอันดับที่ 1 ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อทุเรียนหลงลับแล คือ ตนเอง รองลงมาได้แก่ คนในครอบครัว เพื่อน และแฟน โอกาสในการซื้อทุเรียนหลงลับแล ได้แก่ ซื้อในช่วงเทศกาลทุเรียนออก รองลงมาซื้อในโอกาสการจัดกิจกรรมพิเศษ และอื่นๆ ช่องทางการสั่งซื้อทุเรียน ซื้อผ่านร้านจำหน่ายผลไม้ รองลงมาได้แก่ สั่งซื้อผ่านโซเชียลมีเดีย ซื้อผ่านกลุ่มผู้ปลูกทุเรียน และสั่งตัวแทนจำหน่ายที่รู้จัก

ตารางที่ 1 ผลการประเมินเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตต์

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การโฆษณา	3.57	0.36	มาก
1. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นการโฆษณาการรับส่งทุเรียนหลงลับแลจากไปรษณีย์ไทย	3.47	0.50	ปานกลาง
2. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นการโฆษณาการรับส่งทุเรียนหลงลับแลจากบริษัทนครชัยแอร์	3.19	0.66	ปานกลาง
3. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นการโฆษณาจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง	3.71	0.45	มาก
4. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นการโฆษณาจากรสโดยสวประจําทาง	3.66	0.47	มาก
5. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นการโฆษณาจากกล่องบรรจุทุเรียนหลงลับแล	3.81	0.66	มาก
การประชาสัมพันธ์	4.46	0.39	มาก
1. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	4.85	0.35	มากที่สุด
2. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นในรายการครัวคุณต๋อย	4.66	0.47	มากที่สุด
3. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะเห็นในโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อินสตราแกรม	4.14	0.70	มาก
4. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะได้ยินการประชาสัมพันธ์จากรายการวิทยุ	4.14	0.87	มาก
5. ท่านรู้จักทุเรียนหลงลับแลเพราะมีเพื่อนมาเล่าให้ฟังถึงความอร่อยของทุเรียนหลงลับแล	4.52	0.50	มากที่สุด
การจัดกิจกรรมพิเศษ	3.77	0.28	มาก
1. ท่านรู้ข้อมูลของทุเรียนหลงลับแลเพราะมีการจัดงานเทศกาลทุเรียนอุดรดิตต์ "มหัศจรรย์ทุเรียนหลงลับแล" เป็นประจําทุกปี	4.04	0.57	มาก
2. ท่านรู้ข้อมูลของทุเรียนหลงลับแลจากกิจกรรมตลาดนัดดาวาทางช่อง 3	4.14	0.35	มาก
3. ท่านรู้ข้อมูลของทุเรียนหลงลับแลเพราะจดจํา มาสคอตทุเรียนหลงลับแล ตามกิจกรรมงานต่างๆ	3.66	0.47	มาก
4. ท่านรู้ข้อมูลของทุเรียนหลงลับแลเพราะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมที่ห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ในกรุงเทพมหานคร	3.52	0.50	มาก
5. ท่านรู้ข้อมูลของทุเรียนหลงลับแลเพราะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าเกษตรที่อิมแพคอารีนา เมืองทองธานี	3.47	0.57	ปานกลาง
รวม	3.93	0.78	มาก

จากตารางพบว่าผลการประเมินเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตต์ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านประชาสัมพันธ์ เป็น

อันดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ และด้านการโฆษณา ตามลำดับ

รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ สามารถดำเนินการได้ 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างการรับรู้ ด้วยสื่อโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อบุคคล การจัดงาน แสดงสินค้า และสื่อเคลื่อนที่ ตัวอย่างภาพประกอบ เช่น



ภาพที่ 3 สื่อเคลื่อนที่

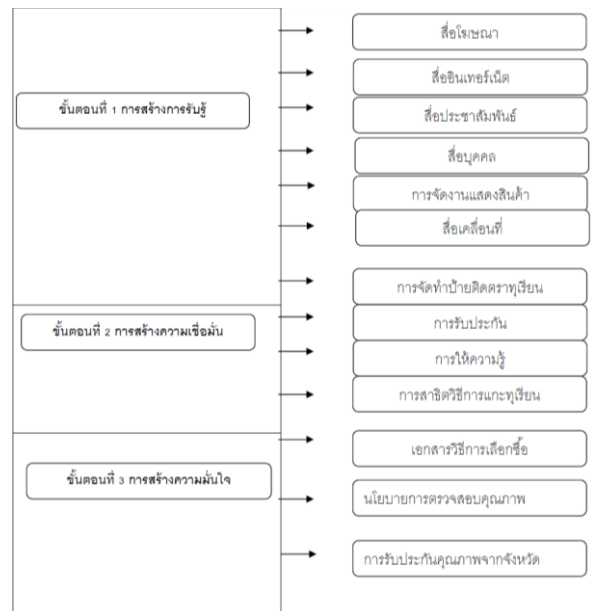
ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความเชื่อมั่น ด้วยการจัดทำป้ายตราสินค้าติดทุเรียน การรับประกัน การให้ความรู้ และการสาธิตวิธีการแกะทุเรียน ตัวอย่างภาพประกอบการให้ความรู้เรื่องทุเรียนหลงลับแล เช่น



ภาพที่ 4 เอกสารประกอบการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อทุเรียนหลงลับแล

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความมั่นใจ ด้วยเอกสารการแนะนำวิธีการเลือกซื้อ นโยบายการตรวจสอบคุณภาพ และการรับประกันคุณภาพจากจังหวัด

รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ สามารถดำเนินการได้ 3 ขั้นตอน สามารถแสดงผังแผนภูมิ ดังนี้



ภาพที่ 5 รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์

อภิปรายผล

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์จากช่องทางปากต่อปาก รองลงมา ได้แก่ จากเพื่อนญาติ ทราบด้วยตนเอง และจากเฟสบุ๊คมากเป็นอันดับที่ 1 ในประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รติ ธนารักษ์ (2553) ได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อยกระดับคุณภาพเชิงพาณิชย์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผ่านการทดลองใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ต้นแบบ และได้รับความพึงพอใจ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง รวมทั้งมีประสิทธิภาพในการยกระดับคุณภาพเชิงพาณิชย์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ การใช้ภาพยนตร์สารคดีสั้น การพัฒนาช่องทางการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และสร้างเว็บไซต์ของกลุ่มอัตลักษณ์วิสาหกิจชุมชน ดังนั้น การค้นหาข้อมูลข่าวสารจากปากต่อปาก ซึ่งเป็นแหล่งบุคคล จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะถ้าแหล่งบุคคลสามารถอธิบายและบอกถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ ก็จะกระตุ้นให้ผู้ค้นหาข้อมูลเกิดการตัดสินใจได้รวดเร็วและง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลในประเด็นการรับทราบข้อมูลส่วนนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าทราบมาจากเพื่อน และครอบครัว เมื่อมีการบอกต่อกันว่าทุเรียนหลงลับแลอร่อยและมีคุณภาพดี จึงทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เพราะแหล่งบุคคลมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ เป็นต้น

เหตุผลที่ซื้อทุเรียนหลงลับแลเพราะมีคุณภาพดีและมีประโยชน์ โดยลูกค้าเชื่อว่าทุเรียนหลงลับแลเป็นผลไม้ที่มีความอร่อยกว่าผลไม้ชนิดอื่น ประเด็นนี้สอดคล้องงานวิจัยของ ศศิธร สุวรรณ (2553) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อความงาม (Beauty drink) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลพบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อความงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับพีรพัฒน์ ฉัตรศิริกุลชัย (2553) ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้การสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลลินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ รสชาติ ซึ่งลูกค้าที่ซื้อทุเรียนส่วนใหญ่เพราะเชื่อมั่นว่าทุเรียนหลงลับแลมีคุณภาพดี รสชาติอร่อย

ไม่เหมือนทุเรียนประเภทอื่น ไม่มีกลิ่นฉุน ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล

แหล่งที่ซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ จากตลาดผลไม้หัวดวง และช่องทางการสั่งซื้อทุเรียน ซื้อผ่านร้านจำหน่ายผลไม้ มากเป็นอันดับที่ 1 อันจะเห็นได้ว่าตลาดผลไม้หัวดวง เป็นตลาดจำหน่ายผลไม้ตามฤดูกาลของจังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งมีจำนวนร้านค้าและผลไม้จำนวนมากให้ลูกค้าได้เลือกซื้อ เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการเข้าถึงสินค้าที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยเรื่องนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพีรพัฒน์ ฉัตรศิริกุลชัย (2553) ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้การสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลลินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ด้านราคาสำหรับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ รสชาติ ส่วนปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ การจัดราคาโปรโมชั่น เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ปัจจัยทางช่องทางจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ หาซื้อง่าย ดังนั้น แหล่งที่จัดจำหน่ายทุเรียนหลงลับแลที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจึงได้แก่ ตลาดผลไม้หัวดวง ซึ่งเป็นตลาดทุเรียนที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดอุดรดิตถ์

ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อทุเรียนหลงลับแล คือ ตนเองเป็นอันดับที่ 1 โอกาสในการซื้อทุเรียนหลงลับแล ได้แก่อซื้อในช่วงเทศกาลทุเรียนออก โดยเรื่องนี้สอดคล้องกับแนวคิดของของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2564) ที่กล่าวถึงบทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 1) ผู้ริเริ่ม (Initiator) บุคคลที่รับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการ ริเริ่มซื้อ และเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง 2) ผู้มีอิทธิพล (Influence) บุคคลที่ใช้คำพูดหรือการกระทำตั้งใจหรือไม่ตั้งใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ 3) ผู้ตัดสินใจ (Decision) บุคคลผู้ตัดสินใจหรือมีส่วน

ในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร หรือซื้อที่ไหน 4) ผู้ซื้อ (Buyer) บุคคลที่ซื้อสินค้าจริง และ 5) ผู้ใช้ (User) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริโภค การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ในการศึกษาครั้งนี้ผลพบว่า ผู้ซื้อทุเรียนส่วนใหญ่เป็นทั้งผู้เริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ และผู้บริโภคเอง เนื่องจากเป็นผลไม้ที่ตนเองต้องการซื้อไปบริโภคเอง เกิดจากความต้องการของตนเอง หรือหากซื้อไปเป็นของฝาก ตนเองก็จะเกิดความต้องการในการบริโภคเองด้วย ดังนั้น ผู้ซื้อจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทุกขั้นตอน นอกจากนี้ การซื้อในช่วงฤดูกาลที่ทุเรียนออกผลผลิต เนื่องจากเป็นช่วงที่มีทุเรียนออกสู่ตลาดจำนวนมาก ผู้ซื้อสามารถหาซื้อทุเรียนรับประทานได้ง่าย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การประเมินเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลกระทบต่อรับรู้ของลูกค้าทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรธานี พบว่าด้านประชาสัมพันธ์เป็นอันดับที่ 1 ประเด็นนี้อันเนื่องมาจากผู้ประกอบการหรือชาวสวนทุเรียนส่วนใหญ่ไม่มีงบประมาณในการซื้อสื่อโฆษณา ดังนั้น การสื่อสารการตลาดของทุเรียนหลงลับแลส่วนใหญ่ จึงใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ผ่านทางรายการโทรทัศน์ที่สนใจ สื่อโซเชียลมีเดีย หรือการจัดแสดงสินค้า เพื่อให้ผู้ซื้อมีความรู้สึกที่ดีต่อทุเรียนหลงลับแล โดยเรื่องนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ (Kotler, 2000) ที่กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สนับสนุนออกสินค้าใหม่ของตราสินค้า วางตำแหน่งสินค้าให้กับสินค้าที่สร้างความน่าสนใจให้กับประเภทของสินค้า มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง แก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับสินค้าหรือองค์กรที่มีต่อสาธารณชน และสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีผ่านทางผลิตภัณฑ์

รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรธานี สามารถดำเนินการได้ คือ การสร้างการรับรู้

โดยเรื่องนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกมลรัตน์ โถสกุล (2550) ศึกษาเรื่อง การรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับการรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน โดยเรียงลำดับดังนี้ การรับรู้มากที่สุด คือ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งปี การรับรู้มาก คือ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การรับรู้ปานกลาง คือ การโฆษณา การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดสัมมนา และการจัดนิทรรศการ ทั้งนี้ การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายหรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้เป็นกระบวนการแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์และสิ่งกระตุ้น โดยจะพิจารณาเป็นกระบวนการการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การได้รสชาติ และการได้ความรู้สึก ซึ่งขั้นตอนการสร้างการรับรู้ทุเรียนหลงลับแล เป็นขั้นตอนที่ต้องการให้ลูกค้าเกิดความต้องการโดยอาศัยสิ่งเร้าทางการตลาด ได้แก่ ด้วยสื่อโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อบุคคล การจัดงานแสดงสินค้า และสื่อเคลื่อนที่ หลังจากนั้นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า ด้วยการจัดทำแบรนด์เนอร์ติดทุเรียน การรับประกัน การให้ความรู้ และการสาธิตวิธีการแกะทุเรียน และขั้นตอนสุดท้ายคือการสร้างความมั่นใจ ด้วยเอกสารการแนะนำวิธีการเลือกซื้อ นโยบายการตรวจสอบคุณภาพ และการรับประกันคุณภาพจากจังหวัด

สรุปผลการวิจัย

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับประทานข้อมูลทุเรียนหลงลับแล จากสื่อบุคคล ช่องทางปากต่อปาก มากเป็นอันดับที่ 1 เหตุผลที่เลือกซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ เพราะมีรสชาติอร่อยเป็นอันดับที่ 1 แหล่งที่ซื้อทุเรียนหลงลับแล จากตลาดผลไม้หัวดวงอันดับที่ 1 ประโยชน์ในการทานทุเรียนหลงลับแล ได้แก่ เป็นผลไม้ที่มีความอร่อยกว่าผลไม้ชนิดอื่น ส่วนใหญ่ซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ ไปเพื่อรับประทานเอง จำนวนเงินในการซื้อทุเรียนหลงลับแล/ครั้ง ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อทุเรียนหลงลับแล คือ ตนเอง โอกาสในการซื้อทุเรียนหลงลับแล ได้แก่ ซื้อในช่วงเทศกาลทุเรียนออก ช่องทางการสั่งซื้อทุเรียน ซื้อผ่านร้านจำหน่ายผลไม้

ผลการประเมินเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าด้านประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ และด้านการโฆษณา ตามลำดับ

รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ สามารถดำเนินการได้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างการรับรู้ ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความเชื่อมั่น ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความมั่นใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์ สามารถดำเนินการได้

3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างการรับรู้ ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความเชื่อมั่น และขั้นที่ 3 การสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงให้ข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะขั้นตอนการสร้างการรับรู้

1.1 สถาบันการศึกษาควรให้ความรู้เรื่องป้ายตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรองรับการบรรจุทุเรียนหลงลับแลด้วยขนาด ปริมาณที่เหมาะสม และเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการกระแทกของทุเรียนหลงลับแลด้วย เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับทุเรียนหลงลับแล

1.2 ภาครัฐ ร่วมกับผู้ประกอบการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสื่อสารและสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

2. ข้อเสนอแนะขั้นตอนการสร้างเชื่อมั่น

2.1 สมาคมผู้ประกอบการทุเรียนร่วมสร้างมาตรฐาน และสร้างสื่อ เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้บริโภคเข้าใจคุณลักษณะที่แตกต่างของทุเรียนหลงลับแล

2.2 ภาครัฐ ร่วมกับผู้ประกอบการ วางแผนการสร้างเชื่อมั่น โดยจัดกิจกรรมพิเศษ ให้ผู้ประกอบการทุเรียนหลงลับแล ได้นำผลผลิตของตัวเองออกจำหน่ายในพื้นที่ของจังหวัดอุดรดิตถ์ และตรวจสอบคุณภาพของทุเรียนหลงลับแล ก่อนนำออกจำหน่าย

3. ข้อเสนอแนะขั้นตอนการสร้างความมั่นใจ

3.1 องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ปลูก และจำหน่ายทุเรียนหลงลับแล ต้องวางแผนในการควบคุมคุณภาพทุเรียนหลงลับแลก่อนนำออกจำหน่าย และส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชุมชน ท้องถิ่น และจังหวัดอุดรดิตถ์

3.2 ผู้ประกอบการต้องมีคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจ ไม่แสวงหาผลกำไรโดยใช้วิธีการหลอกลวงลูกค้า หากมีการนำทุเรียนอ่อนออกมาจำหน่ายหรือแอบอ้างนำทุเรียนจากที่อื่นมาขาย ให้มีบทลงโทษทางกฎหมาย

3.3 ภาครัฐ โดยจังหวัดควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยมีประกาศแนวทางการควบคุมคุณภาพทุเรียนอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีนำรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ไปทดลองใช้ และประเมินรูปแบบฯ อีกครั้งหนึ่ง

2. ควรศึกษาความแตกต่างของการรับรู้ทุเรียนหลงลับแลแท้ และทุเรียนหลงลับแลปลอมที่ถูกแอบอ้างชื่อ ว่ามีความแตกต่างกันในด้านความรู้สึกของผู้บริโภคในด้านใดบ้าง เพื่อนำมาเป็นจุดเด่นในการสื่อสารการตลาดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ ไถสกุล. (2550). การรับรู้เครื่องหมายการค้าทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสาคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- พิรพัฒน์ ฉัตรศิริกุลชัย. (2553). การรับรู้การสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลลินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- MGR Online. (2561). ฟิน ทุเรียนหลง หลิน ลับแล. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/travel>.
- รดี ธนารักษ์. (2553). รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อยกระดับคุณภาพเชิงพาณิชย์ วิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์. วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น(สกว). 3(1), 7 – 20.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศศิธร สุวรรณ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อความงาม (Beauty drink) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานพัฒนาวิจัยการเกษตร. (2563). พี่เศรษฐกิจสินค้าสร้างรายได้ครัวเรือนและประเทศ. สืบค้นจาก https://www.arda.or.th/knowledge_detail.php?id=40.
- สำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์. (2563). วิธีเลือกซื้อทุเรียนหลงลับแลที่ได้คุณภาพ. อุดรดิตถ์: สำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์.
- Finne & Grönroos. (2017). Communication-in-use: customer - integrated marketing communication. *European Journal of Marketing*. 51(3), 12.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.) Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. PP 605.
- Weitz, B. & Wensly, R. (2002). *Handbook of marketing*. London: Sage. PP 283.

ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่ง ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

Cost and Return of Candle Fabric of Professional Woman's Group
Ban Lao Neng in Khao Kho District, Phetchabun Province

นภาพลัย บุญทิม¹

Napalai Boontim¹

Corresponding author's E-mail: b_napalai2004@yahoo.com¹

(Received: March 9, 2021; Revised: June 5, 2021; Accepted: July 8, 2021)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษากรรมวิธีในการผลิตผ้าเขียนเทียน และศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่งใน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประธานกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่ง จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ค่าร้อยละ คำนวณต้นทุน รายได้ กำไรขาดทุน การวิเคราะห์อัตรากำไรต่อยอดขาย ระยะเวลาคืนทุน และการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน

ผลการวิจัย พบว่า ในการผลิตผ้าเขียนเทียนได้แบ่งวัตถุดิบ ออกเป็น 2 ชนิด คือ ผ้าใยถักขึง และผ้าฝ้าย ส่วนกระบวนการผลิตผ้าเขียนเทียน แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 วาดลวดลายบนผ้า ขั้นตอนที่ 2 การย้อมผ้า ขั้นตอนที่ 3 การลอกเทียน สำหรับต้นทุนการผลิตผ้าเขียนเทียนเฉลี่ยต่อเดือน แบ่งเป็น ผ้าใยถักขึงมีต้นทุนรวม เท่ากับ 58,465 บาท ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากค่าวัตถุดิบทางตรง เท่ากับ 48,750 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.38 ของต้นทุนทั้งหมด และต้นทุนต่อผืน เท่ากับ 3,898 บาท ส่วนผ้าฝ้ายมีต้นทุนรวม เท่ากับ 13,465 บาท ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากค่าแรงในการเขียนลวดลาย เท่ากับ 8,925 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.28 ของต้นทุนทั้งหมด และต้นทุนต่อผืน เท่ากับ 898 บาท

การวิเคราะห์ผลตอบแทนผ้าเขียนเทียน ประกอบด้วย กำไรจากการจำหน่ายผ้าเขียนเทียนต่อเดือน แบ่งเป็น ผ้าใยถักขึง เท่ากับ 2,352 บาท และผ้าฝ้าย เท่ากับ 1,510 บาท สำหรับการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย ผ้าใยถักขึง คิดเป็นร้อยละ 37.63 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 25.17 ระยะเวลาคืนทุน ผ้าฝ้าย 3 เดือน ผ้าใยถักขึง 10 เดือน และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน ผ้าใยถักขึง เท่ากับ 1.60 ผ้าฝ้าย เท่ากับ 1.34 แสดงให้เห็นว่า การผลิตและจำหน่ายผ้าเขียนเทียนนั้นมีผลตอบแทนค่อนข้างสูงและคืนทุนเร็ว ดังนั้น ผ้าเขียนเทียนถือเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนเป็นอย่างมาก

คำสำคัญ: ต้นทุน ผลตอบแทน ผ้าเขียนเทียน

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

¹ Lecturer, Accounting Program, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Abstract

The objectives of this study were to study the manufacturing process of candle fabric and to explore the cost and return of candle fabric of professional woman's group Ban Lao Neng in Khao Kho District, Phetchabun Province. This research was qualitative research. The research population was the group president and 12 members of the professional woman's group Ban Lao Neng. The research instrument was a structured interview. The statistics were used descriptive statistics, percentage, cost, income, profit and loss, profit margin, payback period, and benefit-cost ratio.

The research results were as follows: the production of candle fabric was divided into 2 types of raw materials: hemp and cotton fabrics. The manufacturing process of candle fabrics were divided into 3 steps: Step 1 drew a pattern on the fabric. Step 2 dyeing the fabric. Step 3 peeling the candle. The average cost of candle fabric production per month divided into hemp fabric has a total cost of 58,465 baht, due to direct raw materials cost 48,750 baht or 83.38% of the total cost and cost per piece 3,898 baht. The total cost of cotton was 13,465 baht, most of which was the labor cost for drawing patterns 8,925 baht or 66.28% of the total cost and cost per piece 898 baht.

Candle fabric return analysis consists of profit from candle fabric sales per month was divided into hemp fabric is 2,352 baht and cotton is 1,510 baht. Profit margin analysis of hemp fabric was 37.63% and cotton was 25.17%. Payback period of cotton 3 months and hemp fabric 10 months. The benefit-cost ratio of hemp fabric was 1.60 and cotton was 1.34, which showed that the manufacturing quick payback. Therefore, candle fabrics were products of the community that has very worth the investment.

Keywords: cost, return, candle fabric

ความเป็นมาของปัญหา

ผ้าเขียนเทียนเป็นภูมิปัญญาและศิลปะโบราณดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์ของชาววัง เป็นมรดกตกทอดมาแต่บรรพบุรุษ ตั้งแต่ยุคสงคราม ชนเผ่าได้ทำการหนีและย้ายรกรากถิ่นฐาน (สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2563) ลวดลายบนผืนผ้ามาจากธรรมชาติ เช่น ลายไม้ ลายดินไก่อ ลายกันหอย ลายดาว เป็นต้น และลายที่มีลักษณะเป็นเรขาคณิต (ปภัสรนา กอวงศ์, 2560) ผู้หญิงชาววังส่วนใหญ่มีความสามารถในการวาดลวดลายเขียนเทียนลงบนผืนผ้าที่เตรียมไว้ได้อย่างละเอียดซับซ้อน ผ่านกระบวนการจนเสร็จสิ้นเป็นผืนผ้าสำเร็จที่สวยงาม ผ้าเขียนเทียนจึงเป็นที่

รู้จักและนิยมกันอย่างแพร่หลาย (องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งแยง, 2560)

มั่ง บ้านเล่าเน้ง เป็นชุมชนขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยว อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยขนาดประชากร 800 คน เป็นชุมชนที่ได้รับการจัดตั้งมาแล้ว 16 ปี นับจากปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทั้งการปลูกข้าวไร่ กระหล่ำปลี เป็นต้น นอกจากนี้ประชากรบางส่วนประกอบอาชีพพนักงานโรงแรม รีสอร์ท (อดุลย์ ประทีปศิริ, 2562) เนื่องจากอำเภอเขาค้อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด

บ้านเล่านั่ง เป็นหมู่บ้านที่มีความเป็นวิถีสร้างตัวตน สร้างอัตลักษณ์ให้กับท้องถิ่น ด้วยการยังคงรักษาสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้มาตั้งแต่บรรพบุรุษสามารถนำมาใช้ได้จนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะการนำผ้าเขียนเทียนย้อมครามซึ่งมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมาตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกายของสตรี ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษที่นับวันกำลังจะสูญหาย ทุกวันนี้ชาวม้งบ้านเล่านั่งไม่ได้ทำผ้าเขียนเทียนเพื่อไว้ใช้ในครอบครัวเท่านั้น แต่ยังผลิตเพื่อจำหน่าย อีกทั้งได้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่งขึ้น และผ้าเขียนเทียนเป็นสินค้า OTOP ของกลุ่มด้วย ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็นผ้าผืน เพื่อนำไปตัดเย็บและตกแต่งเครื่องแต่งกาย จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่าการผลิตและจำหน่ายผ้าของกลุ่มนั้น ขาดการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรายรับ รายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าเขียนเทียน จึงไม่ได้มีการคำนวณต้นทุน อีกทั้งการกำหนดราคาขาย กลุ่มกำหนดจากปริมาณลวดลายบนผ้าประกอบกับความสวยงามและความประณีตในการทำผ้าเขียนเทียน ส่งผลให้กลุ่มไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่แท้จริง รวมทั้งราคาขายที่กำหนดขึ้นนั้นเหมาะสมกับต้นทุนที่เสียไปหรือไม่ (นุชจริย ประทีปศิริ, 2561) กลุ่มได้เล็งเห็นความสำคัญของข้อมูลบัญชีเนื่องจากต้องการข้อมูลเพื่อคำนวณต้นทุน และเป็นแนวทางในการกำหนดราคาขาย อีกทั้งส่งผลให้ทราบถึงผลการดำเนินงานของกลุ่มอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่ง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ภายใต้งานวิจัยภูมิปัญญาผ้าเขียนเทียนชาวไทยภูเขาของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่ง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ การศึกษาดังกล่าวข้างต้นก็เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนในการผลิตผ้าเขียนเทียน และ

ผลตอบแทนในการจำหน่ายผ้าเขียนเทียนเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการบริหารต้นทุนสินค้า และการกำหนดราคาขาย อีกทั้งยังช่วยในการวางแผนการผลิตสินค้าของกลุ่มในอนาคตได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษากรรมวิธีในการผลิตผ้าเขียนเทียนของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่ง ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่ง ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อดำเนินการศึกษาศักยภาพในการผลิตต้นทุน และผลตอบแทนผ้าเขียนเทียน

2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านั่ง ประกอบด้วย ประธานกลุ่มผู้ผลิตผ้าเขียนเทียน และสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 12 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured interview) ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและประวัติของกลุ่ม

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการผลิตผ้าเขียนเทียน ประกอบด้วย ประวัติ ลวดลาย วัสดุ และขั้นตอนในการทำผ้าเขียนเทียน

ส่วนที่ 3 ต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียน ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ ค่าแรง ค่าใช้จ่ายการผลิต ปริมาณผลผลิต ปริมาณขาย และราคาขาย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการทำผ้าเขียนเทียน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสาร ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าเขียนเทียน

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กับประธานกลุ่ม ผู้ผลิตผ้าเขียนเทียน และสมาชิกในกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล้าเน้ง

5. การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ในด้านข้อมูล จากแหล่งเวลา สถานที่และบุคคล ด้านทฤษฎีตรวจสอบจากการศึกษาเอกสารเพิ่มเติม และสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ และด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลตรวจสอบจากการสังเกตควบคู่กับการซักถาม และให้ทางกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล้าเน้งเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องหลังจากสรุปผลการวิจัย

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำข้อมูลมาคำนวณต้นทุนผ้าเขียนเทียน (Product costs) รายได้ (Income) กำไร (Profit) ขาดทุน (Loss) และวิเคราะห์อัตรากำไรต่อยอดขาย (Profit margin) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost ratio)

ผลการวิจัย

1. ผ้าเขียนเทียน

เป็นภูมิปัญญาของสตรีชาวเขาเผ่าม้งดำ ที่ชาวม้งในบ้านเล้าเน้ง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ. 2551 ภายใต้การนำของคุณนุชจริย์ ประทีปศิริ ประธานและผู้ก่อตั้งกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล้าเน้ง โดยรวบรวมสมาชิกสตรีชาวม้งที่มีความสามารถในการทำผ้าเขียนเทียน จัดตั้ง

กลุ่มขึ้น มีสมาชิกทั้งหมด 12 คน ส่วนสมาชิกที่ผลิตผ้าเขียนเทียนนั้นมีเพียง 5 คน ซึ่งผ้าเขียนเทียนของกลุ่มมี 2 ชนิด ได้แก่ ผ้าฝ้าย และผ้าใยกล้วย



ภาพที่ 1 ผ้าเขียนเทียน

ลวดลายที่ปรากฏอยู่บนผ้าในอดีตลวดลายส่วนใหญ่จะเป็นเส้นตรงหรือลายเฉียง ต่อมาได้มีการคิดค้นลวดลายจากสิ่งใกล้ตัวหรือธรรมชาติรอบบ้าน โดยลวดลายที่ปรากฏอยู่บนผ้าเขียนเทียนในปัจจุบันนั้นมีประมาณ 20 กว่าลาย แต่มีลายหลักๆ ที่มักจะปรากฏอยู่บนผ้าแทบทุกผืน คือ “ลายเก้าฟาง” ซึ่งเป็นลวดลายที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของผ้าเขียนเทียน



ภาพที่ 2 ลายเก้าฟาง

2. กระบวนการผลิตผ้าเขียนเทียน

ขั้นตอนที่ 1 วาดลวดลายบนผ้า โดยการนำผ้าใยกล้วยหรือผ้าฝ้ายที่เตรียมไว้วางลงบนไม้กระดาน

แล้วตีเป็นช่องสี่เหลี่ยมขนาดเท่าๆ กัน จากนั้นต้มเทียน หรือขี้ผึ้งให้ละลาย ใช้ปากกาสำหรับเขียนเทียน จุ่มเทียน ในหม้อแล้ววาดลวดลายลงบนผืนผ้าตามต้องการ จนเต็มทั้งผืน



ภาพที่ 3 การวาดลวดลาย



ภาพที่ 4 ผ้าเขียนลายด้วยเทียน

ขั้นตอนที่ 2 การย้อมผ้า ต้มน้ำครามแล้ว ตั้งทิ้งไว้ให้เย็น จากนั้นนำผ้าที่เขียนลายเสร็จแล้วลงไป จุ่มย้อมประมาณ 30 นาที จึงนำผ้าขึ้นมาผึ่งลมให้แห้ง แล้วนำกลับไปย้อมซ้ำทั้งหมด 5 รอบ โดยการย้อม แต่ละรอบต้องเติมสีใหม่ทุกรอบ

ขั้นตอนที่ 3 การลอกเทียน นำผ้าที่ผ่านการ ย้อมแล้วไปต้มลอกเทียนในน้ำเดือดประมาณ 5 นาที จากนั้นนำผ้าไปซักในน้ำสะอาดบิดให้หมาด แล้วนำไป ตากแดด

ผ้าเขียนเทียนที่ผลิตได้ในแต่ละครั้งจะได้ ประมาณ 15 ผืน ซึ่งแต่ละผืนจะมีความกว้าง 12 นิ้ว และมีความยาว 5 เมตร

3. ต้นทุนผ้าเขียนเทียน

ต้นทุนในการผลิตผ้าเขียนเทียนจะจำแนกตาม วัสดุที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ต้นทุนของผ้าผ้าย และต้นทุน ของผ้าใยกล้วยง สามารถแสดงได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 ต้นทุนผ้าเขียนเทียนชนิดผ้าผ้าย

รายการ	ต้นทุน (บาท)	ค่าร้อยละ (%)
1. ค่าวัตถุดิบ		
1.1 ผ้าผ้าย	3,750	27.85
1.2 เทียนแผ่น	300	2.23
1.3 สีย้อมครามธรรมชาติ	250	1.86
รวมค่าวัตถุดิบ	4,300	31.94
2. ค่าแรง		
2.1 ค่าเขียนลวดลาย	8,925	66.28
2.2 ค่าย้อมสีผ้า	200	1.49
รวมค่าแรง	9,125	67.77
3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต		
3.1 ถ่านสำหรับต้มเทียนและย้อม	40	0.29
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	40	0.29
ต้นทุนการผลิตรวม	13,465	100
ต้นทุนการผลิตต่อผืน	898	

จากตารางที่ 1 พบว่า ต้นทุนการผลิตรวมโดย เฉลี่ยสำหรับผ้าผ้าย 15 ผืน เป็นเงินทั้งสิ้น 13,465 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนค่าวัตถุดิบ 4,300 บาท คิดเป็น ร้อยละ 31.94 ได้แก่ ผ้าผ้าย 3,750 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.85 เทียนแผ่น 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.23 สีย้อม ครามธรรมชาติ 250 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.86 ต้นทุน ค่าแรง 9,125 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.77 ได้แก่ ค่าเขียน ลวดลาย 8,925 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.28 ค่าย้อมสีผ้า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.49 และค่าใช้จ่ายในการผลิต

ได้แก่ ค่าถ่านสำหรับต้มเทียนและย้อม 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.29 เมื่อคิดต้นทุนการผลิตต่อผืน เท่ากับ 898 บาท

ตารางที่ 2 ต้นทุนผ้าเขียนเทียนชนิดผ้าใยกล้วย

รายการ	ต้นทุน (บาท)	ค่าร้อยละ (%)
1. ค่าวัตถุดิบ		
1.1 ผ้าใยกล้วย	48,750	83.38
1.2 เทียนแผ่น	300	0.51
1.3 สีย้อมครามธรรมชาติ	250	0.43
รวมค่าวัตถุดิบ	49,300	84.32
2. ค่าแรง		
2.1 ค่าเขียนลวดลาย	8,925	15.27
2.2 ค่าย้อมสีผ้า	200	0.34
รวมค่าแรง	9,125	15.61
3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต		
3.1 ถ่านสำหรับต้มเทียนและย้อม	40	0.07
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	40	0.07
ต้นทุนการผลิตรวม	58,465	100
ต้นทุนการผลิตต่อผืน	3,898	

จากตารางที่ 2 พบว่า ต้นทุนการผลิตรวมโดยเฉลี่ยสำหรับผ้าใยกล้วย 15 ผืน เป็นเงินทั้งสิ้น 58,465 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนค่าวัตถุดิบ 49,300 บาท คิดเป็นร้อยละ 84.32 ได้แก่ ผ้าใยกล้วย 48,750 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.38 เทียนแผ่น 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.51 สีย้อมครามธรรมชาติ 250 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.43 ต้นทุนค่าแรง 9,125 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.61 ได้แก่ ค่าเขียนลวดลาย 8,925 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.27 ค่าย้อมสีผ้า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.34 และค่าใช้จ่ายในการผลิต ได้แก่ ค่าถ่านสำหรับต้มเทียนและย้อม 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.07 เมื่อคิดต้นทุนการผลิตต่อผืน เท่ากับ 3,898 บาท

4. ผลตอบแทนการจำหน่ายผ้าเขียนเทียน

ผลตอบแทนการจำหน่ายผ้าเขียนเทียนต่อเดือนจำแนกตามวัสดุที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ผลตอบแทนผ้าฝ้าย (ปริมาณขาย 5 ผืน ราคาขายผืนละ 1,200 บาท) และผ้าใยกล้วย (ปริมาณขาย 1 ผืน ราคาขายผืนละ 6,250 บาท) สามารถแสดงได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 3 ผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนเฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทผ้า	ยอดขาย (บาท)	ต้นทุน (บาท)	กำไร (ขาดทุน)
1. ผ้าฝ้าย	6,000	4,490	1,510
2. ผ้าใยกล้วย	6,250	3,898	2,352
รวม	12,250	8,388	3,862

จากตารางที่ 3 พบว่า กำไรจากการจำหน่ายผ้าเขียนเทียนรวมเฉลี่ยต่อเดือน 3,862 บาท แบ่งเป็นกำไรจากผ้าฝ้าย 1,510 บาท เมื่อคิดกำไรต่อผืน เท่ากับ 302 บาท และกำไรจากผ้าใยกล้วย 2,352 บาท

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ผลตอบแทนผ้าเขียนเทียน

ประเภทผ้า	อัตรา กำไรต่อ ยอดขาย (%)	ระยะ เวลา คืนทุน	อัตราส่วน ผลตอบแทน ต่อต้นทุน
1. ผ้าฝ้าย	25.17	3 เดือน	1.34
2. ผ้าใยกล้วย	37.63	10 เดือน	1.60
รวม	32.52	6 เดือน	1.48

จากตารางที่ 4 พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย ผ้าใยกล้วย คิดเป็นร้อยละ 37.63 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 25.17 ระยะเวลาคืนทุน ผ้าฝ้าย 3 เดือน ผ้าใยกล้วย 10 เดือน และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน ผ้าใยกล้วย เท่ากับ 1.60 ผ้าฝ้าย เท่ากับ 1.34

อภิปรายผล

1. ต้นทุนการผลิตผ้าเขียนเทียนประเภท ผ้าใยกล้วย ส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ โดยเฉพาะค่า ผ้าใยกล้วย คิดเป็นร้อยละ 83.38 เป็นต้นทุนสูงที่สุดใน การผลิตผ้าเขียนเทียน ซึ่งสอดคล้องกับ แก้วมณี อุทิมรัมย์ และคณะ (2560) ที่ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและ ผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ต้นทุนที่สูงที่สุดในการทอผ้า คือ ค่าวัตถุดิบ โดยเฉพาะวัตถุดิบ (ผ้าไหม) ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง ส่วนผ้าใยกล้วยที่ใช้ในการผลิต ผ้าเขียนเทียนมีราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากขั้นตอนในการทอค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อน และใช้เวลาค่อนข้างนาน โดยเริ่มจากนำต้นกล้วยมาฉีกเป็นเส้น จากนั้นตำให้ نرم แล้วมัดต่อกันเป็นเส้นยาว แขน้ำขี้เถ้าเพื่อฟอกให้ขาว ก่อนนำไปทอเป็นผืนผ้า (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2564) และผ้าใยกล้วยส่วนใหญ่จำหน่ายเฉพาะกลุ่ม ชาววังเท่านั้น เมื่อต้นทุนค่าวัตถุดิบสูง กลุ่มอาชีพสตรี บ้านเล่านั่งจึงกำหนดราคาขายผ้าเขียนเทียนประเภท ใยกล้วยสูงขึ้นไปตาม ส่งผลให้ปริมาณขายลดลงอย่างมาก ดังนั้น ทางกลุ่มจึงเน้นจำหน่ายผ้าฝ้ายมากขึ้นถึงจะ ได้ผลตอบแทนน้อยกว่าแต่ทางกลุ่มสามารถขายผ้าได้ รวดเร็วขึ้น ปริมาณขายเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังใช้ระยะเวลา คืนทุนเพียง 3 เดือน

2. สถานการณ์ทางเศรษฐกิจปัจจุบัน ต้นทุน การผลิตผ้าเขียนเทียนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้อง ปรับราคาขายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับทศพร ไชยประคอง และปฐมชัย กรเลิศ (2561) ได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายทอมือ: กรณีศึกษาหมู่บ้านอาบช้าง ตำบล สบเตี้ยะ อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ต้นทุน ผลิตภัณฑ์ที่สูง มีผลทำให้การกำหนดราคาขายสูงตาม ไปด้วยนั้น ส่งผลต่อยอดขายลดลง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ มีราคาแพง ลูกค้าที่มีอำนาจซื้อเฉพาะกลุ่ม อีกทั้งยังเป็น

ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การสวมใส่ในบางโอกาสตามยุคสมัย ที่เปลี่ยนไป จากเหตุผลดังกล่าวทางกลุ่มไม่ต้องการที่จะ เพิ่มราคาขาย จึงร่วมกันหาแนวทางในการลดต้นทุน โดย

2.1 การวางแผนการผลิตในแต่ละรอบด้วยการคำนวณวัตถุดิบ ได้แก่ ผ้าฝ้าย/ผ้าใยกล้วย ที่ต้องใช้ ในแต่ละรอบ แล้วจึงทำการสั่งซื้อ กล่าวคือ ทางกลุ่มจะ ทำการสั่งซื้อในปริมาณมากเพื่อให้ราคาส่ง และลด จำนวนการสั่งซื้อลง เพื่อลดค่าขนส่ง

2.2 มีการกำหนดลดราคาขายบนผืนผ้า ว่าจะใช้ ลดลดอะไรบ้าง จำนวนกี่ลาย เพื่อควบคุมค่าแรงในการวาดลดราคา เนื่องจากผ้าที่มีลดราคามากเกินไป ส่งผลให้ต้นทุนสูง ราคาขายสูง ลูกค้าไม่มีกำลังซื้อ ทำให้ขายไม่ได้

2.3 ทางกลุ่มได้ใช้ภูมิปัญญาในการนำเทียน ที่ต้มแล้วกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อช่วยลดต้นทุนในการซื้อ เทียนได้

3. กำไรจากการจำหน่ายผ้าเขียนเทียน พบว่า ผ้าใยกล้วยสูงกว่าผ้าฝ้าย เนื่องจากทางกลุ่มกำหนด ราคาขายไว้ค่อนข้างสูง แม้ผลตอบแทนสูงแต่ปริมาณ ขายและระยะเวลาคืนทุนจะต่ำกว่าผ้าฝ้าย เนื่องจาก ลูกค้าไม่ซื้อสินค้าที่มีราคาสูง ดังนั้น ทางกลุ่มควรใช้ ข้อมูลต้นทุนเพื่อกำหนดราคาขายด้วยวิธีอัตราส่วน เพิ่ม (Markup percentage) (ศศิวิมล มีอำพล, 2558) โดยต้องคำนึงด้วยว่าส่วนเพิ่มสามารถชดเชยต้นทุน ที่เกี่ยวข้องกับการขายและบริหาร ซึ่งจะช่วยให้การ กำหนดราคาสินค้าเป็นไปอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ กำลังซื้อของลูกค้า ซึ่งส่งผลให้ปริมาณการขายเพิ่มมากขึ้น

4. การวิเคราะห์ผลตอบแทนต่อต้นทุนผ้า เขียนเทียนโดยรวม มีค่า 1.48 ประกอบด้วย ผ้าใย กล้วยมีค่า 1.60 และผ้าฝ้าย 1.34 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ผ้าเขียนเทียนของกลุ่มอาชีพสตรี บ้านเล่านั่ง เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญา

ชาวม้งที่คุ้มค่าต่อการลงทุน สอดคล้องกับ ปิยะนุช เทือกเทพ และวรรณุช นิลเขต (2560) ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจผ้าไหม บ้านหนองช้าง อำเภอสามชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ความเป็นไปได้ในทางเศรษฐศาสตร์ของการลงทุนธุรกิจผ้าไหม โดยการวิเคราะห์อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนมากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจผ้าของชุมชนมีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สำหรับผ้าเขียนเทียนของชาวม้งนั้นมีลวดลายที่ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกและชุมชนบ้านเล่านึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ อินทรา ศิลปจารย์, จริตญา สันธิธินาวาณ, น้ำอ้อย จันทะนาม, แพรววิภา นิลแก้ว และสุภาภรณ์ แสนทนต์ (2560) ที่ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และสืบทอดผ้าเขียนเทียนของชาวไทยเผ่าม้งในจังหวัดเชียงราย พบว่า หากกลุ่มผ้าเขียนเทียนมีศักยภาพในการผลิตเพื่อจำหน่ายตามความต้องการของตลาดได้ หากตลาดรองรับ ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการส่งผลดีในเรื่องการอนุรักษ์และการสืบทอดผ้าเขียนเทียนให้คงอยู่ ควบคู่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นในชุมชน เพื่อความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชาวม้ง รวมทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยส่วนรวม

สรุปผลการวิจัย

1. ผ้าเขียนเทียนเป็นภูมิปัญญาของสตรีชาวเขาเผ่าม้งดำกายได้การนำของคณนุชจริย์ ประทีปศิริ ประธาน และผู้ก่อตั้งกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านึ่ง ผ้าเขียนเทียนของกลุ่มมี 2 ชนิด ได้แก่ ผ้าฝ้าย และผ้าใยกล้วย ลวดลายที่ปรากฏอยู่บนผ้ามีประมาณ 20 กว่าลาย แต่มีลายหลักๆ ที่มักจะปรากฏอยู่บนผ้าแทบทุกผืน คือ “ลายเกี้ยว” ซึ่งเป็นลวดลายที่ถือเป็น

เอกลักษณ์ กระบวนการผลิตผ้าเขียนเทียน เริ่มตั้งแต่วาดลวดลายบนผ้า การย้อมผ้า และการลอกเทียน ผ้าเขียนเทียนที่ผลิตได้ในแต่ละครั้งจะได้ประมาณ 15 ผืน ซึ่งแต่ละผืนจะมีความกว้าง 12 นิ้ว และมีความยาว 5 เมตร

2. ต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยรวมผ้าใยกล้วยเท่ากับ 58,465 บาท ต้นทุนต่อผืน เท่ากับ 3,898 บาท ต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากวัตถุดิบซึ่งก็คือผ้าใยกล้วย ส่วนต้นทุนเฉลี่ยรวมผ้าฝ้าย เท่ากับ 13,465 บาท ต้นทุนต่อผืน เท่ากับ 898 บาท ต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากค่าแรงในการเขียนลวดลาย

3. กำไรจากการจำหน่ายผ้าเขียนเทียนรวมเฉลี่ยต่อเดือน เท่ากับ 3,862 บาท ประกอบด้วย กำไรจากผ้าฝ้าย เท่ากับ 1,510 บาท และกำไรจากผ้าใยกล้วย เท่ากับ 2,352 บาท

4. การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย ผ้าใยกล้วย ร้อยละ 37.63 ผ้าฝ้าย ร้อยละ 25.17 ระยะเวลาคืนทุน ผ้าฝ้าย 3 เดือน ผ้าใยกล้วย 10 เดือน และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน ผ้าใยกล้วย เท่ากับ 1.60 ผ้าฝ้าย เท่ากับ 1.34

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านึ่งควรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย, รายงานการขาย และรายงานการผลิต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดราคาขาย วางแผนการผลิต เพื่อให้มีผ้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้าทั้งขายปลีกในจังหวัดเพชรบูรณ์ และการนำสินค้าไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางกลุ่มไปออกร้าน อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการลดต้นทุนในการผลิตผ้าเขียนเทียนด้วย

2. กลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล่านึ่งสามารถนำข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนผ้าเขียนเทียนไปใช้เป็นแนวทางในการลดต้นทุนการผลิต เช่น กลุ่มควรวางแหล่ง

วัตถุดิบที่มีราคาถูก สร้างเครือข่ายในการสั่งซื้อ และใช้วิธีการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด (Economic Order Quantity: EOQ) เพื่อลดต้นทุนทางด้านวัตถุดิบ ช่วยให้การจัดจำหน่ายผ้าเขียนเทียนมีกำไรเพิ่มขึ้นได้

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาส่งเสริมภูมิปัญญาการทำผ้าเขียนเทียนของกลุ่มทั้งในด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านบัญชีการเงิน และด้านการตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผ้าชนิดอื่นๆ ของชาวไทยภูเขา
2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าเขียนเทียน

เอกสารอ้างอิง

- แก้วมณี อุทัยมัย และคณะ. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 12(2), 116-124.
- ทศพล ไชยประคอง, และปฐมชัย กรเลิศ. (2561). การศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ: กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองอาบช้าง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 28(1), 71-83.
- ปภัสรา กองวงศ์. (2560, 18 กันยายน). *ผ้าเขียนเทียนบาติกแห่ง “บ้านม้งดอยบุญ”*. สืบค้นจาก http://www.khaosod.co.th/lifestyle/new_514257.

- ปิยะนุช เทือกเทพ และวรรณช นิลเขต. (2560). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจผ้าไหม บ้านหนองช้าง อำเภอสามชัย จังหวัดกาฬสินธุ์. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. (น.1129-1134). การประชุมวิชาการ ประจำปี 2560. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ศศิวิมล มีอำพล. (2558). *การบัญชีเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2564, 7 มกราคม). *ผ้าเขียนเทียนสีธรรมชาติอิตาลีกับวิถีเผ่าม้ง*. สืบค้นจาก <http://social.nia.or.th/2021/open0021/>.
- อินทิรา ศิลปาจารย์, จริญญา สันฐิธิธนาวัฒน์, น้ำอ้อย จันทะนาม, แพรววิภา นิลแก้ว และสุภาภรณ์ แสนทนต์. (2560). *โครงการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และสืบทอดผ้าเขียนเทียนของชาวไทยเผ่าม้ง ในจังหวัดเชียงราย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.
- องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งแยง. (2560, 16 มิถุนายน). *ผ้าเขียนเทียนศิลปะของชนเผ่าม้ง*. สืบค้นจาก <http://www.pongyeantavel.com/Article.php?id=126>.
- ผู้ให้สัมภาษณ์**
- นุชจรรย์ ประทีปศิริ. (2561, 5 กันยายน). ประธานกลุ่มอาชีพสตรีบ้านเล้าแน่น ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. [สัมภาษณ์].
- อดุลย์ ประทีปศิริ. (2562, 27 กรกฎาคม). อดีตผู้ใหญ่บ้านบ้านเล้าแน่น ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. [สัมภาษณ์].

ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนจังหวัดจันทบุรี

The Impact of Tourism Development on Residents' Community Life
in Chanthaburi Province, Thailandจิตรลดา ปิ่นทอง¹Chitlada Pinthong¹

Corresponding author's E-mail: chitlada@go.buu.ac.th

(Received: February 19, 2021; Revised: April 19, 2021; Accepted: June 23, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของวิถีชีวิตคนในชุมชนจังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 3 ชุมชนที่มีชื่อเสียงและความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ได้แก่ ชุมชนหมู่บ้านไร่แผ่นดิน ชุมชนขนมแปลก และชุมชนบ้านเกาะจิก จังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและองค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่า องค์ประกอบของผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการเมือง และเมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปรากฏว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยองค์ประกอบทุกตัวมีความสอดคล้องกลมกลืนในระดับดี โดยมีค่าดัชนี $\chi^2/df = 2.08$, TLI = 0.90, CFI = 0.92, NNFI = 0.90 และ RMSEA = 0.07 นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมืองเกิดผลกระทบเชิงบวก ส่วนผลกระทบด้านสังคม และผลกระทบสิ่งแวดล้อม พบว่ามีผลกระทบเชิงลบกับคนในชุมชนของการพัฒนาการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ผลกระทบของการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว วิถีชีวิตคนในชุมชน

Abstract

The purpose of the research was to analyze the exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) of the impacts of tourism development on residents' community life in Chantaburi province. This research was a quantitative research using questionnaires to conduct the data from 400 residents who live in 3 communities (Landless village, Nong Bua Thai Dessert Market and Koh Jik village). Purposive sampling was utilized in this study. EFA and CFA were analyzed and verified the factor structure of a set of observed variables. The results revealed that the components of the impact of tourism development in communities were economic impacts, cultural impacts, social impacts, environmental impacts and political impacts. The model in accordance was fit with the empirical data with $\chi^2/df = 2.08$, TLI = 0.90, CFI = 0.92, NNFI = 0.90 และ RMSEA = 0.07. In addition, economic, cultural

¹ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

¹ Lecturer, Department of Tourism and Hotel Management, Faculty of Management and Tourism, Burapha University

and political aspects of tourism development in communities generated the positive impacts while social and environmental aspects provided the negative impacts to local people life.

Keywords: tourism impact, tourism development, community life

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของหลายๆ ประเทศ ซึ่งรวมทั้งประเทศไทย การท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศ นอกจากนี้ประเทศไทยนั้นยังเป็นหนึ่งในหลายๆ ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญ จึงวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองและการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ในฐานะที่เป็นเจ้าของทรัพยากร (กรมการท่องเที่ยว, 2560) พร้อมทั้งส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีท้องถิ่นไทยและความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อการกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศและให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งในปัจจุบันพบว่าการรูปแบบการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน บริหารจัดการ กำหนดทิศทางการพัฒนา รับและแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นที่จะสร้างความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านในชุมชนและนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี สังคม และวิถีชีวิตของคนในชุมชนร่วมกัน เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น อย่างไรก็ตามจากข้อมูลงานวิจัยของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ผ่านมา การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สร้างผลกระทบทางบวกเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ยังสร้างผลกระทบทางลบให้แก่คนในชุมชนอีกด้วย เช่น เกิดการเปลี่ยนมือการถือครองที่ดินจากคนในชุมชนไปสู่นายทุนภายนอก เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจน ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด ปัญหาขยะ มลพิษทางอากาศและทางเสียง และมีเพียงบุคคลบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว (นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์, 2562) สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนในชุมชนเกิดความเปลี่ยนแปลงและอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความประทับใจและไม่อยากกลับมาท่องเที่ยวอีก

จันทบุรีเป็นหนึ่งในเมืองรองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่สวยงามทั้งทะเล ภูเขา น้ำตก และมีประวัติศาสตร์ โบราณสถานที่ยาวนาน เป็นจังหวัด

ที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งอุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยว มีสภาพภูมิประเทศที่ประกอบไปด้วย ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ และชายฝั่งทะเล มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดระยอง ชลบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา สระแก้ว และมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านคือ กัมพูชา นอกจากนี้เป็นจังหวัดที่มีชุมชนที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์ความโดดเด่นทางด้านประเพณี วัฒนธรรม อาหาร ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ชุมชนชนมแปลงริมคลองหนองบัว เป็นชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 100 ปี ที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเก่า ซึ่งเมื่อก่อนชาวบ้านประกอบอาชีพทำพลอยและประมงพื้นบ้าน แต่รายได้ไม่ดี คนในชุมชนจึงรวมตัวจัดตลาดขึ้น โดยนำขนมและอาหารต่างๆ เช่น ตะไล่ ดังก้วย สลวน้อย ร้อยงา ลำเต็ญ ขนมควยลิง ขนมติดคอ เป็นต้น มาขายให้กับนักท่องเที่ยว จนกลายเป็นชุมชนชนมแปลงแหล่งท่องเที่ยวอีกหนึ่งแห่งที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี 2) ชุมชนหมู่บ้านไร่แผ่นดิน เป็นอีกหนึ่งในชุมชนที่มีความเป็นมายาวนานกว่า 135 ปี ที่ยังคงดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตทางธรรมชาติ ชาวบ้านในชุมชนยังคงประกอบอาชีพประมงท้องถิ่น และการแปรรูปสัตว์น้ำ บ้านเรือนทั้งหมดตั้งอยู่ในเขตลุ่มแม่น้ำเวฬุ ซึ่งไม่ได้อยู่บนแผ่นดิน มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนคือ ไปมาหาสู่กันด้วยเรือยนต์ ใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก เพราะไม่มีเส้นทางสัญจรด้วยรถยนต์ รวมทั้งมีธรรมชาติที่ยังคงอุดมสมบูรณ์เต็มไปด้วยป่าโกงกาง สัตว์อนุรักษ์ อย่างเหยี่ยวแดง และสัตว์ทะเล เป็นต้น และ 3) ชุมชนบ้านเกาะจิก ตำบลบางชัน เป็นหมู่บ้านชาวประมงที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานมายาวนาน ตั้งแต่ พ.ศ. 2450 เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตและความเชื่อที่โดดเด่น ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 700 ไร่ ไม่มีรถยนต์และมอเตอร์ไซด์ ใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก เป็นชุมชนที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์เป็นแหล่งพลังงานหลักเพื่อผลิตพลังงาน

ไฟฟ้า และเป็นหมู่บ้านแห่งการอนุรักษ์พลังงานและลดภาวะโลกร้อน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547

นอกจากนี้รัฐบาลพยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศ และจังหวัดจันทบุรีมีการนำนโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองไปปฏิบัติ โดยแต่ละชุมชนพยายามที่จะชูอัตลักษณ์ของตนเอง รวมทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่แตกต่างกัน เพื่อยกระดับรายได้ของรากฐานชุมชนให้เข้มแข็ง และผลักดันให้ชาวบ้านในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน อย่างไรก็ตามในปัจจุบันชุมชนในจังหวัดจันทบุรี มีการขยายตัวของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ในพื้นที่อย่างรวดเร็ว เช่น มีการบริหารจัดการโฮมสเตย์ โดยปรับบ้านหรือที่อยู่อาศัยมาดัดแปลงเป็นที่พักให้บริการนักท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายในการให้บริการ เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อในด้านดีและด้านลบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้ นอกจากนี้งานวิจัยที่ผ่านมาการศึกษาผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมบ้าง แต่การศึกษาด้านผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อคนในพื้นที่ยังมีไม่มากนัก ซึ่งการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ทราบว่าคนในชุมชนได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตด้านใดและ

อย่างไรบ้าง เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและบริหารจัดการชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของวิถีชีวิตคนในชุมชน จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อยืนยันองค์ประกอบที่เหมาะสมของผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของวิถีชีวิตคนในชุมชน จังหวัดจันทบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน จังหวัดจันทบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม (Questionnaire)

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในชุมชนที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ละชุมชนมีชื่อเสียงมีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองและศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการวิจัยครั้งนี้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 พื้นที่ ดังนี้
 - 1) ประชาชนในชุมชนหมู่บ้านไร่แผ่นดิน ตำบลบางชัน อำเภอลอง จังหวัดจันทบุรี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,159 คน
 - 2) ประชาชนในชุมชนบ้านเกาะจิก ตำบลบางชัน อำเภอลอง จังหวัดจันทบุรี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 485 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน, 2563) และ
 - 3) ประชาชนในตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 2,413 คน (เทศบาลตำบลหนองบัว, 2563) รวมทั้งสิ้น 4,057 คน
- โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มประชากรด้วยการใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 364 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาจากทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามแบบคำถามปลายปิด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นผลกระทบของการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ชุมชน ทั้ง 5 ด้าน คือด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมือง และคำตอบใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (จาก 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด) ด้วยค่า Likert Scale โดยประยุกต์ใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยของ ชูศรี วงศ์รัตน์ (2553) ดังนี้ 4.50–5.00 แปลว่ามากที่สุด 3.50–4.49 แปลว่า มาก 2.50–3.49 แปลว่า ปานกลาง 1.50–2.49 แปลว่า น้อย 1.00–1.49 แปลว่า น้อยที่สุดโดยสามารถสร้างข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 49 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือตรวจสอบความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา (Content validity) โดยนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชน รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัย

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 50 ตัวอย่าง โดยกำหนดให้แบบทดสอบที่มีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงเป็นความน่าเชื่อถือที่ยอมรับได้ (Field, 2007) ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือ

ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.87 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับ 1 จึงถือว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 24.0 และ AMOS Version 22.0 ในการวิเคราะห์ สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้วิจัยนำมาใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการใช้สถิติการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ (Percentage) การหาค่าความถี่ (Frequency) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบตัวแปรผลและองค์ประกอบผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนจังหวัดจันทบุรี ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

จากการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ตัวอย่างในการศึกษาค้างครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยพบว่าประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 และเป็นเพศชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 มีอายุอยู่ระหว่าง 51- 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาอยู่ระหว่าง 41- 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.80 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 71.80 รองลงมาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.30 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมา 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.80 ในครอบครัวส่วนใหญ่มีสมาชิกจำนวน

3 คน โดยเฉลี่ยประกอบอาชีพประมงเป็นส่วนใหญ่จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

2. ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 49 ตัวแปร ได้แบ่งผลกระทบออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา อันได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว	Mean	S.D.
1. ก่อให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น	3.25	1.144
2. ทำให้ธุรกิจภายในชุมชนขยายตัวมากขึ้น	3.16	1.135
3. ทำให้การผลิตสินค้าภายในชุมชนเพิ่มขึ้น	3.22	1.140
4. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชน	3.15	1.126
5. ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.23	1.104
6. ทำให้คนในชุมชนมีรายได้พอสมควร	2.68	1.125
7. ทำให้ค่าครองชีพของคนในชุมชนสูงขึ้น	2.60	1.239
8. เกิดการลงทุนจากนักลงทุนต่างถิ่นมากขึ้น	2.64	1.125
9. ทำให้มูลค่าของทรัพย์สินสูงขึ้น	2.81	1.154
10. เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากคนนอกพื้นที่	3.20	1.213
11. เป็นแรงผลักดันทำให้เกิดการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ในพื้นที่	3.39	1.012
12. ทำให้บริการสาธารณะสุขมีมาตรฐานดีขึ้น	3.42	1.128
13. เกิดการยกระดับสถาบันการศึกษาในพื้นที่	2.89	1.025
14. เกิดอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้น	4.31	1.010
15. ปัญหาคูหาเหตุในพื้นที่สาธารณะมากขึ้น	4.31	0.980
16. ชุมชนต้องปรับปรุงระบบการรักษาความปลอดภัยภายในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	2.25	1.247
17. เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชน	3.58	1.064
18. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชนชั้นทางสังคมภายในชุมชนมากขึ้น	3.71	1.094
19. ทำให้คนในชุมชนกลายเป็นคนหลงงมงายต่างถิ่นมากขึ้น	4.22	1.006
20. เกิดการเปลี่ยนแปลงการถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินเพิ่มขึ้น	3.86	1.036

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว	Mean	S.D.
21. เกิดการเปลี่ยนแปลงของขนาดครอบครัว	3.89	1.056
22. ความโอบอ้อมอารีของคนในชุมชนลดลง	4.19	0.977
23. ความเคารพซึ่งกันและกันของคนในชุมชนลดลง	4.08	1.047
24. เกิดแก่งแย่งแข่งขันระหว่างคนในชุมชนมากขึ้น	3.97	1.082
25. เกิดการพินทุประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่น	3.17	1.128
26. ก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.32	1.130
27. ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญา	3.31	1.143
28. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการกินของคนในท้องถิ่น	3.62	1.118
29. คนในชุมชนไม่กล้าพูดภาษากันมากขึ้น	4.17	0.970
30. ทำให้การเล่นท้องถิ่นมีคุณค่าลดลง	4.09	0.976
31. เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว	2.79	1.161
32. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตระหว่างศาสนา	2.10	1.073
33. เกิดการเพิ่มขึ้นของสถาบันธรรมะแปลกใหม่	3.66	1.168
34. ทำให้คนในชุมชนเล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรทางธรรมชาติมากขึ้น	3.85	1.081
35. เกิดการบุกรุกป่ามากขึ้น	3.65	1.211
36. ทำให้ป่าเสื่อมโทรม	3.72	1.246
37. ก่อให้เกิดมลภาวะทางอากาศมากขึ้น	3.82	1.208
38. ก่อให้เกิดมลภาวะทางน้ำมากขึ้น	3.25	1.458
39. ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียงมากขึ้น	3.61	1.225
40. เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะภูมิประเทศในพื้นที่	3.57	1.195
41. ทำให้เกิดขยะมูลฝอยมากขึ้น	2.93	1.525
42. ช่วยเสริมสร้างความสามัคคีแก่คนในชุมชน	3.60	1.119
43. เกิดความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันของคนในชุมชน	3.30	1.008
44. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาพื้นที่มากขึ้น	3.01	1.056
45. ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยวระหว่างกันภายในชุมชน	2.82	1.037
46. ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยวภายนอกพื้นที่	2.46	1.042
47. การรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการแบ่งปันผลประโยชน์เฉพาะสมาชิกในเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยว	3.24	1.003

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว	Mean	S.D.
48. การรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยวทำให้การแบ่งปันผลประโยชน์ภายในชุมชนไม่ทั่วถึง	3.20	1.152
49. คนในชุมชนยอมรับกฎเกณฑ์ทางสังคมมากขึ้น	3.34	1.133

จากตารางที่ 1 พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.29) โดยตัวแปร 14 'การท่องเที่ยวก่อให้เกิดอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้น' และตัวแปร 15 'การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาอุบัติเหตุในพื้นที่สาธารณะมากขึ้น' มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 1.01) และ ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ พบว่า ผลกระทบอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ตัวแปร 32 'เกิดการแลกเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตระหว่างศาสนา' มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 2.10$, S.D. = 1.07) ซึ่งพบว่าผลกระทบอยู่ในระดับน้อย

3. การวิเคราะห์ความคิดเห็นของคนในชุมชนเกี่ยวกับผลกระทบที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ซึ่งผลการวิจัยเป็นดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)

ตารางที่ 2 ค่า KMO and Bartlett's Test ของตัวแปรการรับรู้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.85
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6239.83
	df	300
	Sig.	0.000

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบความเหมาะสมของชุดตัวแปรที่ทำการศึกษา โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.85 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1.00 และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่าไคแอสควร์เท่ากับ 6239.83 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .00 แสดงว่าตัวแปรชุดนี้มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ตามเกณฑ์ของ Kim & Mueller (1978)

การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (PCA) โดยพิจารณาองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่าหรือเท่ากับ 1 พบว่าผลการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน จังหวัดจันทบุรี 5 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกน (Eigenvalue) อยู่ระหว่าง 1.05–6.80 ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of Variance) อยู่ระหว่าง 4.21-27.21 และร้อยละค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative % of Variance) เท่ากับ 60.05 ประกอบไปด้วยตัวแปร มีจำนวน 24 ตัวแปรสังเกตได้ โดยเรียงลำดับน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) จากมากไปน้อย ส่วนตัวแปรอีก 25 ตัวแปรถูกตัดออกเนื่องจากมีค่า initial ต่ำ ซึ่งมีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) น้อยกว่า 0.5 (Byrne, 2001) องค์ประกอบที่ 1 ด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.60-0.85 องค์ประกอบที่ 2 ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.79-0.96 องค์ประกอบที่ 3 ด้านสังคม ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.60-0.80 องค์ประกอบที่ 4 ด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.68-0.89 และองค์ประกอบที่ 5 ด้านการเมือง ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

ระหว่าง 0.52-0.81 ค่าความเที่ยงของตัวแปร (Composite Reliability: CR) มีค่าตั้งแต่ 0.74 – 0.91

3.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่า สัดส่วนค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 718.61 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2.98 ผ่านเกณฑ์คือ มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ค่าดัชนี TLI มีค่าเท่ากับ 0.91 ค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 0.92 ค่าดัชนี NNFI มีค่าเท่ากับ 0.90 ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 และค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ .07 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ (p-value) ระดับ .00 ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องทุกตัวผ่านเกณฑ์พิจารณา จึงแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบแต่ละด้านของผลกระทบที่ได้รับการท่องเที่ยวชุมชนสอดคล้องและกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถให้การยอมรับได้ (Hair, Black, Babin & Aderson, 2010)

อภิปรายผล

จากการศึกษาและการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบของผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน จังหวัดจันทบุรี พบว่าองค์ประกอบผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการเมือง โดยผลกระทบการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมืองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ในขณะที่ผลกระทบการท่องเที่ยวด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nunkoo & Smith (2013) กล่าวว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของชุมชน ทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ประชาชนมีมาตรฐานการดำเนินชีวิตที่สูงขึ้น สาธารณูปโภคได้รับการพัฒนา สร้างความเจริญให้แก่พื้นที่เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม และอื่นๆ ได้เช่นกัน ยิ่งการท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวมากเท่าใดย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบอย่างมากมาย

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจากการสกัดตัวแปรจะได้กลุ่มตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบนี้ 6 ตัวแปร คือ การท่องเที่ยวในชุมชนทำให้อุตสาหกรรมภายในชุมชนขยายตัวมากขึ้น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน ทำให้การผลิตสินค้าภายในชุมชนเพิ่มขึ้น ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น และทำให้คนในชุมชนมีรายได้อย่างสม่ำเสมอ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pusiran & Xiao (2013) เรื่องการพัฒนาที่พิกแบบโฮมสเตย์ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประเทศมาเลเซีย การได้รายได้เสริมและการจ้างงานภายในชุมชนที่เพิ่มขึ้น กลายเป็นแรงจูงใจให้ผู้คนในชุมชนเข้าร่วมพัฒนาที่พิกแบบโฮมสเตย์ และยังช่วยเสริมสร้างความรู้สึกรักความเป็นเจ้าของและความภูมิใจให้คนในชุมชนอีกด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวในชุมชน ก่อให้เกิดการไหลเวียนของเศรษฐกิจ เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพและกระจายรายได้ซึ่งส่งผลให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สร้างอาชีพและการจ้างงานแก่ชุมชนท้องถิ่น เพราะธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานมาก จึงเปิดโอกาสให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว นับเป็นการสร้างอาชีพและการจ้างงานให้แก่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น (Kim, Uysal & Sirgy, 2013) อย่างไรก็ตามรักษาพล เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และ อุทัยวรรณ ศรีวิชัย (2563) กล่าวว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีทั้งผลกระทบด้านบวกและด้านลบ ชุมชนควรมีแนวทางใน

การพัฒนาและติดตามผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นรวมถึงกำหนดมาตรการบริหารจัดการที่ลดความขัดแย้งในชุมชน การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชนเนื่องจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจการผลิตของชุมชนแต่ดั้งเดิมจะเป็นเศรษฐกิจการเกษตร เมื่อมีนักท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน

ผลกระทบด้านวัฒนธรรม ซึ่งจากการสกัดตัวแปรจะได้กลุ่มตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบนี้ 3 ตัวแปร คือ การท่องเที่ยวชุมชนก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การอนุรักษ์ภูมิปัญญา และการฟื้นฟูประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชประวีร์ ลิขิตศรีธัญ (2562) ผลกระทบทางวัฒนธรรมชุมชนเกิดผลกระทบด้านวัฒนธรรมทางบวก โดยคนในชุมชนมีการสืบสานฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง รวมทั้งให้ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชน การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นเป็นทรัพยากรท่องเที่ยว และสามารถให้ผลตอบแทนเป็นรายได้ ทำให้คนในชุมชนเข้าใจและยอมรับในคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมของชุมชน เกิดความรัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจของวัฒนธรรมของตนเอง การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึที่ดีต่อกันระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้รายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวยังนำมาพัฒนาอาคารเก่าที่มีคุณค่าภายในชุมชนและพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ (García, Vázquez, & Macías, 2015)

ผลกระทบทางด้านสังคม ซึ่งจากการสกัดตัวแปรจะได้กลุ่มตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบนี้

6 ตัวแปร คือ การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทำให้ความโอบอ้อมอารีของคนในท้องถิ่นลดลง การขยายตัวของนักท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีความเครียด ซึ่งกันและกันลดลง ทำให้เกิดการแก่งแย่งแข่งขันระหว่างคนในชุมชนมากขึ้น คนในชุมชนกลายเป็นคนหลอกหลวง คนต่างถิ่นมากขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของขนาดครอบครัวในชุมชน และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดินเพิ่มขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ธนวัฒน์ มีจันทร์ (2558) พบว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดหรือการกระจายตัวของประชากร ชาวบ้านในพื้นที่ส่วนใหญ่มีการติดต่อกับสังคมภายนอกมากขึ้น นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เกิดการอพยพแรงงานต่างถิ่นเข้ามาในชุมชน ซึ่งทำให้เกิดปัญหาเรื่องยาเสพติดและความขัดแย้งภายในระหว่างคนในชุมชนเอง นอกจากนี้ Kim, Jun, Walker & Drane (2015) กล่าวเพิ่มเติมว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวชุมชนอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมคนในชุมชนให้ต่อต้านนักท่องเที่ยว หรือคนในชุมชนอาจจะดูหมิ่นนิสสัยของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผลการวิจัยมีความไม่สอดคล้องกับ Asker, Boronyak, Carrard & Paddon (2010) ที่พบว่า การท่องเที่ยวในชุมชนเป็นการพัฒนาสังคมภายในชุมชนในรูปแบบต่างๆ รวมถึงการอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และทักษะ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากการสกัดตัวแปรจะได้กลุ่มตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบนี้ 6 ตัวแปรคือ การท่องเที่ยวทำให้เกิดมลภาวะทางน้ำมากขึ้น ทำให้ป่าเสื่อมโทรม ทำให้เกิดมลภาวะทางเสียงมากขึ้น ทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศมากขึ้น ทำให้เกิดขยะมูลฝอยมากขึ้น และก่อให้เกิดการบุกรุกป่ามากขึ้น

ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ภีรวัฒน์ นนทะโชติ (2557) พบว่าเกิดผลกระทบทางด้านลบอันเกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลต่างๆ ปัญหามลพิษทางอากาศและทางเสียงที่เกิดจากเรือหางยาวรับส่งนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Almeida-García, Peláez-Fernández, Balbuena-Vázquez & Cortés-Macias (2016) พบว่า การท่องเที่ยวสามารถทำให้สิ่งแวดล้อมเกิดความเสียหายโดยมีสาเหตุมาจากปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไป ขาดความระมัดระวัง จงใจกระทำหรือขาดการศึกษา ปัญหาของสิ่งแวดล้อม ควรมีการกำหนดกฎเกณฑ์ระเบียบในการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน รวมทั้งสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่ชาวบ้านให้ตระหนักถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

ผลกระทบด้านการเมือง ซึ่งจากการสกัดตัวแปรจะได้กลุ่มตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบนี้ 3 ตัวแปรคือ ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยวระหว่างกันภายในชุมชน เปิดโอกาสให้คนในชุมชนแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาพื้นที่มากขึ้น และก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยวภายนอกพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ จริยา โกเมนต์, เฉลิมชัย ปัญญาดี, บงกชมาศ เอกเอี่ยม และ สุริยจรัส เตชะตัน มีนสกุล (2563) และ Nunkoo & Smith (2013) กล่าวว่า การเมืองก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลกระทบในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การบริหารของผู้นำ ความไม่แน่นอนทางการเมือง สิทธิเสรีภาพของชาวบ้านในชุมชนที่ควรได้รับการปกป้อง การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการปกป้องผลประโยชน์ของชุมชนตนเอง เพื่อลดข้อขัดแย้งต่างๆ ในชุมชน รวมถึงการจัดทำข้อตกลงและกลไกในการแก้ปัญหาและมาตรการป้องกันความขัดแย้ง นอกจากนี้ ตรีธาตุย์ นรนิติผดุงการ และณฤมณ อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) กล่าวเพิ่มเติมว่า หน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ

ที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือในการปรับปรุงด้านการให้บริการให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งควรมีการกำหนดนโยบายเป้าหมาย หรือทิศทางการบริการการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหาที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชาวบ้านในชุมชน โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ 24 ตัวแปร จากจำนวนตัวแปรเดิมทั้งสิ้น 49 ตัวแปร และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยังยืนยันผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบตามการวิเคราะห์เชิงสำรวจ ซึ่งแสดงว่าองค์ประกอบของโมเดลของผลกระทบการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี ลักษณะของรูปแบบที่พัฒนาขึ้นยืนยันองค์ประกอบที่เหมาะสม ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ คือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการเมือง ซึ่งผลกระทบทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมืองส่งผลกระทบในด้านบวก ส่วนผลกระทบทางสังคม และสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบในด้านลบต่อวิถีชีวิตคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ได้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมา 1 องค์ประกอบจากงานวิจัยที่ผ่านมา คือองค์ประกอบด้านการเมือง ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวัดผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและเสริมสร้างความเข้มแข็ง

ของคนชุมชน โดยควรพิจารณาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ที่จะศึกษา

2. การนำข้อมูลของงานวิจัยนี้ไปใช้กับชุมชนที่มีลักษณะ พื้นที่ และภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ควรเพิ่มข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวให้ครอบคลุม และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงยืนยันเพื่อให้ได้ตัวบ่งชี้และองค์ประกอบที่เหมาะสมกับงานวิจัยในพื้นที่นั้นๆ

3. หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปกำหนดและวางแผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนและสืบทอดอัตลักษณ์ของชุมชน วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยจัดอบรมถ่ายทอดความรู้ให้แก่คนรุ่นหลังและพัฒนาชาวบ้านในชุมชนให้เป็นมัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในชุมชน รวมทั้งควรให้การสนับสนุนและสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐกับประชาชนให้เกิดการรวมตัวในชุมชน เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการวางแผน การร่วมรับผลประโยชน์ การตัดสินใจและแก้ปัญหาต่างๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อหามาตรการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้ออกสู่ประชาชนในชุมชนให้ได้มากที่สุด

4. หน่วยงานท้องถิ่นควรเสริมสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยการจัดฝึกอบรมระยะสั้นระยะยาวและจัดการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยลดผลกระทบทางด้านลบที่จะเกิดขึ้นกับคนในชุมชน เช่น ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหามลภาวะทางน้ำ เป็นต้น ควรให้ความรู้และสื่อสารแก่ประชาชน

ในชุมชนและนักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวคงอยู่อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ควรมีการจัดโซนการทิ้งขยะแยกประเภทขยะ พร้อมทั้งจัดสถานที่รองรับขยะจากนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ และกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน เพื่อป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในงานวิจัย ได้แก่ กลุ่มของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงความตระหนักของผลกระทบที่มีผลต่อวิถีชีวิตคนในชุมชน รวมทั้งควรมีการศึกษาแนวทางที่ส่งเสริมผลกระทบทางบวกและมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบทางการท่องเที่ยวในทางลบการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและรอบด้านอย่างแท้จริง

2. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพิ่มเติมจากแบบจำลองวัดผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ทางตรง ทางอ้อม และความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ เพื่อให้มีความเข้าใจการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. สืบค้นจาก <https://www.thai-german-cooperation.info/admin/uploads/publication/1be798cb24ee07703c498fcd47cbba4den.pdf>.

จรรยา โกเมนต์, เฉลิมชัย ปัญญาดี, บงกชมาศ เอกเอี่ยม, และ สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล. (2563). นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนกับ ความเป็นปึกแผ่นของชุมชนท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 8(2), 608-620.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ไทเนรมิตกิจอินเตอร์โปรเกรสซิฟ.

ตราดุลย์ นรนิติผดุงการ, และนฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 7(4), 174-189.

เทศบาลตำบลหนองบัว. (2563). *ข้อมูลสภาพทั่วไป*. สืบค้นจาก <http://www.nongbuachan.go.th/about.php?id=6>.

ธนวัฒน์ มีจันทร์. (2558). ความคิดเห็นของชุมชนต่อผลด้านสังคมและวัฒนธรรมจากการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลห้วยเขย่งอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*, 8(3), 622-635.

นุชประวีณ์ ลิขิตศรีธัญย์. (2562). ผลกระทบทางการท่องเที่ยวต่อชุมชนรอบบริเวณอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 20(2), 139-150.

กัณวิวัฒน์ นนทะโชติ. (2557). ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อชุมชนท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์: กรณีศึกษาชุมชนบ้านรวมมิตรตำบลแม่ยาวอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย. *วารสารการวิจัยกาสะลองคำมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 8(2), 123-136.

- รักษาพล เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และ ชุติยวรรณ ศรีวิชัย. (2563). ผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะพิทักษ์จังหวัดชุมพร. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 9(1), 50-70.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน. (2563). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา (พ.ศ. 2560-2563)*. สืบค้นจาก http://www.bangchan.go.th/attachments/330_ปก%201.pdf.
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A., & Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). *Effective Community Based Tourism: Best Practice Manual*. Gold Coast: Sustainable Tourism Cooperative Research Center.
- Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International journal of testing*, 1(1), 55-86.
- Field, A. (2007). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage publications.
- García, F. A., Vázquez, A. B., & Macías, R. C. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?. *Tourism management*, 36, 527-540.
- Kim, J. O., & Mueller, C. W. (1978). *Factor analysis: Statistical methods and practical issues* (No. 14). CA: Sage Publications.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*, 48, 21-32.
- Nunkoo, R., & Smith, S. L. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants. *Tourism management*, 36, 120-132.
- Pusiran, A. K., & Xiao, H. (2013). Challenges and community development: A case study of homestay in Malaysia. *Asian Social Science*, 9(5), 1.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed.). New York: Harper and Row.

**ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
การจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**
**Expectation and Perception of Tourists towards Tourism Management
at the Sky Walk, Chiang Khan District, Loei Province**

ภัทรพร แก้วเพชร¹ วรดา แก้วเพชร¹ วิลัยพร ยายามบ่อม^{2*}

Pattaraporn Kaewpach¹ Worada Kaewpach¹ Vilaiporn Yakampom^{2*}

Corresponding author's E-mail: Winwin.pk61@gmail.com¹ Kaewpach.2014@gmail.com¹ Ting_lru@hotmail.com²

(Received: May 20, 2021; Revised: July 23, 2021; Accepted: August 21, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และเพื่อวิเคราะห์ค่าดัชนีความสำคัญของความจำเป็นในการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 384 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลวิจัยพบว่า

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวและด้านราคามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

สำหรับค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified}$) ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย มีดัชนีลำดับความสำคัญของความจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านราคา

คำสำคัญ: การรับรู้ ความคาดหวัง นักท่องเที่ยว ดัชนีความสำคัญของความจำเป็น

¹ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Bachelor's Student, Department of Management Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

² Lecturer, Department of Management Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

Abstract

This research aimed at exploring the expectation and perception of tourists towards tourism management and analyzing the priority needs index (PNI) to study the expectation and perception. The 5 rating scale questionnaires were adopted to collect the data from 384 tourists at the Sky Walk, Chiang Khan district, Loei province visiting the Sky Walk as a sampling group by accidental sampling technique. The data were analyzed by percentage, frequency, standard deviation, priority needs index and content analysis techniques. The results were as follows:

The expectation of tourists towards tourism management at the Sky Walk, Chiang Khan district, Loei province in overall was at high level. The highest level was the process; while, personnel, channel of distribution and promotion, product and physical evidence, and price were rated in descending order respectively.

The perception of tourists towards tourism management at the Sky Walk, Chiang Khan district, Loei province in overall was at moderate level. The highest value was towards the process; while, personnel, price, product and physical evidence, distribution and promotion were rated in descending order respectively.

The priority needs index (PNI_{Modified}) of the tourism management at the Sky Walk, Chiang Khan district, Loei province indicated the distribution and promotion as the first priority; while, product and physical evidence, personnel, process and price were rated in descending order respectively.

Keywords: perception, expectation, tourist, priority needs index

ความเป็นมาของปัญหา

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทางธุรกิจในการจัดสร้าง พัฒนาและปรับปรุงกับการอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว การมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ประกอบด้วยแผนงาน แผนการเงิน และแผนบุคลากร เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนา คุณภาพของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งแผนการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากร การรักษาความปลอดภัยหรือการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว หรือมาตรการควบคุมทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว โดยผลลัพธ์ของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีในด้านต่างๆ เช่น การสร้างกิจกรรมใหม่ๆ ให้กับตลาดท่องเที่ยวการพัฒนาคุณภาพ

ชีวิตให้ คนท้องถิ่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, ม.ป.ป.)

จังหวัดเลย เป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ในเขตภาคอีสานตอนบน โดยเป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อน อุดมไปด้วยพืชพรรณป่าไม้นานาชนิด อากาศอันเย็นสบายตลอดทั้งปี มีประเพณีวัฒนธรรมอันแตกต่างไปจากถิ่นอื่น ซึ่งได้แก่การเล่นผีตาโขน และวัฒนธรรมให้ได้มาสัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตชาวจังหวัดเลย ด้วยจังหวัดเลยมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้ปี 2561 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” หรือ “Amazing Thailand Tourism” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมเรื่องความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา และการต่างประเทศ

มีการบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพพระระดับชั้นนำของโลก มีการเจริญเติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชน และจังหวัดเลยเป็น 1 ใน 12 “เมืองต้องห้าม...พลาด” ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากศักยภาพความหนาวเย็นของอากาศและความมีเสน่ห์ของจังหวัดจึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการการเดินทางมาท่องเที่ยวในทุกรูปแบบทุกฤดูกาล (สำนักงานจังหวัดเลย, 2562)

สกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ห่างจากตัวอำเภอเชียงคานประมาณ 20 กิโลเมตร มีความสูงกว่าระดับแม่น้ำโขง 80 เมตร หรือเทียบเท่ากับตึก 30 ชั้น มีทางเดินพื้นกระจก 2 เมตร ความยาว 80 เมตร สามารถมองเห็นแม่น้ำโขงที่ไหลผ่านมาบรรจบกับแม่น้ำโขงสามารถเห็นเป็นแม่น้ำ 2 สีได้อย่างชัดเจน เป็นที่กั้นระหว่างพรมแดนไทย - ลาว และอยู่ใกล้บริเวณสกายวอล์คมีพระใหญ่ยุคกั้วเป็นพระพุทธรูปปางลีลาประทานพรสูงกว่า 19 เมตร ส่วนทางเดินของสกายวอล์คเป็นกระจกใสชนิดพิเศษ มีตะแกรงเหล็กรองรับที่มี ความมั่นคงปลอดภัย แน่นหนา โดยมีเป้าหมายเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งทางธรรมชาติแห่งใหม่ของจังหวัดเลย (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2561)

หลักการการประเมินความต้องการจำเป็นนั้นถือว่ามีความสำคัญในการชี้ประเด็นให้กับชุมชนได้สำรวจตรวจสอบตนเองในการพัฒนาชุมชนได้อธิบายกระบวนการประเมินความต้องการของชุมชนโดยมีขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนสำหรับประเมินความต้องการของชุมชน เริ่มต้นด้วยการสร้างทีมปฏิบัติการชุมชน กำหนดกลยุทธ์ ระบุขอบเขตพื้นที่องค์ประกอบ รวบรวมข้อมูลมีอยู่เดิม กำหนดผู้ที่จะให้ข้อมูล ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการประเมินความต้องการของชุมชน ขั้นตอนที่ 3 ทบทวนเกณฑ์ สร้างเกณฑ์การให้คะแนนข้อมูล ขั้นตอนที่ 4 บันทึกลงข้อมูล ทบทวนข้อมูล ประมวลผลข้อมูล และสรุปผลข้อมูล ขั้นตอนที่ 5

จัดทำแผนปฏิบัติการชุมชน จัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ชุมชน และจัดทำแผนการดำเนินการสำหรับกลยุทธ์ชุมชนที่มีความสำคัญ (เหนือขวัญ บัวเฟื่อน, ศักดิ์ชาย เพชรช่วย และนันทิยา สมสรวย, 2563) จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวยังไม่เข้าใจถึงขั้นตอนในการเข้าชมสกายวอล์ค และยังขาดการประชาสัมพันธ์ถึงวิธีการเข้าชม จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนไม่เข้าใจ ถึงวิธีการให้บริการ หากนำเอาวิธีการประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนจะสร้างความเชื่อมั่นในการวางแผนชุมชนและสร้างความพร้อมของชุมชนในการท่องเที่ยว

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาการความคาดหวังและรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยขึ้น เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์หาคำตัดสินลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น และนำมากำหนดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อวิเคราะห์คำตัดสินลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การดำเนินการศึกษาผู้ศึกษาได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยใช้สูตรในกรณีไม่ทราบจำนวนประชาชน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้ศึกษาได้ดำเนินการจัดเก็บรวบรวมในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวก่อนการระบาดรอบใหม่ของ COVID-19 ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2563 ดังนั้นเพื่อความรวดเร็วในการจัดเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามมีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย แบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอิสระที่จะแสดงความคิดเห็น

3.2 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีกระบวนการและขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่กำหนด

3.2.2 นิยามศัพท์ตัวแปรให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดเพื่อสร้างแบบสอบถาม

3.2.3 ดำเนินการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Objective: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แล้วปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

3.24 ดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้ววิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ได้ค่าความเชื่อมั่นการรับรู้ 0.87 และความคาดหวัง 0.91

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยเครื่องมือ คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบและนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปลงรหัสตามที่กำหนดไว้แล้วประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ

5.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2.3 วิเคราะห์ความต้องการจำเป็นในความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยใช้ดัชนีความสำคัญของลำดับความต้องการจำเป็น หรือ Modified Priority Needs Index: $PNI_{Modified}$ (สุวิมล ว่องวาณิช, 2550) เป็นวิธีหาความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ที่ควรจะเป็น แล้วหารด้วยการรับรู้ ทั้งนี้เพื่อควบคุมขนาดของความต้องการจำเป็นให้อยู่ในช่วงพิสัยที่ไม่มากเกินไป โดยมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$PNI_{Modified} = (I-D)/D$$

เมื่อ PNI หมายถึง ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

I หมายถึง ค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง

D หมายถึง ค่าเฉลี่ยของการรับรู้

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

1. สถานภาพส่วนบุคคล

ผลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.10 ภูมิลำเนาจังหวัดเลย จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 สถานภาพโสด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.40 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี 173 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 ระดับเงินเดือนที่ได้รับ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาเที่ยว ครั้งแรก จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 81.80 และเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50

ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้และความต้องการจำเป็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ด้านที่พิจารณา	ความคาดหวัง			การรับรู้			PNI	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล		
ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.92	0.63	มาก	3.41	0.59	ปานกลาง	0.15	2
ด้านราคา	3.81	0.73	มาก	3.49	0.73	ปานกลาง	0.09	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย	3.93	0.67	มาก	3.40	0.70	ปานกลาง	0.16	1
ด้านบุคลากร	3.94	0.68	มาก	3.50	0.70	มาก	0.13	3
ด้านกระบวนการ (กฎระเบียบและขั้นตอนในการเข้าชม)	4.04	0.66	มาก	3.60	0.75	มาก	0.12	4
โดยรวม	3.92	0.67	มาก	3.48	0.57	ปานกลาง	0.12	

จากตารางที่ 1 พบว่า

1. ด้านความคาดหวัง นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.94$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.93$) ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.92$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.81$)

ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือ ความสวยงามและการตกแต่งภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.05$) และ

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเพียงพอของห้องน้ำ ($\bar{X} = 2.76$)

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมของค่าบริการรถพาหนะรับ-ส่งในการขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาสินค้าของที่ระลึก ($\bar{X} = 3.77$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.76$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคม (Social media) เช่น Facebook, Instagram, YouTube เป็นต้น ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือ มีศูนย์

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีเอกสารประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสกายวอล์ค ($\bar{X} = 3.78$)

ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความเต็มใจในการให้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.81$)

ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้บริการที่เป็นธรรมและมีหลักฐานชัดเจนเช่นบริการจัดคิวรถรับ-ส่ง ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือ มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ($\bar{X} = 4.06$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีสื่อประชาสัมพันธ์กฎระเบียบในการเข้าชม ($\bar{X} = 3.98$)

2. ด้านการรับรู้นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.60$) รองลงมาคือ ด้าน บุคลากร ($\bar{X} = 3.50$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.49$) ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.41$) และ

ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.40$)

ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมาคือ ความปลอดภัยทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.67$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเพียงพอของห้องน้ำ ($\bar{X} = 2.99$)

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมของค่าบริการรถพาหนะรับ-ส่งในการขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาสินค้าของที่ระลึก ($\bar{X} = 3.46$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.42$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคม (Social media) เช่น Facebook, Instagram, YouTube เป็นต้น ($\bar{X} = 3.61$) รองลงมาคือ มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.45$) และข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีเอกสารประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสกายวอล์ค ($\bar{X} = 3.16$)

ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความเต็มใจในการให้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.65$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.31$)

ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้บริการที่เป็นธรรมและมีหลักฐานชัดเจน เช่น บริการจัดคิวรถรับ-ส่ง ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมาคือ มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ($\bar{X} = 3.72$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนในการเข้าชม ($\bar{X} = 3.46$)

3. ด้านการศึกษาค่าดัชนีลำดับความสำคัญ ความต้องการจำเป็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความจำเป็น $PNI_{Modified}$ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก (0.16) รองลงมาเป็นด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (0.15)

ด้านบุคลากร (0.13) ด้านกระบวนการ (0.12) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านราคา (0.09)

ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความจำเป็น $PNI_{Modified}$ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกสบายในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก (0.22) รองลงมาความเพียงพอของจุดจอดรถ (0.19) และลำดับสุดท้าย คือ ความเพียงพอของห้องน้ำ (-0.07)

ด้านราคา พบว่า ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความจำเป็น $PNI_{Modified}$ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเหมาะสมของราคาสินค้าและของที่ระลึก ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก (0.09) รองลงมา ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม (0.09) และลำดับสุดท้าย คือ ความเหมาะสมของค่าบริการรถพาหนะรับ-ส่งในการขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยว และความเหมาะสมของราคาสินค้าของที่ระลึก (0.08)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความจำเป็น $PNI_{Modified}$ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีเอกสารประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสกายวอล์ค ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก (0.19) รองลงมาป้ายประชาสัมพันธ์

การนำทางเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (0.17) และลำดับสุดท้าย คือ มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคม (Social media) เช่น Facebook, Instagram, YouTube เป็นต้น (0.11)

ด้านบุคลากร พบว่า ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความจำเป็น PNI_{Modified} ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก (0.15) รองลงมา ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ (0.14) และลำดับสุดท้าย คือ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว (0.10)

ด้านกระบวนการ พบว่า ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความจำเป็น PNI_{Modified} ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนในการเข้าชม ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก (0.15) รองลงมา มีสื่อประชาสัมพันธ์กฎระเบียบในการเข้าชม (0.13) และลำดับสุดท้าย คือ มีการให้บริการตามลำดับ ก่อน-หลัง (0.09)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้ศึกษาได้กำหนดวัตถุประสงค์การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และเพื่อวิเคราะห์ค่าดัชนีความสำคัญของความจำเป็นในการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

สกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ทั้ง 7 ด้านของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ

จากการศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ทั้ง 7 ด้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม โดยมีความสูงกว่าระดับแม่น้ำโขง 80 เมตร หรือเทียบเท่ากับตึก 30 ชั้น มีทางเดินพื้นกระจก สามารถมองเห็นแม่น้ำโขงที่ไหลผ่านมาบรรจบกับแม่น้ำโขงเห็นเป็นแม่น้ำ 2 สีได้อย่างชัดเจน เป็นที่กั้นระหว่างพรมแดนไทย - ลาว และอยู่ใกล้บริเวณสกายวอล์ค มีพระใหญ่ผูกจั่วเป็นพระพุทธรูปปางลีลาประทานพร มีตะแกรงเหล็กรองรับที่มีความมั่นคง ปลอดภัย แน่นหนา (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2561) และจังหวัดเลยได้ให้ความสนใจที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งใหม่ของจังหวัด โดยพยายามวางแผนระบบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ดีซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวจึงมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวอยู่ระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ Chen (2560) ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและ

วัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งดงาม ความเป็นมิตร และมีน้ำใจของผู้คนในท้องถิ่น อีกทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน

จากการศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ทั้ง 7 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย นั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในจังหวัดเลย เมื่อพิจารณาคุณค่าของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจากคุณภาพของจุดท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และที่สำคัญที่สุด คือความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ได้รับ ตามความคาดหวังคุณค่าในสายตาของนักท่องเที่ยวนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง รวมถึงระดับราคาที่พักที่จ่ายในการมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ พรศิริ บินนาราวี (2555) ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ภาครัฐพยายามใช้สื่อต่างๆ โฆษณาชวนเชื่อ ทำให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอปาย เป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการอย่างไม่ทั่วถึง อีกทั้งยังทำให้ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวลดลงด้วย

นอกจากนี้จากการศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย มีดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงสุดเป็นลำดับแรก แสดงให้เห็นว่า

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว ภายในแหล่งนั้นๆ และสนับสนุนให้มีสำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายที่ติดตั้งในตำแหน่งที่เห็นเด่นชัด และนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้ง่าย โดยป้ายดังกล่าวต้องมีเนื้อหาถูกต้อง ชัดเจน มีจำนวนเพียงพอสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐรุจ บุศเนตร (2557) และกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจ การสื่อสารด้านการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าสำหรับการธุรกิจการให้บริการประเภทใดประเภทหนึ่ง

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวและด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคา

นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย

การศึกษาค่าดัชนีลำดับความสำคัญความต้องการจำเป็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่ง

ท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความเป็น PNI_{Modified} ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านราคา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านสินค้าและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว จากคะแนนเฉลี่ยในด้านสินค้า เรื่องความเพียงพอของห้องน้ำมีการรับรู้ต่ำสุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มห้องน้ำสาธารณะให้มีความเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ รวมถึงดูแลความสะอาดสุขอนามัยของห้องน้ำในสายตานักท่องเที่ยว

2. ด้านราคา จากคะแนนเฉลี่ยในด้านราคา เรื่องความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มมีการรับรู้ต่ำสุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรทำการควบคุม – ตรวจสอบ เรื่องรสชาติอาหารและความสะอาดของร้านอาหาร รวมทั้งควบคุมความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มให้อยู่ในกรอบที่เหมาะสมต่อสินค้าที่จำหน่าย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย จากคะแนนเฉลี่ยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย เรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสกายวอล์คมีการรับรู้ต่ำสุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรจัดทำเอกสาร

ประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสกายวอล์ค เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น facebook, Instagram, YouTube เป็นต้น เพื่อเป็นการชักจูงให้นักท่องเที่ยวมาที่สกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มากเพิ่มขึ้น รวมทั้งนักท่องเที่ยวยังได้รับความรู้และเกิดความประทับใจจากเอกสารที่ประชาสัมพันธ์ก่อนที่จะมาเที่ยวที่สกายวอล์ค

4. ด้านบุคลากร จากคะแนนเฉลี่ยในด้านบุคลากร เรื่องความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่ำสุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพิ่มขึ้น เพื่อนำความรู้ที่มีไปแนะนำให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูก

5. ด้านกระบวนการ จากคะแนนเฉลี่ยในด้านกระบวนการ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนในการเข้าชมที่มีการรับรู้ต่ำสุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรทำป้ายประชาสัมพันธ์ขั้นตอนในหลายที่ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน รวมถึงทำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการบริการ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ และลดช่องว่างในความคาดหวังและการรับรู้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจมากที่สุด

2. ควรศึกษาปัจจัยของนักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวสกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อให้ทราบปัจจัยของนักท่องเที่ยวว่าทำไมถึงเลือกมาท่องเที่ยวที่สกายวอล์ค อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวธ บุศเนตร. (2557). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 10)*. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- พรศิริ บินนาราวี. (2555). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอยาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- เลยผุดสกายวอล์คกระฉกในแลนด์มาร์กใหม่พระใหญ่ ภูคกงิ้วเชียงคาน. (2561, 20-22 กันยายน). *หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ*, น. 21
- สำนักงานจังหวัดเลย. (2562). *รายงานประจำปี 2562*. เลย: โรงพิมพ์รุ่งแสง.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (ป.ป.ป.). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุวิมล ว่องวาณิช. (2550). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เหนือขวัญ บัวเผื่อน, ศักดิ์ชาย เพชรช่วย และนันทยา สมสรวย. (2563). *การประเมินความต้องการจำเป็นของชุมชนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามเส้นทางรถม้าสำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนในจังหวัดลำปาง*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(3), 667-684.
- Chen, Z.. (2560). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต

Environmental Carrying Capacity of Tourism in Phuket Old Town

จรรยาวัธ สุธรรมมา^{1*} จิตศักดิ์ พุฒจรัส² พิษณุ จิตต์ภักดี³ ธนวรรษ ดอกจันทน์⁴

Janyawath Sutamma^{1*} Jittasak Putjorn² Pit Jitpakdee³ Thanawat Dokchan⁴

Corresponding author's E-mail: janyawath.s@gmail.com¹, naturepaw@gmail.com², pit.jitpakdee@gmail.com³,

Thanawat.khing@hotmail.com⁴

(Received: February 18, 2021; Revised: May 7, 2021; Accepted: June 15, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ย่านชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต และกำหนดมาตรการในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน ทำการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม การสังเกต การใช้แบบสอบถาม และการสำรวจประเมินจากผู้นำและสมาชิกในชุมชน บุคลากรขององค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาปริมาณขยะอยู่ในระดับเกินขีดความสามารถในการรองรับ ชุมชนมีปริมาณขยะมากกว่า 0.8 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน คุณภาพน้ำประปาภายในชุมชนค่อนข้างไม่สะอาด และปัญหาการควบคุมเสียงในพื้นที่สาธารณะโดยเฉพาะในช่วงเปิดตลาดใหญ่ ถนนคนเดิน มาตรการที่ชุมชนมีการขับเคลื่อนดำเนินการ 1) การลดปริมาณขยะ สร้างความร่วมมือลดการใช้วัสดุที่ก่อให้เกิดขยะ ใช้วัสดุใช้ซ้ำหรือวัสดุภาชนะจากธรรมชาติ โดยเฉพาะในช่วงการเปิดตลาดใหญ่ และมีการสร้างความร่วมมือกับเทศบาลในการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ และ 2) การปัญหาคุณภาพน้ำ สร้างความร่วมมือกับทางเทศบาลนครภูเก็ต และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ช่วยแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพน้ำประปา

คำสำคัญ: ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม ท่องเที่ยวยั่งยืน

Abstract

This research aims to study about the tourism carrying capacity of Phuket Old Town, and to establish measures for sustainable tourism management. This research was conducted using mixed-method approach by employing interviews, focus groups, observation, survey, and evaluation with communal

¹ นักวิชาการอิสระ

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

¹ Independent Scholar

² Lecturer, Tourism Management Major, Faculty of Management Science, Silpakorn University

³ Lecturer, School of Administrative Studies, Maejo University

⁴ Lecturer, Tourism and Hotel Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

leaders and members and government and private sector for the qualitative data before conducted the content analysis. As for the quantitative data, the researchers employed questionnaires to study frequency, percentage, and means. The study results suggested that there was garbage overcapacity with the number of 0.8 kilograms per person per day, as well as the quality of tap water that had been indicated as contaminated, and noise pollution in public areas was also needed to be managed especially upon the weekly opening hours of the Lad Yai market. The measures applied by the local community: 1) in order to reduce garbage, the community urged and gathered collaboration from the local businesses to avoid using materials that could become garbage, while introducing the reused or natural products, and collaborated with the municipality in terms of waste management; and 2) the community coordinated and worked together with the Phuket municipality and the provincial public health office to improve tap water quality.

Keywords: tourism carrying capacity, environment, participation, sustainable tourism

ความเป็นมาของปัญหา

หลังวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 การท่องเที่ยวไทยค่อยๆ ถูกพัฒนาและยกระดับให้เป็นวาระแห่งชาติ ด้านอุตสาหกรรมบริการที่เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ และมีการกระจายตัวของรูปแบบการท่องเที่ยวสู่ชนบทมากขึ้น หลังมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7-9 ที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กำหนดแนวทางเพื่อสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากร การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาดังกล่าว มีส่วนสำคัญอย่างมากในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดการขยายตัว และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

อย่างไรก็ดี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผลของการส่งเสริมด้านนโยบายการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การทำการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ภาครัฐมุ่งส่งเสริมไปยังท้องถิ่นชุมชน ส่งผลให้เกิดชุมชนท่องเที่ยวทั้งชุมชนเดิมและชุมชนใหม่ทั่วภูมิภาค

มากกว่า 3,680 ชุมชน (กรมพัฒนาชุมชน, 2562) บางชุมชนมีประสบการณ์งานพัฒนามากกว่า 10-20 ปี มีภูมิคุ้มกันที่เข้มแข็งสามารถปรับตัวได้ท่ามกลางกระแสการพัฒนา แต่อีกหลายชุมชนเกิดใหม่ยังขาดกระบวนการในการบ่มเพาะ เสริมศักยภาพ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและคำนึงถึงผลกระทบสิ่งแวดล้อม ชุมชนที่มีโอกาสและความได้เปรียบด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและมีความเชื่อมโยงกับเมืองท่องเที่ยวหลักอย่างชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต ยังประสบปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้าไปมากจนเกินศักยภาพที่จะรองรับได้ หรืออยู่ในภาวะนักท่องเที่ยวล้นพื้นที่ (Over tourism) เกิดความแออัด กระจุยตัวของนักท่องเที่ยว เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหามลภาวะทางเสียงและอากาศ ปัญหาขยะ ชุมชนรู้สึกสูญเสียความสุข และวิถีชีวิตดั้งเดิมของตน เป็นต้น เมื่อภาวะดังกล่าวได้เกิดขึ้นและสร้างความเสียหายให้แก่พื้นที่แล้ว จะทำให้ต้องใช้ระยะเวลาและงบประมาณในการฟื้นฟูและแก้ไขปัญหาตลอดจนทำให้หลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องสูญเสียรายได้และผลประโยชน์ที่พึงได้จากแหล่งท่องเที่ยวไปในที่สุด (วิภาดา ศุภรัฐปรีชา, 2553; เทียมสุรีย์ สิริศรีศักดิ์ และ

กฤษณะ แพทย์จะเกร็ง, 2561; จิราภา ปราเดรา ดิเอส, พรณนิภา ดอกไม้งาน, ปเนต มโนมัยวิบูลย์, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และอภิสม อินทรลาวัลย์, 2561)

ดังนั้น การประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่ชุมชนผ่านเมืองเก่าภูเก็ท จะช่วยให้ชุมชนได้ตรวจสอบผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และวางแผนป้องกันปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น ตลอดจนสำหรับใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ให้มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental carrying capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
2. เพื่อกำหนดมาตรการในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทการวิจัย

การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก (Qualitative method) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นรอง (Quantitative method)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ผ่านกระบวนการสร้างความเข้าใจในโครงการวิจัยให้เห็นความสำคัญ และเกิดความสนใจเข้าร่วมกระบวนการวิจัยตลอดโครงการวิจัย ทั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษาสามารถแสดงความประสงค์หรือยินดีเข้าร่วมกระบวนการวิจัยด้วยตนเองอย่างอิสระ สามารถแบ่งประชากรเป้าหมายออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

2.1 ประชากรหลัก คือ ผู้นำและสมาชิกในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต จำนวน 62 คน ประธานและคณะกรรมการชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ตในการร่วมประเมิน 11 คน

2.2 ประชากรรอง คือ ผู้บริหารและตัวแทนบุคลากรขององค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต ได้แก่ เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด สภาวัฒนธรรมตำบล สภาวัฒนธรรมอำเภอ สมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านค้า ของชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต จำนวน 16 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์รายบุคคล และการสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อการศึกษาข้อมูลบริบทแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 2) แบบประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ (1) ชยะ (2) การใช้ประโยชน์และคุณภาพน้ำ (3) เสียง (4) คุณภาพอากาศ และ (5) การแบ่งเขตการใช้ประโยชน์ ซึ่งแบ่งเกณฑ์การประเมินออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ต่ำกว่าขีดความสามารถ (Below CC) กำลังถึงหรืออยู่ในขีดความสามารถสูงสุด (Approaching CC) และเกินขีดความสามารถ (Exceeding CC) 3) แบบ Checklist ขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การศึกษาข้อมูลบริบทแหล่งท่องเที่ยว ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เป็นแนวคำถาม ประกอบการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นการจัดการสิ่งแวดล้อม สัมภาษณ์รายบุคคล และแบบกลุ่มในพื้นที่ชุมชน ไม่เกิน 1 ชั่วโมงในแต่ละครั้ง ตามความพร้อม ซึ่งได้มีการนัดหมายไว้ล่วงหน้า

4.2 การประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม 1) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดตัวชี้วัดในการประเมินขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม 2) ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องของตัวชี้วัด 3) ออกแบบเครื่องมือในการประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม 4) ลงพื้นที่สำรวจประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกับคณะกรรมการกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต โดยใช้แบบ Checklist การบริหารจัดการขีดความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม และแบบประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลจากเครื่องมือที่ใช้ศึกษา การสังเกต และการถอดบทเรียนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย ความและการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษ จากแบบประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม การวัดใช้ค่าเฉลี่ย และกำหนดช่วงคะแนนในการแปลผล และนำข้อมูลดังกล่าวประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ผลขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัด	มาตรฐานชี้วัด
1. ปริมาณขยะ	ต่อนักท่องเที่ยว 1 คน เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการประเมินที่กำหนดไว้ (0.5-1.0 กก./คน) จัดว่าระดับการใช้ประโยชน์ปัจจุบันมีค่าเข้าใกล้หรืออยู่ที่ขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับได้
2. กลิ่นขยะ	ไม่มีกลิ่นขยะ หรือบางเบาระยะ 20 เมตร จากจุดทิ้งขยะหลักจัดว่าระดับการใช้ประโยชน์ปัจจุบันมีค่าเข้าใกล้หรืออยู่ที่ขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับได้
3. กลิ่นน้ำ	กลิ่นของน้ำบ่งบอกถึงสาเหตุมลพิษของน้ำนั้นได้ เช่น น้ำที่ได้รับการปนเปื้อนจากน้ำเสียชุมชน จะมีกลิ่นเหม็นก๊าซไข่เน่า รวมทั้งระดับที่ได้กลิ่นบอกได้ว่าคุณภาพน้ำมีการปนเปื้อนมากหรือน้อยอย่างคร่าวๆ มาตรฐานเปรียบเทียบมีดังนี้ 1) กลิ่นหอม, กลิ่นต้นไม้ใบหญ้า - ผลไม้ กระเทียม แตงกวา น้ำหอม ยาสมุนไพรต่างๆ สาหร่าย หญ้า ต้นไม้ พืชวงศ์ตองต่างๆ 2) กลิ่นดิน, เชื้อรา, กลิ่นคาว - ดิน โคลน เชื้อราต่างๆ ความปลา น้ำมันดับปลา หอยต่างๆ 3) กลิ่นยา, กลิ่นเน่า - ฟีนอล น้ำมันทาร์ น้ำมันไหม้ พาราฟิน คลอรีน ไฮโดรเจนซัลไฟด์ คลอรีฟีนอล หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของสดเน่า ขยะ น้ำทิ้ง คอกหมู มูลสัตว์ต่างๆ
4. คุณภาพน้ำ	สีของน้ำบ่งบอกถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดสีได้ หรือบ่งบอกถึงสิ่งทีละลายอยู่ในน้ำ การเปรียบเทียบกับสีมาตรฐาน หรือเป็นการตรวจวัดโดยใช้ความรู้สึกจากการประเมินความเห็นจากหลายคนในชุมชนๆ มาตรฐานเปรียบเทียบมีดังนี้ 1) ไม่มีสี หรือ สีเขียว - ยังไม่ควรสรุปว่าน้ำสะอาด อาจมีสิ่งเจือปนอยู่, แผลงศ์ตอนพืช 2) สีเหลือง/น้ำตาล/ชาสี/สีแดง/เหลือง/มะขอกาก/สีน้ำตาลขุ่น/แดง - มีซากพืชย่อยสลาย, สีของสาหร่ายจำพวกหนึ่ง (dinoflagellates), ตะกอนดินเจือปนอาจเกิดจากการกัดเซาะหน้าดิน 3) สีรุ้ง/สีเทา/ดำ - มีคราบน้ำมันผิวหน้า น้ำเน่าเสียจากสิ่งปฏิกูล หรืออาจมีแร่ธาตุจากธรรมชาติเจือปน
5. ความเพียงพอของปริมาณน้ำใช้	ร้อยละของผู้ได้รับผลกระทบต่อผู้ใช้ประโยชน์ทั้งหมด (ครัวเรือน) ความเพียงพอของน้ำใช้ในชุมชนรวมถึงผู้ประกอบการที่พักร้านอาหารในย่านเมืองเก่า บ่งบอกถึงโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรน้ำใช้อย่างเท่าเทียม

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	มาตรฐานชี้วัด
6. คุณภาพอากาศ	คุณภาพอากาศที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว (มคก./ลบ.ม.)/ 24 ชั่วโมง 1) สีฟ้า - คุณภาพดีมาก 0-25 2) สีเขียว - คุณภาพดี 26-50 3) สีเหลือง - ปานกลาง 51-100 4) สีส้ม - เริ่มมีผลกระทบต่อสุขภาพ 100-200 5) สีแดง - มีผลกระทบต่อสุขภาพ 201
7. เสียง	เสียงดังที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตในชุมชน ณ ช่วงกิจกรรม ระดับพูดคุยปกติประมาณ 50 เดซิเบล ฟังไม่เข้าใจในระยะ 1 เมตร จัดว่าระดับเสียงปัจจุบันมีค่าเข้าใกล้หรืออยู่ที่ขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับ 1) 30-40 เดซิเบล - เสียงกระซิบ, เสียงสนทนาปกติ 2) 50 เดซิเบล - เสียงสนทนาที่ยืนห่างกันประมาณ 1 เมตร 3) 90-120 เดซิเบล - เสียงตะโกน, เสียงดนตรีร็อค
8. การควบคุมการพัฒนา	ผลกระทบการเปลี่ยนแปลง ต่อสภาพภูมิทัศน์ อาคารสถาปัตยกรรม บ้านเรือนชุมชนย่านเมืองเก่า การมีจัดการแบ่งเขตพื้นที่การพัฒนาเมืองเก่าที่ชัดเจน เช่น โซนไข่แดง โซนไข่ขาว และรอบนอก เพื่อควบคุมกิจกรรมการพัฒนาที่เหมาะสม 1) ไม่มี / ต่ำ - มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนต่างๆ อย่างชัดเจน เป็นส่วนสงวน ส่วนอนุรักษ์ และส่วนพัฒนา สามารถควบคุมการเข้าถึงและการพัฒนาพื้นที่และกิจกรรมได้ ทำให้เกิดความสะดวก ในการบริหารจัดการ 2) ผลกระทบปานกลาง - มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนต่างๆ ไม่ชัดเจน 3 แต่สามารถควบคุมการเข้าทำกิจกรรมให้สอดคล้องกับพื้นที่แต่ละส่วนได้ 3) ผลกระทบสูง - ไม่มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนต่างๆ ที่ชัดเจน ขาดมาตรการควบคุมผลกระทบการพัฒนา ทำให้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการลดคุณค่าความสำคัญย่านเมืองเก่า

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยข้อมูลบริบทแหล่งท่องเที่ยวชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ท พบว่า ชุมชนมีอายุราว 150 ปี มีพื้นที่รวมทั้งหมด 12.7 ตารางกิโลเมตร พื้นที่เป็น

ไข่แดงจำนวนพื้นที่ 210 ไร่ มีการรวมตัวเป็นชุมชนเมื่อปี 2552 เริ่มต้นมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาจัดการอาคารเก่า ในช่วงแรกชุมชนไม่มีส่วนร่วม จึงทำให้ชุมชนไม่เห็นด้วยกับหน่วยงานภาครัฐ จึงเกิดการรวมตัวกันเกิดเป็นกลุ่มชุมชนเมืองเก่า โดยกลุ่มมีหน้าที่ประสานความร่วมมือการพูดคุยกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อกำหนดแนวทางในการจัดการทุกรูปแบบที่หน่วยงานภายนอกเข้ามาดำเนินกิจกรรมภายในชุมชน ใช้หลักการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา ร่วมรับผิดชอบ โดยมีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟู วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของชุมชน ชุมชนย่านเมืองเก่าถูกแต่งตั้งให้เป็นเขตอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ต เมื่อปี พ.ศ. 2560 มีถนนคนเดินเริ่มเปิด เมื่อปี พ.ศ. 2556 ปัจจุบันเป็น 1 ใน 12 ต้นแบบ Street Food ของกระทรวงสาธารณสุข และเป็นกิจกรรมที่สร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจุดหนึ่งของย่านเมืองเก่าภูเก็ต

ผลการประชุมระดมความคิดเห็นจากภาคส่วนต่างๆ ได้แก่ ชุมชน ตัวแทนภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสะท้อนปัญหาตามกรอบผลกระทบ พบว่าประเด็นปัญหาสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ได้แก่

1) ปัญหาวันรณรงค์จากรถมีจำนวนมาก จอดรถในชุมชนแต่ไม่ดับเครื่องยนต์ ทางชุมชนกำลังผลักดันให้สร้างที่จอดรถเพิ่มบริเวณลานมังกร (ยื่นเรื่องไปเรียบร้อยแล้ว) และที่จอดรถในวัดมงคลนิมิต ราคา 20 บาท/คัน และได้มีการประสานงานกับหน่วยงานเทศกิจให้ช่วยเดินตรวจตราแล้ว แต่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานไม่เพียงพอ

2) ถนนคนเดินและร้านผับบาร์บางแห่งเสียงดัง (จำนวน 2 ร้าน) แต่ยังหาทางแก้ไขไม่ได้ เนื่องจากร้านมีข้อจำกัดในการพูดคุย และมีผู้มีอิทธิพลคอยสนับสนุน

3) ชยะลันเมือง แม้ผู้นำชุมชนมีการจัดการปัญหาด้านขยะ แต่ยังไม่ครอบคลุมทั้งพื้นที่ชุมชน

ย่านเมืองเก่าภูเก็ต โดยการจัดการขยะเก็บกวาด ล้างลานหน้าบ้าน จะมีเฉพาะบริเวณที่จัดถนนคนเดิน หลาดใหญ่ ส่วนพื้นที่อื่นเทศบาลเมืองภูเก็ตเป็นผู้ดูแล โดยมีการเก็บค่าบริการรายเดือน เดือนละ 30 บาท มีการจัดตั้งจุดทิ้งขยะอันตรายภายในชุมชน ชุมชน ร่วมกับเทศบาลนครภูเก็ตจัดจ้างคนเก็บเพิ่มโดยใช้บ ของชุมชน เพิ่มรอบการเก็บขยะ มีจุดทิ้งขยะมลพิษ ที่บ้านประธานชุมชน ไม่มีถังขยะตั้งบริเวณริมถนน ย่านเมืองเก่า แต่จะให้นำมาทิ้งเป็นรอบ เวลา 8.00 น. และ 19.00 น. ของทุกวัน รวมทั้งจัดให้มีถังขยะในตลาด ถนนคนเดินเป็นแบบใสและใช้ถุงใสเพื่อป้องกันวัตถุ อันตราย

4) น้ำเสีย เนื่องจากในเขตเมืองเก่าภูเก็ต มีการใช้น้ำบาดาล และบ้านเก่าไม่มีการติดตั้งถังบำบัด และบ่อดักไขมัน จึงส่งผลให้น้ำมีการปนเปื้อนของ สิ่งปฏิกูล คุณภาพน้ำไม่เหมาะสมในการใช้เพื่ออุปโภค ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อน้ำใช้ เพราะน้ำประปาไม่เพียงพอ ต่อแต่ละครัวเรือนของคนในชุมชน มีเพียงบางบ้าน ที่ยังคงใช้น้ำจากบ่อน้ำบาดาลในการอุปโภคอยู่

5) ชุมชนไม่มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำอย่าง สม่าเสมอ จะดำเนินการเมื่อเกิดเหตุการณ์น้ำล้น น้ำไม่ไหล หรือน้ำขุ่นเป็นหลัก โดยชุมชนสามารถแจ้งทางเทศบาล นครภูเก็ต หรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่ดูแลตรงศูนย์บริการ ท่องเที่ยวเพื่อฝ่ายงานไปฝ่ายงานของเทศบาล ที่รับผิดชอบ

6) น้ำท่วมขัง เกิดจากการก่อสร้างถนน สูงกว่าตัวอาคาร และทางระบายน้ำที่ต่ำกว่าถนน ทำให้น้ำขังในบางพื้นที่เมื่อถึงหน้าฝน และส่งผลต่อการเกิด ปัญหาน้ำเสียตามมา ทางชุมชนได้พยายามสร้างถนน โดยไม่ให้ลาดยางทับถนนเดิม เพื่อป้องกันความเสียหายของอาคารบ้านเก่าจากถนนที่สูงขึ้นจนเกิด ปัญหาน้ำท่วม

ผลการศึกษารวบรวมข้อมูลการสำรวจประเมิน ตัวชี้วัดขีดความสามารถในการรองรับได้ด้าน สิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินขีดความสามารถในการ รองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัด	ผลการประเมิน ชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต	ระดับขีดความสามารถในการรองรับ		
		Below (CC)	Approaching (CC)	Exceeding (CC)
1. ปริมาณขยะ	วันละ 1 กิโลกรัม ต่อคนต่อวัน	น้อยกว่า 0.2	0.2 – 0.8	มากกว่า 0.8
2. กลิ่นขยะ	ไม่มีกลิ่น	ไม่ได้กลิ่น	กลิ่นเบาบาง	กลิ่นเหม็นรุนแรง
3. กลิ่นน้ำ	กลิ่นเหม็น (เฉพาะในช่วงฤดูแล้ง)	หอม/ธรรมชาติ	คาว/ดิน	ยา/เหม็นเน่า
4. คุณภาพน้ำ	ไม่มีสี	ไม่มีสี/สีเขียว	เหลือง/น้ำตาลขุ่น/แดง	สีรุ้ง/เทา/ดำ
5. ความเพียงพอของปริมาณน้ำใช้	ปริมาณน้ำเพียงพอ	ต่ำกว่า ร้อยละ 50	ร้อยละ 50 - ร้อยละ 80	มากกว่า ร้อยละ 80
6. คุณภาพอากาศ	สีฟ้า	สีฟ้า/เขียว	สีเหลือง	สีส้ม/แดง
7. เสียง	58 เดซิเบล	น้อยกว่า 40 เดซิเบล	50 เดซิเบล	มากกว่า 90 เดซิเบล
8. การควบคุมการพัฒนา	มีการควบคุมการพัฒนาอาคารและสิ่งก่อสร้าง	ไม่มี/ต่ำ	ปานกลาง	สูง

จากตารางที่ 1 พบว่า

1. ด้านการจัดการขยะ ในชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า ชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ตมีการจัดการขยะบริเวณถนนกลางในวันธรรมดา จำนวน 7 จุด จุดละ 1 ถึง ส่วนวันอาทิตย์ที่มีถนนคนเดินหลาดใหญ่จะเพิ่มปริมาณถังขยะเป็น 10 จุด จุดละ 2 ถึงรวมเป็น 20 ถึง ปริมาณขยะต่อวันเฉลี่ย 1,000 กิโลกรัมต่อวัน เมื่อเทียบกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเฉลี่ยวันละ 1,000 คน คิดเฉลี่ยวันละ 1 กิโลกรัมต่อคน การจัดการขยะจะให้

รถขยะมาจัดเก็บเป็นรายวัน เมื่อเสร็จกิจกรรมจะจัดการออกนอกพื้นที่ทั้งหมด จึงไม่มีการสะสมและไม่มีกลิ่นเหม็นในชุมชน นอกจากนี้ทางชุมชนยังมีการคัดแยกขยะที่ขายได้ ได้แก่ ขวดน้ำพลาสติก และขยะอันตราย เช่น หลอดไฟ ถ่านไฟฉาย แบตเตอรี่ เสื่อมสภาพ แยกไว้ ณ จุดใกล้ที่ทำการบ้านประธานชุมชนย่านเมืองเก่า

2. ด้านคุณภาพน้ำและการใช้ประโยชน์
จุดน้ำทิ้งที่ปล่อยลงสู่ลำคลองสาธารณะโดยตรงหรือจุดที่ก่อให้เกิดกลิ่นเหม็นจากน้ำเสีย พบว่า ในช่วงฤดูฝนทางชุมชนไม่ได้รับผลกระทบจากกลิ่นเหม็นของท่อน้ำทิ้ง ปัญหาจะพบมากในช่วงหน้าแล้ง เพราะมีการสะสมของไขมันตามท่อน้ำทิ้งที่มาจากครัวเรือนและร้านอาหาร เนื่องจากชุมชนไม่มีระบบดักไขมันก่อนทิ้งลงท่อ บริเวณที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดหรือบริเวณปากซอยรมณีย์ ซึ่งท่อน้ำบริเวณนั้นจะอยู่ในตำแหน่งที่สูงทำให้น้ำไม่ระบาย ทางชุมชนแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการให้ทางเทศบาลมาล้างทำความสะอาดล้างท่อระบายน้ำเดือนละ 1 ครั้งในช่วงฤดูแล้ง ด้านการใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำพบว่าชุมชนใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ 2 แหล่ง ได้แก่ 1) น้ำประปา ซึ่งชุมชนส่วนใหญ่ให้ข้อมูลตรงกันว่าน้ำประปาภายในชุมชนค่อนข้างสกปรก ประชาชนส่วนใหญ่ใช้น้ำประปาลำหรับการอุปโภค เช่น ทำความสะอาด ชักล้าง อาบน้ำ แต่ทั้งนี้ยังมีตะกอน บางบ้านก็จะทำการติดตั้งเครื่องกรองน้ำ เมื่อตรวจสอบกลิ่นและสีน้ำประปาของชุมชนพบว่า มีสีเหลือง และมีตะกอน 2) น้ำจากบ่อน้ำภายในบ้าน จากการสุ่มตัวอย่างสอบถามบ้านที่มีบ่อน้ำจำนวน 10 หลังในชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า มีบ่อน้ำในบ้านคิดเป็นร้อยละ 90 น้ำบ่อน้ำมาใช้ประโยชน์สำหรับการอาบน้ำ และการอุปโภคในครัวเรือน เมื่อทำการทดสอบสีและการปนเปื้อนอย่างง่าย พบว่า น้ำในบ่อไม่มีสี คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาคือ มีสีเขียว

ร้อยละ 11.10 ซึ่งเท่ากับกับ สีเหลือง/น้ำตาล/ชาสี และ สีเทา/ดำ ชุมชนระบุว่าบางบ้านที่น้ำมีสีไม่สามารถใช้ได้เลยส่วนหนึ่งมาจากสาเหตุของการสร้างห้องน้ำใกล้กับบ่อน้ำด้วย ทั้งนี้สำหรับน้ำดื่มของชุมชนทุกหลังคาเรือนใช้น้ำดื่มที่ซื้อมาจากภายนอก สำหรับผลกระทบจากการใช้น้ำไม่เพียงพอ ไม่ได้เป็นปัญหาใหญ่สำหรับชุมชน น้ำมีพอเพียงแต่คุณภาพน้ำไม่ดี

3. การควบคุมผลกระทบทางเสียงในพื้นที่
ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จุดประกอบกิจกรรมภายในย่านเมืองเก่าภูเก็ตที่ต้องมีการใช้เสียงส่วนใหญ่จะเป็นเฉพาะวันอาทิตย์ที่มีถนนคนเดิน ชุมชนมีจุดกระจายเสียงเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในช่วงที่มีการจัดงานคนเดิน จำนวน 20 จุด กระจายทั่วทั้งถนนกลาง จากผลการตรวจวัดระดับเสียงที่เกิดขึ้นบนถนนกลางในวันธรรมดา ทำการวัดความดังของเสียง 3 จุด คือ บริเวณหัวถนน กลางถนน และปลายถนนกลาง คิดเฉลี่ยเท่ากับ 58 เดซิเบล ส่วนใหญ่เสียงดังมาจากรถที่วิ่งผ่านไปมาบนถนน

4. คุณภาพอากาศ ชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ตมีค่าคุณภาพอากาศเท่ากับ 13 จัดอยู่ในระดับสีฟ้า คือ คุณภาพดีมาก (0-25) เมื่อพิจารณาถึงแหล่งที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านคุณภาพอากาศ พบว่า บริเวณชุมชนย่านเมืองเก่ามีพื้นที่ก่อสร้าง จำนวน 1 แห่ง ซึ่งสามารถเป็นต้นเหตุของฝุ่นภายในบ้านได้ โดยเมื่อเข้าไปทดสอบภายในบ้านของชุมชน พบว่า มีความหนาแน่นของฝุ่นละอองภายในบ้านเป็นปกติ คือมีฝุ่นเบาบางทุกวัน ทั้งนี้เนื่องจากภายในชุมชนมีการจราจรตลอดทั้งวัน ประกอบกับกระแสลมพัดมาจากทิศเหนือด้วย

5. การแบ่งเขตการใช้ประโยชน์ ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตได้ประกาศเขตย่านเมืองเก่า โดยมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 2.71 ตารางกิโลเมตร ชุมชนมีแผนในการจัดการการแบ่งเขตพื้นที่และการพัฒนาเมืองเก่า โดยการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) โซนสีแดง มีเนื้อที่

210 ไร่ รวมไปถึงถนน 10 สาย ได้แก่ ถนนกลาง ถนนกระบี่ ถนนตึก ถนนพังงา ถนนสตูล ถนนรัชฎา ถนนเยาวราช ถนนภูเก็ต ถนนเทพกระษัตรี และซอยรมณีย์ ซึ่งการประกาศพื้นที่โซนไข่แดงนั้นจะเข้มงวดในการควบคุมและก่อสร้างอาคารบ้านเรือน สำหรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิทัศน์หรืออาคารที่ไม่สอดคล้องกับภูมิสถาปัตยกรรมดั้งเดิมของชุมชนย่านเมืองเก่าในปัจจุบัน พบเห็นประมาณ 3 แห่ง ตั้งอยู่บนถนนเยาวราช ซึ่งมีลักษณะสร้างอาคารใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น 3-4 ปี ที่ผ่านมา ลักษณะการสร้างไม่ได้เชื่อมโยงความเป็นเอกลักษณ์ของอาคารเมืองเก่า 2) โซนไข่ขาว คือบริเวณรอบๆ พื้นที่โซนไข่แดง ซึ่งจะมีการพิจารณาในการพัฒนาหรือก่อสร้างอาคารบ้านเรือนเป็นรายๆ ไป

ผลการกำหนดมาตรการในการจัดการสิ่งแวดล้อม มาตรการที่ 1 การลดปริมาณขยะ รณรงค์หรือสร้างความร่วมมือร่วมกันกับผู้ค้าขาย เช่น การลดการใช้วัสดุที่ก่อให้เกิดขยะ ใช้วัสดุที่สามารถซ้ำได้ (จานถ้วย แก้วจากส่วนกลางแล้วนำกลับมาใช้ยังจุดบริการเสียค่าธรรมเนียมหากไม่นำมาคืน) การจำกัดปริมาณวัสดุที่ก่อให้เกิดขยะใช้แล้วทิ้งต่อวัน (ถุงพลาสติก ถ้วยโฟม ขวดพลาสติก) การใช้วัสดุจากธรรมชาติ เป็นต้น มาตรการที่ 2 การจัดการปัญหาคุณภาพน้ำ สร้างความร่วมมือกับทางเทศบาลนครภูเก็ต และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ช่วยแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพน้ำ โดยเฉพาะคุณภาพน้ำประปา

อภิปรายผล

การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับการบริหารจัดการทางด้านการท่องเที่ยวให้ดำเนินไปในแนวทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับบริบทแต่ละพื้นที่เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลตามแนวคิดของ จิราภา ปราเตรา ดิเอส และคณะ (2561) นำไปสู่การรักษาประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต

และสิ่งแวดล้อม รวมถึงพัฒนาเศรษฐกิจให้กับคนในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม แต่ในขณะเดียวกันองค์ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้เป็นองค์ความรู้ความเข้าใจเฉพาะกลุ่มที่นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ หรือองค์กรที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว ควรนำเสนอความสำคัญหรือคุณประโยชน์ของเรื่องเหล่านี้ให้ประจักษ์ชัดมากขึ้น โดยเฉพาะการออกแบบเครื่องมือและการวัดผลขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนต่างๆ ได้เข้าใจได้เข้าถึง และนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง ซึ่งควรเป็นไปตามแนวคิดของ กิตติ อริยานัน (2552) รวมถึงความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในขณะเดียวกันชุมชนต้องมีความพร้อมมีความสามารถในการบริหารจัดการชุมชนของตนเองได้ในเบื้องต้น โดยเฉพาะส่วนของการมีผู้นำ มีตัวแทน หรือคณะกรรมการของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ พร้อมเสียสละและทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อประสานงาน สร้างความเข้าใจกับคนภายในชุมชนด้วยตนเอง และเป็นตัวแทนของชุมชนประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อให้การทำงานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน เป็นภาพโดยรวมของชุมชน การดำเนินการตามมาตรการเพื่อจัดการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมจึงจะสำเร็จ เกิดการขับเคลื่อนแก้ไขปัญหายั่งยืนเป็นรูปธรรมและนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ บัณฑิต อ่อนดำ (2536) ที่ระบุว่าถ้าประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ แล้ว ประชาชนจะยินดีให้ความร่วมมือหรือมีพันธกรณี (Commitment) ในเรื่องนั้นๆ ทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมสำเร็จลุล่วงไปได้ ผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าภูเก็ต ส่วนหนึ่งมาจากการ

เติบโตของการท่องเที่ยว โดยไม่มีการวางแผนจัดการ และมีมาตรการควบคุมที่มาจากความร่วมมือในการกำหนดของประชาชนในพื้นที่ สอดคล้องกับ วรินทร์ สังข์ทอง และอารีย์ภา ถิรสัตยาพิทักษ์ (2562) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา ย่านเมืองเก่าภูเก็ต” ที่ระบุว่าปัญหาสำคัญที่สุดของเมืองท่องเที่ยวในไทยคือ โครงสร้างพื้นฐานเมืองไม่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานสามารถพัฒนาได้ช้าด้วยการลงทุนที่สูงและอุปสรรคของการดำเนินนโยบาย ความท้าทายสำคัญในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ปัญหาการสัญจรทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง โดยเฉพาะในด้านการขนส่งสาธารณะ ปัญหาการจัดการขยะและน้ำเสีย ปัญหาการขาดแคลนน้ำใช้และปัญหาคูณภาพอากาศในเมือง เมืองท่องเที่ยวชั้นนำทุกแห่งประสบกับปัญหาเหล่านี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะต่อองค์กร องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน ควรศึกษาทำความเข้าใจชุมชนเบื้องต้นก่อน เพื่อการตัดสินใจเลือกพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา ทำการประเมินสถานการณ์ความพร้อมด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาหลังเสร็จสิ้นโครงการหรืองานวิจัย ในขณะเดียวกันองค์กรที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ควรทำงานเชิงรุกคอยสนับสนุนและเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชนในการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

2. ข้อเสนอแนะต่อชุมชน ชุมชนควรทบทวนสถานการณ์ สภาพ ปัญหา ความต้องการ ทิศทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาของชุมชนในเบื้องต้น รวมถึง

ความพร้อมด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ทำการวิเคราะห์ถึงศักยภาพ ความพร้อม ก่อนมีการประเมินขีดความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาเครื่องมือให้เหมาะสมกับแต่ละชุมชน หรือปรับปรุงตัวบ่งชี้ เนื่องจากสภาพบริบทของชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากกระแสการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาชุมชน. (2562, 30 ตุลาคม). *การจัดประเภทชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี*. สืบค้นจาก <https://cep.cdd.go.th/otop-นวัตวิถี/การจัดประเภทชุมชนท่องเที่ยว>.
- กิตติ อริยานันท์. (2548). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กรณีศึกษาอุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- จิราภา ปราเดรา ดิเอส, พรณนิภา ดอกไม้งาน, ปณต มโนมัยวิบูลย์, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และอภิสม อินทรลาวัลย์. (2561). *มองรู้ ดูออก บอกต่อ การจัดทำชุดความรู้และกระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเทคนิค การปฏิบัติงานของ อพท. ตามแนวทางของหลักเกณฑ์ GSTC (Global Sustainable Tourism Criteria)*. กรุงเทพฯ: บริษัท ภูมิปัญญาไทยพัฒนา จำกัด.
- บัณฑิต อ่อนดำ. (2536). *กระบวนการปรับปรุงและพัฒนากลุ่มองค์กรประชาชนเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรินทร์ สังข์ทอง และอารีย์ภา ถิรสัตยาพิทักษ์. (2562).

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา ย่านเมือง
เก่าภูเก็ต. วารสารการการท่องเที่ยวไทย
นานาชาติ, 15(1), 10-21.

วิภาดา ศุภรัฐปรีชา. (2553). ผลกระทบจากการ
ท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน
วัดเกต เชียงใหม่. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

เทียมสุรย์ สิริศรีศักดิ์ และกฤษณะ แพทย์จะเกร็ง.

(2561). ปริทัศน์สถานภาพความรู้ เรื่องความ
เหลื่อมล้ำในเมืองท่องเที่ยว. วารสารสังคม
วิทยาและมานุษยวิทยา, 44(1). 41-46.

ปัญหาการพิจารณาพยานหลักฐานในการออกหมายจับ ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66

Problems Consideration of Evidence for Issuing an Arrest Warrant Under Section 66 of the Criminal Procedure Code

มานพ ประवालลัญฉกร^{1*} ชนินาฏ ลีดส์² สิริพันธ์ พลรบ²

Manop Pravanlunchagron^{1*} Chaninat Leeds² Siriphan Pholrop²

Corresponding author's E-mail: Manopz52050@gmail.com¹

(Received: October 22, 2020; Revised: January 4, 2021; Accepted: January 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกหมายจับในคดีอาญา 2) ศึกษาหลักกฎหมายเกี่ยวกับการจับและการออกหมายจับตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ 3) เพื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบเกี่ยวกับแนวคิด เหตุ และขั้นตอนในการออกหมายจับระหว่างกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ 4) เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเหตุในการออกหมายจับ ให้การวิจัยทางเอกสาร

ผลการศึกษาพบว่า 1) การออกหมายจับของไทยสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการยุติธรรมทางอาญารูปแบบการควบคุมอาชญากรรม 2) เหตุในการออกหมายจับตามกฎหมายไทยเปิดโอกาสให้ศาลใช้ดุลพินิจซึ่งน้ำหนักได้อย่างมากในการออกหมายจับ ประเทศอังกฤษการจับโดยมีหมายจับที่ออกโดยศาลมีน้อยมากในปัจจุบัน ประเทศสหรัฐอเมริกาอาศัยพยานหลักฐานเป็นหลักสำคัญในการออกหมายจับ ส่วนประเทศฝรั่งเศสนั้นเหตุในการออกหมายจับ คือ บุคคลนั้นหลบหนีหรือพำนักอาศัยอยู่นอกอาณาเขตของฝรั่งเศส 3) การออกหมายจับของไทยเป็นอำนาจของศาลเท่านั้นเช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ที่แตกต่างคือประเทศสหรัฐอเมริกาและฝรั่งเศส พนักงานอัยการจะมีส่วนร่วมในการขั้นตอนของการออกหมายจับ และประเทศสหรัฐอเมริกาผู้ถูกออกหมายจับมีสิทธิโต้แย้งการออกหมายจับได้ และให้ความสำคัญกับเหตุอันควรเชื่อได้ในการออกหมายจับ 4) ควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมด้วยคำด้วยบทมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาทั้งอนุมาตรา (1) และอนุมาตรา (2) ที่เดิมบัญญัติว่า “เมื่อมีหลักฐานตามสมควรว่าบุคคลใดน่าจะได้กระทำความผิดอาญา” แก้ไขเป็น “เมื่อมีหลักฐานตามสมควรที่มีเหตุอันควรเชื่อว่าคุณคนใดได้กระทำความผิดอาญา”

คำสำคัญ: หมายจับ การพิจารณาพยานหลักฐาน เหตุในการออกหมายจับ

Abstract

The objectives of this thesis were: 1) to study concepts, theories for issuing arrest warrants in criminal cases; 2) to study legal principles regarding arrest and issuing arrest warrants according to Thai Law and foreign law; 3) to study analyze and comparison about concept, cause and procedure for issuing

¹ นักศึกษาลัทธิสุตฺรนิคคาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

² อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

¹ Master's Student, Master of Laws, School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University

² Lecturers, School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University

an arrest warrant between Thai law and foreign law; and 4) find ways to amend the law related to the cause of the arrest warrant. Which is documentary research.

The results of the thesis found that: 1) the issuance of a Thai court arrest warrant be in line with The Crime Control Model; 2) causes for issuing an arrest warrant according to Thai law give court a chance can be weighed by discretion when issuing an arrest warrant. In England, at present there are very few arrests by court warrants. The United States relies heavily on evidence for arrest warrants. In France, the reason for an arrest warrant is that the person escapes or resides outside the French territory; 3) the issuance of a Thai arrest warrant is the jurisdiction of the courts only same as England, United States of America and France. The difference between United States of America and France is that the prosecutor will be involved in the process of issuing a warrant and in the United States, those issued with an arrest warrant have the right to dispute the issuance of an arrest warrant and focus on probable cause in issuing a warrant for arrest; and 4) there should be amendments to the text, section 66 of the Criminal Procedure Code, both subsection (1) and subsection (2) original provisions "When there is the evidence as may be reasonable to anyone likely to have committed the criminal offence" edit to "When there is the evidence as may be reasonable to probable cause that anyone have committed the criminal offence"

Keywords: arrest warrants, consideration of evidence, causes for issuing an arrest warrant

ความเป็นมาของปัญหา

การดำเนินคดีอาญาตามระบบวิธีพิจารณาความอาญานั้น จำเป็นที่จะต้องมิตัวหรือได้ตัวผู้ที่ถูกกล่าวหาว่าได้กระทำความผิดอาญามาเข้าสู่กระบวนการขั้นตอนของการดำเนินคดีอาญา เพื่อที่จะได้ดำเนินคดีไปตามขั้นตอนตามที่กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญากำหนดไว้ เช่น การแจ้งข้อกล่าวหา การถามคำให้การ การนำตัวไปฟ้องคดีต่อศาล การดำเนินคดีในชั้นศาล จนนำไปสู่การลงโทษผู้กระทำความผิด จึงจำเป็นที่จะต้องมิตัวหรือเครื่องมือที่เป็นมาตรการบังคับในทางอาญา ที่เรียกว่า "การจับ" เข้ามาเกี่ยวข้อง หรือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินคดีอาญา แต่ถึงกระนั้น การจับก็เป็นเรื่อง ที่กระทบต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคลเป็นอย่างมาก ทำให้องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ได้มีการจัดทำปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights)

(กระทรวงการต่างประเทศ, 2551) โดยได้วางหลักเกี่ยวกับการจับไว้ในข้อ 9 ว่าการจับบุคคลใดจะทำตามอำเภอใจมิได้ นอกจากนี้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 28 วรรคสอง ได้วางหลักเกี่ยวกับการจับว่าโดยหลักแล้วห้ามมิให้จับกุมบุคคลใด เว้นแต่จะมีคำสั่งหรือหมายของศาล รวมไปถึงประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 78 ที่ห้ามมิให้จับบุคคลใด เว้นแต่จะมีหมายจับหรือคำสั่งของศาลหรือเข้าข้อยกเว้น

ในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการออกหมายจับของศาลกลับพบว่า เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายในการที่พนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจจะไปร้องขอให้ศาลออกหมายจับให้ เพราะเหตุในการออกหมายจับตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา บัญญัติว่า

“เหตุที่จะออกหมายจับได้มีดังต่อไปนี้

(1) เมื่อมีหลักฐานตามสมควรว่าบุคคลใดน่าจะได้กระทำความผิดอาญา ซึ่งมีอัตราโทษจำคุกอย่างสูงเกินสามปี หรือ

(2) เมื่อมีหลักฐานตามสมควรว่าบุคคลใดน่าจะได้กระทำความผิดอาญาและมีเหตุอันควรเชื่อว่า จะหลบหนี หรือจะไปยุ่งเหยิงกับพยานหลักฐาน หรือก่อเหตุอันตรายประการอื่น...”

น้ำหนักของพยานหลักฐานเพียงแค่นี้หลักฐานตามสมควรว่าบุคคลใด “น่าจะ” ได้กระทำความผิดก็เพียงพอแล้วในการที่ศาลจะออกหมายจับได้ ซึ่งทำให้ในหลายครั้งที่มีการออกหมายจับที่เป็นการจับผิดตัวหรือจับผู้ที่ไม่ได้กระทำความผิดมาเข้าสู่กระบวนการยุติธรรม ดังเช่นที่เคยมีพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ว่า มีหญิงสาวคนหนึ่งไปสร้างเรื่องเท็จขึ้นมาว่าถูกแฟนกับพวกกรูมทำร้ายร่างกาย พยายามรุมโทรม และปล้นทรัพย์ ได้ไปตระเวนแจ้งความร้องทุกข์กับตำรวจนครบาลและตำรวจที่ถนนพหลโยธินถึง 5 คดี แล้วมีการออกหมายจับหญิงสาวคนหนึ่งที่เป็นคนจังหวัดเชียงใหม่และเคยเข้ากรุงเทพฯ ครั้งเดียวในชีวิต กลับถูกออกหมายจับ ต่อมาทางตำรวจ 191 ตรวจสอบเหตุพบว่าคำให้การของหญิงสาวที่สร้างเรื่องเท็จมีพิรุณ รวบรวมหลักฐานย้อนรอยออกหมายจับสาวแสนน่าตัวมาสอบสวน จนเปิดปากรับสารภาพว่าเป็นเรื่องโกหก ทำไปเพราะต้องการเรียกร้องความสนใจจากแฟน”(ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2559)

การออกหมายจับอย่างผิดพลาดจึงพบได้ในทางปฏิบัติอยู่เสมอ ทั้งนี้เพราะศาลมักจะออกหมายจับให้ตามที่เจ้าหน้าที่ตำรวจร้องขอเนื่องจากพยานหลักฐานที่ทางเจ้าหน้าที่ตำรวจรวบรวมมาเป็นพยานหลักฐานที่มีน้ำหนักเพียงแค่ว่า “น่าจะ” ว่าได้กระทำความผิด ก็นำไปสู่การออกหมายจับได้แล้วตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามาตรา 66 ดังนั้น พยานหลักฐานที่เจ้าหน้าที่ตำรวจรวบรวมมาจึงเป็นพยานหลักฐานในเบื้องต้นเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นพยานหลักฐานที่มี

น้ำหนักถึงขนาดทำให้ศาลแน่ใจหรือหมดสิ้นความสงสัยว่าจำเลยได้กระทำความผิด นอกจากนี้การกลั่นกรองการออกหมายจับโดยศาลก็อาจไม่มีการพิจารณาพยานหลักฐานที่พิสูจน์ถึงเหตุออกหมายจับอย่างถี่ถ้วนเพียงพอ (ปาลิดา ไตรสารศรี, 2554)

นอกจากนี้ยังมีนักกฎหมายบางท่านอาจเห็นว่ขั้นตอนในการจับก็เป็นเพียงให้ได้ตัวผู้ถูกกล่าวหาเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมเพื่อพิสูจน์ความผิดกันต่อไป พยานหลักฐานที่ใช้ในการนำไปสู่การออกหมายจับจึงมีน้ำหนักเพียงแค่ว่าระดับ “น่าจะ” ก็เพียงพอแล้ว ดังที่ ฅรงค์ ใจหาญ (2552) กล่าวว่า “การรับฟังพยานหลักฐานเพื่อพิจารณาอนุญาตให้ออกหมายจับ ผู้พิพากษาไม่จำเป็นต้องถือเคร่งครัดเช่นเดียวกับการรับฟังพยานหลักฐานที่ใช้พิสูจน์ความผิดของจำเลย เช่นนี้เพราะกฎหมายให้เจ้าพนักงานมีอำนาจจับเพื่อป้องกันอาชญากรรม หรือป้องกันมิให้มีการทำลายพยานหลักฐาน หรือการที่จะไม่ได้ตัวผู้นั้นเพราะหลบหนี แต่หากจับตัวมาแล้วเห็นว่าไม่จำเป็นต้องเอาตัวไว้ก็ปล่อยตัวผู้ถูกจับไปได้”

และยังมีข้อบังคับที่ออกโดยประธานศาลฎีกาสำหรับการรับฟังพยานหลักฐานในการออกหมายจับว่า “ผู้พิพากษาไม่จำเป็นต้องถือเคร่งครัดเช่นเดียวกับการรับฟังพยานหลักฐานที่ใช้พิสูจน์ความผิดของจำเลย” นั่นก็ถือเป็นการวางหลักว่าในการพิสูจน์ข้อเท็จจริงในการออกหมายจับนั้น ให้ถือการพิสูจน์ว่ามีมูลเป็นเกณฑ์ ไม่จำเป็นต้องพิสูจน์จนสิ้นข้อสงสัยแต่อย่างใด (คณิต ฅ นร, 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่ากรณีที่บุคคลใดต้องถูกจับกุมดำเนินคดีอาญาเป็นเรื่องที่กระทบต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคลนั้นเป็นอย่างมาก และยังต่อเสียเวลาเสียเงินในการต่อสู้คดีต้องยื่นคำร้องขอปล่อยชั่วคราว รวมถึงความวิตกกังวลในการต่อสู้คดี การออกหมายจับในกระบวนการยุติธรรมทางอาญานั้น ศาลเป็นองค์กรเดียวที่มีอำนาจในการที่จะออกหมายจับบุคคลใด ศาลจึงมีหน้าที่ที่จะต้อง

ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของบุคคลทั่วไปในขั้นตอนก่อนการพิจารณาคดีด้วย เช่น การพิจารณาพยานหลักฐานก่อนออกหมายจับบุคคลใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกหมายจับในคดีอาญา
2. เพื่อศึกษาหลักกฎหมายเกี่ยวกับการจับและการออกหมายจับตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบเกี่ยวกับแนวคิด เหตุ และขั้นตอนในการออกหมายจับระหว่างกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ
4. เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเหตุในการออกหมายจับ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษาเป็นการวิจัยทางกฎหมายโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยการศึกษจากเอกสาร (Documentary research)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การค้นคว้ารวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary sources of Law) และจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary sources of Law)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลเอกสารในการวิจัยรวบรวมทั้งจากหนังสือ (Text) เอกสาร (Document) ต่างๆ ทั้งภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ รวมถึงสื่อในรูปแบบอื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ และคำพิพากษาศาลฎีกา ที่อธิบายหรือมีเนื้อหาเกี่ยวกับการออกหมายจับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมให้เป็นระบบ จากนั้นใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาของไทยและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวกับเหตุในการออกหมายจับ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัญหาการพิจารณาพยานหลักฐานในการออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66” ได้ผลการวิจัยโดยแบ่งหัวข้อตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. วิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกหมายจับในคดีอาญา

การออกหมายจับในคดีอาญานั้นมีแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญที่ควรพิจารณาก่อนที่จะออกหมายจับบุคคลใด ดังนี้

1.1 สิทธิเสรีภาพของบุคคลผู้ถูกจับ จากการวิเคราะห์พบว่า การออกหมายจับบุคคลใดเป็นเรื่องที่กระทบต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคลผู้ถูกจับ ในทางทฤษฎีจึงอาจถือได้ว่าเป็นการกระทำของรัฐที่ขัดกับหลัก “ข้อสันนิษฐานความเป็นผู้บริสุทธิ์ (Presumption of Innocence)” ผู้วิจัยพบว่าการออกหมายจับของศาลส่วนใหญ่ที่พบในทางปฏิบัติ การออกหมายจับจะสะท้อนถึงแนวคิดที่ว่า “จับมาไว้ก่อน เพราะเป็นเพียงการดำเนินการในเบื้องต้น ถ้าสุดท้ายไม่ใช่ผู้กระทำผิดก็ปล่อยตัวไปได้” ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่าเป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญกับทางด้านฝ่ายผู้เสียหายในคดีอาญาด้วย เพราะการให้ความสำคัญกับแนวคิดการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของบุคคลมากเกินไปก็อาจจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการควบคุมและปราบปรามอาชญากรรม นั่นคือทำให้อาชญากร

มีโอกาสหลุดรอดพ้นจากการถูกดำเนินคดีไปได้ โดยเฉพาะระบบวิธีพิจารณาความอาญาของไทยซึ่งเป็นระบบกล่าวหาจำต้องมีตัวผู้ถูกกล่าวหาว่าได้กระทำความผิดมาเข้าสู่กระบวนการพิจารณาคดี จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับผู้เสียหายในคดีอาญาด้วย

1.2 การออกหมายจับของศาลกับแนวคิดกระบวนการยุติธรรมทางอาญา ประเด็นที่จะวิเคราะห์คือแนวคิดกระบวนการยุติธรรมทางอาญาของไทยที่เกี่ยวข้องกับเฉพาะการออกหมายจับนั้นสอดคล้องกับกระบวนการยุติธรรมทางอาญารูปแบบใดระหว่างรูปแบบกระบวนการอันชอบธรรม (The Due Process Model) กับรูปแบบการควบคุมอาชญากรรม (The Crime Control Model) จากการศึกษาที่มีประเด็นของข้อมูลที่จะนำมาพิจารณาได้ดังนี้

แม้ว่าเหตุในการออกหมายจับตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา “จะต้องมีหลักฐานตามสมควรว่าบุคคลใดน่าจะได้กระทำความผิดอาญา” แต่พบว่าขั้นตอนการออกหมายจับเป็นเรื่องราวระหว่างพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจกับศาลเท่านั้น โดยที่ยกการไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกลั่นกรองถึงเหตุในการออกหมายจับแต่อย่างใด และรวมถึงผู้ที่ถูกกล่าวหาว่าได้กระทำความผิดก็ไม่มีสิทธิตามกฎหมายที่จะขอคัดค้านพยานหลักฐานที่ใช้ในการออกหมายจับแต่อย่างใด และมีคำพิพากษาฎีกาที่ตัดสินว่าคำสั่งของศาลในการอนุมัติออกหมายจับไม่สามารถที่จะอุทธรณ์ได้แย้งได้ แนวคิดกระบวนการยุติธรรมทางอาญาที่เกี่ยวกับผู้มีอำนาจออกหมายจับ

และเมื่อได้ศึกษาถึงข้อมูลการอนุมัติออกหมายจับของศาลชั้นต้นตามคำร้องขอของเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือพนักงานสอบสวนในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 คำสั่งศาลในการอนุมัติออกหมายจับให้สูงถึงร้อยละ 93.65 (ศาลยุติธรรม, ม.ป.ป.(ก)) และในปีงบประมาณ

พ.ศ. 2561 คำสั่งศาลในการอนุมัติออกหมายจับให้สูงถึงร้อยละ 91.82 (ศาลยุติธรรม, ม.ป.ป.(ข)) อาจสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดที่ว่า “จับไว้ก่อน แล้วค่อยหาหลักฐานภายหลัง” สอดคล้องกับรูปแบบการควบคุมอาชญากรรม (The Crime Control Model) ซึ่งมีแนวคิดที่มุ่งเน้นการปราบปรามอาชญากรรมโดยมุ่งเน้นการลงโทษ (Punishment) เป็นหลัก

2. วิเคราะห์การออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาของไทย

การออกหมายจับโดยหลักจะต้องเป็นไปตามบทบัญญัติที่ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาได้บัญญัติไว้ แบ่งหัวข้อประเด็นการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 การออกหมายจับกับแนวคิดของการดำเนินคดีอาญาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาบปัจจุบัน หลังจากที่มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ซึ่งให้ความสำคัญอย่างมากกับแนวคิดเรื่องการรับรองคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนทำให้บทบัญญัติของประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาในปัจจุบันได้มุ่งเน้นไปที่การรับรองและคุ้มครองสิทธิของผู้ต้องหาหรือจำเลยรวมไปถึงสิทธิในการที่จะเปิดโอกาสให้ผู้ต้องหาหรือจำเลยได้ต่อสู้คดีได้อย่างเต็มที่

สำหรับการออกหมายจับของศาลตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญานั้น จากข้อมูลของการสำรวจเอกสารผู้วิจัยเห็นว่าศาลอาจมิได้เคร่งครัดคำนึงถึงการนำหลักเกณฑ์กฎหมายลักษณะพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์ “การชั่งน้ำหนักพยานหลักฐาน” มาใช้ในขั้นตอนของการพิจารณาออกหมายจับมากนัก อาจจะมีสาเหตุอันเนื่องมาจาก “ข้อบังคับของประธานศาลฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการออกคำสั่งหรือหมายอาญา พ.ศ. 2548” (ราชกิจจานุเบกษา, 2548) ข้อ 18 ของข้อบังคับได้วางหลักเกี่ยวกับการใช้พยานหลักฐานในการออกหมายจับไว้ว่า “ในการรับฟัง

พยานหลักฐานเพื่อพิจารณาอนุญาตให้ออกหมายจับหรือหมายค้น ผู้พิพากษาไม่จำเป็นต้องถือเคร่งครัดเช่นเดียวกับการรับฟังพยานหลักฐานที่ใช้พิสูจน์ความผิดของจำเลย” ทำให้สามารถนำเอาพยานหลักฐานทุกประเภทที่แม้จะเป็นพยานหลักฐานที่ต้องห้ามมิให้รับฟังในชั้นสืบพยานในศาล เช่น พยานบอกเล่า พยานขัดทอด พยานหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดในอดีตของผู้ต้องหา เป็นต้น สามารถนำมาแสดงต่อศาลในชั้นของการขอให้ออกหมายจับได้หมด ทั้งที่พยานหลักฐานบางชั้นที่ต้องห้ามมิให้รับฟังเมื่อมาถึงในชั้นสืบพยานก็อาจถูกตัดออกไม่สามารถนำมาใช้ได้

ผู้วิจัยเห็นว่า ทางปฏิบัติในการออกหมายจับของศาลจึงอาจไม่สอดคล้องกับแนวคิดภาพรวมของการดำเนินคดีอาญาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาในปัจจุบันซึ่งให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของบุคคลรวมถึงผู้ต้องหาหรือจำเลย

2.2 การชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ผู้วิจัยเห็นว่าในขั้นตอนของการพิจารณาเพื่อออกหมายจับของศาล แม้เหตุในการออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66 จะบัญญัติแต่ว่า “มีพยานหลักตามสมควรว่าน่าจะกระทำความผิด” โดยที่ไม่มีถ้อยคำว่า “ให้ศาลชั่งน้ำหนักพยานหลักฐาน” ก็ตาม ศาลก็ควรนำหลักเกณฑ์ว่าด้วย “การชั่งน้ำหนักพยานหลักฐาน” มาใช้ด้วยในการพิจารณาพยานหลักฐานที่เป็นเหตุในการออกหมายจับ โดยมาตรฐานการพิสูจน์ที่ศาลควรนำมาใช้ในการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานเพื่อออกหมายจับ คือ มาตรฐานการพิสูจน์ระดับที่หนึ่งซึ่งเป็นมาตรฐานการพิสูจน์ในระดับที่ต่ำสุด คือ การพิสูจน์ให้เห็นถึงเหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) นั่นเอง และผู้วิจัยเห็นว่า มาตรฐานการพิสูจน์ทุกระดับนั้นจะต้องคำนึงถึงหลัก “ข้อสันนิษฐานความเป็นผู้บริสุทธิ์” (Presumption of

Innocence)” มิใช่ทำให้นำมาใช้เฉพาะในขั้นตอนของการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานเพื่อลงโทษจำเลยเท่านั้น

2.3 น้ำหนักพยานหลักฐานที่เป็นเหตุในการออกหมายจับตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ประเด็นที่จะวิเคราะห์ คือ คำว่า “มีพยานหลักฐานตามสมควรว่าบุคคลใดน่าจะได้กระทำความผิดอาญา” ซึ่งเป็นถ้อยคำที่เป็นเหตุในการออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66 นั้น สอดคล้องกับหลักเหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) ที่เป็นมาตรฐานการพิสูจน์ในระดับที่หนึ่งหรือไม่ พบว่า ถ้อยคำว่า มี “พยานหลักฐานตามสมควร” ตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เห็นได้ว่าระดับมาตรฐานการพิสูจน์ในระดับเหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) ต้องมีพยานหลักฐานที่แสดงถึงหลักความเป็นไปได้ (Fair probability) ถ้อยคำ มี “พยานหลักฐานตามสมควร” จึงสอดคล้องกับหลักเหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) แล้ว

ส่วนคำว่า “น่าจะได้กระทำความผิด” พบว่า ความเป็นไปได้ที่บุคคลนั้นจะเป็นผู้กระทำความผิดนั้นตามหลักเหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) ไม่ได้อาศัยความเชื่อทางในอัตวิสัย (Subjective) ของศาลและเจ้าหน้าที่เท่านั้นว่าบุคคลนั้นมีความเป็นไปได้ แต่จะต้องอาศัยความเชื่อในทางภาวะวิสัย (Objective) คือ ความเชื่อของวิญญูชนด้วย ผู้วิจัยเห็นว่าคำว่า “น่าจะ” ที่เป็นถ้อยคำตามตัวบทมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาเป็นถ้อยคำที่ไม่สอดคล้องกับหลักเหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) เพราะเป็นถ้อยคำที่อาจจะทำให้ศาลตีความว่าเป็นดุลพินิจโดยอิสระอย่างเต็มที่ของศาลในการพิจารณาออกหมายจับโดยไม่ต้องคำนึงถึงการนำมาตรฐานการพิสูจน์เหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) มาใช้ในการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานในการออกหมายจับแต่อย่างใด

2.4 พยานหลักฐานที่ใช้ในการออกหมายจับ จากการศึกษาถึงข้อมูลเกี่ยวกับพยานหลักฐานที่นำมาใช้ในการประกอบการออกหมายจับพบว่า ศาลอาจจะไม่ได้เคร่งครัดในการที่จะนำเอาหลักเกณฑ์เกี่ยวกับกฎหมายลักษณะพยานหลักฐานมาใช้แต่อย่างใด เช่น หลักการห้ามรับฟังพยานหลักฐานก็อาจจะไม่ได้ถูกนำมาใช้ ทำให้พนักงานสอบสวนอาจจะนำเสนอพยานหลักฐานได้ทุกประเภทต่อศาลโดยที่ไม่มีข้อจำกัดแต่อย่างใด ไม่ว่าจะเป็นพยานหลักฐานที่เกิดขึ้นโดยไม่ชอบ พยานหลักฐานที่เกิดขึ้นโดยชอบแต่ได้มาโดยไม่ชอบ พยานบอกเล่า พยานขัดทอดของผู้ต้องหา ก็นำมาใช้เป็นเหตุในการยื่นต่อศาลเพื่อให้ศาลออกหมายจับได้ทั้งสิ้น โดยที่ไม่ต้องคำนึงถึงบทตัดพยานหลักฐานแต่อย่างใด แต่พยานหลักฐานเหล่านี้ส่วนใหญ่เมื่อไปถึงในชั้นพิจารณาสืบพยานในศาลก็ไม่ว่าจะให้เป็นพยานหลักฐานในการพิสูจน์ความผิดของจำเลยได้ เพราะต้องถูกตัดออกด้วยหลักเกณฑ์ของกฎหมายลักษณะพยานที่ว่าด้วยพยานหลักฐานที่ต้องห้ามมิให้รับฟัง ซึ่งในบางครั้งศาลก็ต้องยกฟ้องในท้ายที่สุด แต่สิทธิเสรีภาพของบุคคลนั้นก็ต้องถูกระงับไปแล้ว

2.5 ข้อบังคับของประธานศาลฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการออกคำสั่งหรือหมายอาญา พ.ศ. 2548 ข้อ 18 กับการออกหมายจับตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ผู้วิจัยเห็นว่าข้อ 18 แห่งข้อบังคับฉบับนี้ไม่สอดคล้องกับหลักเหตุอันควรเชื่อ (Probable cause) อย่างชัดเจน เพราะการวางหลักให้ผู้พิพากษา “ไม่จำเป็นต้องตั้งถือเคร่งครัด” ในการรับฟังพยานหลักฐาน ก็หมายถึงการไม่ต้องถือเคร่งครัดในการซึ่งนำพยานหลักฐานด้วย

3. วิเคราะห์การเปรียบเทียบการออกหมายจับของประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจับ ประเทศที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการจับที่สอดคล้องกับรูปแบบกระบวนการ

อันชอบธรรม (The Due Process Model) ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส ซึ่งมีที่มาจากพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ของทั้งสองประเทศที่ให้ความสำคัญกับการรับรองคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของบุคคล ส่วนประเทศที่มีแนวคิดการจับที่สอดคล้องกับรูปแบบการควบคุมอาชญากรรม (The Crime Control Model) ได้แก่ ประเทศอังกฤษ และประเทศไทย สำหรับประเทศอังกฤษนั้นแต่เดิมมาในอดีตก็เน้นที่รูปแบบกระบวนการอันชอบธรรม (The Due Process Model) แต่ได้เปลี่ยนแนวคิดของกระบวนการยุติธรรมทางอาญามาเน้นที่แนวคิดการควบคุมอาชญากรรม (The Crime Control Model) หลังจากที่ใช้ประกาศใช้ The Police and Criminal Evidence Act 1984 ทำให้ตำรวจมีอำนาจจับได้อย่างกว้างขวาง โดยที่ไม่ต้องมีหมายจับ ผู้วิจัยเห็นว่าเหตุก็คงเนื่องมาจากการเกิดขบวนการแบ่งแยกดินแดนในไอร์แลนด์เหนือที่มีการลอบวางระเบิดและก่อเหตุร้ายต่างๆ เพื่อต้องการแยกตัวออกจากสหราชอาณาจักรโดยใช้ความรุนแรง

3.2 เหตุในการออกหมายจับ พบว่าเหตุในการออกหมายจับของไทยต้องอาศัยพยานหลักฐานที่เกี่ยวกับการกระทำความผิดเป็นหลักในการพิจารณาเพื่อออกหมายจับจึงเหมือนกับเหตุในการออกหมายจับของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีเหตุอันสมควรหรือสาเหตุที่น่าจะเป็น คือ หลักเหตุอันควรเชื่อ (Probable cause) ซึ่งก็ต้องอาศัยพยานหลักฐานที่เกี่ยวกับการกระทำความผิดเป็นหลักในการออกหมายจับ ส่วนของประเทศอังกฤษการจับโดยมีหมายจับนั้น เหตุในการออกหมายจับ คือบุคคลนั้นต้องได้กำลังกระทำหรือต้องสงสัยว่าได้กระทำความผิด ส่วนฝรั่งเศสนั้นเหตุในการออกหมายจับ คือ บุคคลนั้นหลบหนีหรือพำนักราชอาณาเขตของฝรั่งเศส ไม่ได้อาศัยพยานหลักฐานที่เกี่ยวกับการกระทำความผิดในการออกหมายจับแต่อย่างใด

3.3 ขั้นตอนการออกหมายจับ พบว่าทุกประเทศอำนาจในการออกหมายจับจะเป็นของศาลเท่านั้น ส่วนประเทศที่ขั้นตอนในการออกหมายจับที่มีพนักงานอัยการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกหมายจับ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส ส่วนประเทศไทยจะเหมือนกับประเทศอังกฤษ คือในขั้นตอนของการออกหมายจับ อัยการจะไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมตรวจสอบในการออกหมายจับ

3.4 การอุทธรณ์การออกหมายจับ พบว่าประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศส และไทย ไม่มีกฎหมายให้สิทธิผู้ที่ถูกออกหมายจับอุทธรณ์คำสั่งออกหมายจับได้ โดยของไทยนั้นมีแนวคำพิพากษาฎีกาตัดสินเป็นแนวบรรทัดฐานอย่างชัดเจนว่า คำสั่งออกหมายจับของศาลไม่สามารถโต้แย้งหรืออุทธรณ์ไปยังศาลอุทธรณ์ได้

4. วิเคราะห์ปัญหาของการพิจารณาพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานในการออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66

ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นต่าง ๆ ที่ได้วิเคราะห์ไปแล้วนำมาวิเคราะห์ถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักที่มุ่งศึกษา คือ “ปัญหาการพิจารณาพยานหลักฐานในการออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66” มาสังเคราะห์ว่าศาลได้มีพิจารณาพยานหลักฐานในการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานเพื่อออกหมายจับหรือไม่ ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยพบว่าศาลอาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการนำหลักเกณฑ์นี้มาใช้ ถือได้ว่าเป็น “ปัญหาของการพิจารณาพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐาน ในการออกหมายจับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66” นั่นเอง ซึ่งอาจมีสาเหตุได้ดังนี้

4.1 ศาลอาจเห็นว่าหลักเกณฑ์ของกฎหมายลักษณะพยานหลักฐานที่ว่าด้วยการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานนำมาใช้เฉพาะในขั้นตอนของการวินิจฉัยปัญหาข้อเท็จจริงจากพยานหลักฐานเพื่อลงโทษจำเลย

ตามมาตรา 227 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาเท่านั้น เพราะมาตรา 227 นี้ กฎหมายเขียนไว้ชัดเจนว่า “ให้ศาลใช้ดุลพินิจวินิจฉัยชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานทั้งปวง”

4.2 ข้อบังคับของประธานศาลฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการออกคำสั่งหรือหมายอาญา พ.ศ. 2548 ข้อ 18 ที่วางหลักเกี่ยวกับการออกหมายจับว่า “ในการรับฟังพยานหลักฐานเพื่อพิจารณาอนุญาตให้ออกหมายจับหรือหมายค้น ผู้พิพากษาไม่จำเป็นต้องถือเคร่งครัดเช่นเดียวกับการรับฟังพยานหลักฐานที่ใช้พิสูจน์ความผิดของจำเลย” คำว่า “ไม่จำเป็นต้องถือเคร่งครัด” ทำให้ศาลอาจเห็นว่าการพิจารณาเพื่อออกหมายจับนั้นไม่จำเป็นต้องนำเอาหลักเกณฑ์ว่าด้วยมาตรฐานการพิสูจน์พยานหลักฐานมาใช้ในการชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานแต่อย่างใด

4.3 มาตรฐานการพิสูจน์พยานหลักฐานสำหรับการออกหมายจับนั้นใช้ระดับที่หนึ่งซึ่งเป็นระดับต่ำสุดเหนือกว่าเพียงแค่สงสัยเท่านั้น และมาตรฐานการพิสูจน์นี้อาศัยเหตุอันควรเชื่อ (Probable cause) ซึ่งในทางปฏิบัติยังมีปัญหาในการให้คำจำกัดความที่ชัดเจน ทำให้เกิดความไม่ชัดเจนในการพิจารณาพยานหลักฐานเพื่อออกหมายจับ ทำให้ศาลอาจเห็นว่า “เพียงแค่สงสัย” ก็คือ “น่าจะ” ที่เป็นเหตุในการออกหมายจับได้แล้ว

4.4 แนวคิดที่มีต่อขั้นตอนการจับ ศาลอาจเห็นพ้องด้วยกับความคิดเห็นของนักกฎหมายส่วนใหญ่ที่ว่า การจับเป็นเพียงขั้นตอนแรกเพื่อให้ตัวบุคคลผู้ถูกกล่าวหาว่าได้กระทำความผิดมาเข้าสู่กระบวนการพิสูจน์ความผิดเท่านั้น เป็นเพียงขั้นตอนแรกของการเริ่มดำเนินคดีเท่านั้น เมื่อจับตัวมาแล้วก็ให้ปล่อยชั่วคราวได้ หรือสุดท้ายถ้ามิใช่ผู้กระทำความผิดก็ได้รับการปล่อยตัวไป

4.5 คำร้องขอออกหมายจับของเจ้าหน้าที่ผู้ร้องขอส่วนใหญ่อาจจะเป็นการร้องขอโดยที่ยังไม่มีการรวบรวมพยานหลักฐานอย่างเพียงพอที่จะให้อัยการสั่งฟ้องได้

แต่อาจจะร้องขอให้ศาลออกหมายจับเพื่อให้ได้ตัวผู้ถูกกล่าวหามาแล้วสืบเสาะแสวงหาพยานหลักฐานจากผู้ถูกจับ เรียกว่า “จับก่อนแล้วค่อยหาหลักฐาน” จึงทำให้จำนวนคำร้องให้ออกหมายจับมายังศาลมีจำนวนมาก การออกหมายจับจึงอาจมีลักษณะเป็นการใช้ดุลพินิจออกหมายจับให้ไปก่อน แล้วค่อยมาสืบพยานเอาผิดกันจริงๆ ในภายหลัง

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลของการที่ศาลอนุมัติหรือไม่อนุมัติการออกหมายจับให้ตามคำร้องขอของเจ้าหน้าที่หรือพนักงานสอบสวน เพราะประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาไม่ได้บัญญัติให้ศาลต้องให้เหตุผลในการไม่อนุมัติการออกหมายจับแต่อย่างใด ทำให้ไม่มีข้อมูลว่าการที่ศาลไม่อนุมัติออกหมายจับให้เพราะคำร้องขอไม่เข้าเหตุที่จะออกหมายจับได้ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 66 หรือไม่อย่างไร และจากผลการวิจัยซึ่งพบว่าการออกหมายจับของศาลไทยสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการยุติธรรมทางอาญารูปแบบควบคุมอาชญากรรม (The Crime Control Model) อาจเนื่องจากศาลได้คำนึงถึงสิทธิของฝ่ายผู้เสียหายด้วย และระบบวิธีพิจารณาความอาญาของไทยที่ใช้อยู่เป็นระบบกล่าวหาจึงจำเป็นที่จะต้องได้ตัวผู้ที่ถูกกล่าวหาว่าได้กระทำความผิดอาญามาเข้าสู่กระบวนการยุติธรรม ผู้วิจัยเห็นว่าผลการวิจัยในครั้งนี้ จะทำให้เจ้าหน้าที่รัฐทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะได้ใช้ความระมัดระวังรอบคอบก่อนที่จะจับบุคคลใดมาดำเนินคดี

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. การออกหมายจับของศาลสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการควบคุมอาชญากรรม (The Crime Control Model)

2. เหตุในการออกหมายจับตามกฎหมายไทยเปิดโอกาสให้ศาลใช้ดุลพินิจซึ่งน้ำหนักได้อย่างมากในการพิจารณาพยานหลักฐานก่อนออกหมายจับ และพบว่าคำสั่งศาลในการออกหมายจับไม่สามารถอุทธรณ์ต่อไปยังศาลอุทธรณ์ได้

3. การออกหมายจับของไทยเป็นอำนาจของศาลเท่านั้น เช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ที่แตกต่างคือประเทศสหรัฐอเมริกาและฝรั่งเศส พนักงานอัยการจะมีส่วนร่วมในการขั้นตอนของการออกหมายจับ และประเทศสหรัฐอเมริกาผู้ถูกออกหมายจับมีสิทธิโต้แย้งการออกหมายจับได้ และให้ความสำคัญกับเหตุอันควรเชื่อได้ (Probable cause) ในการออกหมายจับ

ข้อเสนอแนะ

1. คำว่า “พยานหลักฐานตามสมควร” นี้ คือระดับมาตรฐานการพิสูจน์ในระดับเหตุอันควรเชื่อได้ (Probable cause) แต่ในทางปฏิบัติก็พบปัญหาในการตีความวินิจฉัยที่ไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนแน่นอนทำให้ผู้พิพากษาแต่ละท่านก็อาจให้ความหมายที่แตกต่างกันไป ดังนั้นเหตุในการออกหมายจับตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาที่ใช้อยู่ควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมบทวิเคราะห์ศัพท์ในมาตรา 2 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา โดยเพิ่มบทวิเคราะห์คำว่า “พยานหลักฐานตามสมควร” หมายความว่า “พยานหลักฐานที่มีระดับน้ำหนักที่แสดงถึงความเป็นไปได้ที่ทำให้ศาลและวิญญูชนมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าบุคคลที่จะถูกออกหมายจับได้กระทำความผิดอาญา” ซึ่งจะสอดคล้องกับหลักเหตุอันควรเชื่อได้ว่า (Probable cause) เพื่อให้เกิดความชัดเจนถึงถ้อยคำดังกล่าว และแสดงถึงการให้ความสำคัญกับถ้อยคำดังกล่าวซึ่งอาจ

ทำให้มีการให้ความสำคัญกับการนำมาตรฐานการพิสูจน์พยานหลักฐานมาใช้ในการชี้แจงน้ำหนักพยานหลักฐานมากขึ้น

2. คำว่า “น่าจะ” ที่เป็นถ้อยคำในตัวบทมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เป็นถ้อยคำที่ผู้วิจัยเห็นว่าไม่สอดคล้องกับหลักเหตุอันควรเชื่อว่า (Probable cause) ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการตีความถึงมาตรฐานการพิสูจน์ได้ จึงควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมถ้อยคำตัวบทมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาทั้งหมดมาตรา (1) และอนุมาตรา (2) ที่เดิมบัญญัติว่า “*เมื่อมีหลักฐานตามสมควรว่าบุคคลใดน่าจะได้กระทำความผิดอาญา*” แก้ไขเป็น “*เมื่อมีหลักฐานตามสมควรที่มีเหตุอันควรเชื่อว่าบุคคลใดได้กระทำความผิดอาญา*” เห็นว่าจะสอดคล้องกับที่ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 59/1 วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า “*ก่อนออกหมาย จะต้องปรากฏพยานหลักฐานตามสมควรที่ทำให้ศาลเชื่อได้ว่ามีเหตุที่จะออกหมายตามมาตรา 66 มาตรา 69 หรือมาตรา 71*”

3. ควรมีการแก้ไขข้อบังคับของประธานศาลฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการออกคำสั่งหรือหมายอาญา พ.ศ. 2548 ข้อ 18 ซึ่งบัญญัติว่า “ในการรับฟังพยานหลักฐานเพื่อพิจารณานุญาตให้ออกหมายจับหรือหมายค้น ผู้พิพากษาไม่ต้องถือเคร่งครัดเช่นเดียวกับการรับฟังพยานหลักฐานที่ใช้พิสูจน์ความผิดของจำเลย” เพราะคำว่า “*ไม่จำเป็นต้องถือเคร่งครัด*” ทำให้เกิดปัญหาว่า ศาลผู้ออกหมายจับอาจเห็นว่าจะไม่จำเป็นต้องนำเอามาตรฐานการพิสูจน์พยานหลักฐานมาใช้ในการชี้แจงน้ำหนักพยานหลักฐานแต่อย่างใด ควรแก้ไขถ้อยคำตามข้อบังคับดังกล่าวจากเดิม “ในการรับฟังพยานหลักฐานเพื่อพิจารณานุญาตให้ออกหมายจับหรือหมายค้น ผู้พิพากษาไม่ต้องถือเคร่งครัดเช่นเดียวกับการรับฟังพยานหลักฐานที่ใช้พิสูจน์ความผิดของจำเลย” แก้ไขเป็น “ในการรับฟังพยานหลักฐาน

เพื่อพิจารณานุญาตให้ออกหมายจับหรือหมายค้น ผู้พิพากษาควรต้องตรวจสอบพยานหลักฐานอย่างเคร่งครัดว่าเข้าเหตุที่จะออกหมายจับได้หรือไม่”

4. เนื่องจากในขั้นตอนของการยื่นคำร้องให้ศาลออกหมายจับของศาลไทยนั้นเป็นเรื่องระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ขอให้ออกหมายจับกับศาลเท่านั้น จึงอาจทำให้ขาดความรอบคอบในการชี้แจงน้ำหนักพยานหลักฐานเพื่อออกหมายจับ ขั้นตอนของการออกหมายจับ จึงควรให้มีพนักงานอัยการเข้ามาร่วมในการตรวจสอบกลั่นกรองพยานหลักฐานที่รวบรวมมาโดยพนักงานสอบสวนก่อนที่จะยื่นคำร้องให้ศาลออกหมายจับ เพื่อให้เกิดความรอบคอบมากขึ้นก่อนที่จะออกหมายจับบุคคลใด ซึ่งถ้าจะทำให้การออกหมายจับจะล่าช้าไปบ้างไม่ทันการณ์ต่อการที่บุคคลนั้นจะหลบหนี พนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจก็มีอำนาจที่จะจับได้โดยไม่ต้องมีหมายจับอยู่แล้วตามมาตรา 78 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ซึ่งบัญญัติว่า “...(3) *เมื่อมีเหตุที่จะออกหมายจับบุคคลนั้นตามมาตรา 66 (2) แต่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่ไม่อาจขอให้ศาลออกหมายจับบุคคลนั้นได้*” ซึ่งเป็นหลักสากลดังที่ใช้ในประเทศฝรั่งเศสที่เห็นว่าแม้จะมีพยานหลักฐานที่เป็นเหตุให้ออกหมายจับได้ แต่ถ้าบุคคลนั้นมีได้มีพฤติการณ์ที่จะหลบหนี หรือไปยุ่งเหยิงกับพยานหลักฐาน หรือไปก่อเหตุอันตรายใดขึ้น ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องออกหมายจับแต่อย่างใด

การแก้ไขเพิ่มเติมหลักการนี้ควรนำไปเพิ่มเติมต่อท้ายถ้อยคำตามมาตรา 59 วรรคสอง แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา บัญญัติว่า “*ในกรณีที่มีผู้ร้องขอเป็นพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจต้องเป็นพนักงานฝ่ายปกครองตั้งแต่ระดับสามหรือตำรวจซึ่งมียศตั้งแต่ชั้นร้อยตำรวจตรีหรือเทียบเท่าขึ้นไป*” โดยบัญญัติต่อท้ายเพิ่มเติมว่า “*และกรณีถ้าเป็นการออกหมายจับให้ผู้ร้องขอต้องนำพยานหลักฐานที่รวบรวมมาได้พร้อมคำร้องขอขึ้นให้พนักงานอัยการตรวจสอบ เพื่อให้*

พนักงานอัยการให้ความเห็นพร้อมคำอนุมัติให้ยื่นคำร้อง
ได้ก่อนที่จะยื่นคำร้องขอต่อศาล”

5. มีคำพิพากษาฎีกาที่ตัดสินเป็นแนวบรรทัด
ฐานว่า คำสั่งออกหมายจับของศาลชั้นต้นไม่สามารถที่จะ
โต้แย้งหรืออุทธรณ์ไปยังศาลสูงได้ทำให้การออกหมายจับ
ที่ผ่านมาไม่ได้มีการตรวจสอบ โดยศาลสูงว่าศาลล่างได้มีการ
การออกหมายจับที่เป็นไปตามเหตุของการออกหมายจับ
ตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความ
อาญาหรือไม่ และการออกหมายจับเป็นเรื่องที่กระทบต่อ
สิทธิเสรีภาพของบุคคลจึงควรที่จะแก้ไขเพิ่มเติมประมวล
กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาให้ผู้ที่ถูกออกหมายจับ
มีสิทธิโต้แย้งคัดค้านคำสั่งออกหมายจับของศาลได้
ดังเช่นการออกหมายจับของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ให้
สิทธิผู้ที่ถูกออกหมายจับโต้แย้งการออกหมายจับต่อศาล
ที่ออกหมายจับนั้นหรือต่อผู้พิพากษาในศาลชั้นเดียวกัน
ได้

การแก้ไขเพิ่มเติมหลักการนี้ควรนำไปบัญญัติ
โดยเพิ่มมาตราเป็นมาตรา 66/1 แห่งประมวลกฎหมายวิธี
พิจารณาความอาญา โดยใช้ถ้อยคำตัวบทว่า “หมายจับ
ที่ออกโดยศาลชั้นต้น ผู้ถูกออกหมายจับมีสิทธิอุทธรณ์
ไปยังศาลอุทธรณ์ได้” ถ้าเห็นว่าเป็นการออกหมายจับ
โดยไม่ชอบตามมาตรา 66 แห่งประมวลกฎหมายนี้ คำสั่ง
ศาลอุทธรณ์ที่ยื่นตามศาลชั้นต้นให้เป็นที่สุด”

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการต่างประเทศ, กรมองค์การระหว่างประเทศ
(2551, กรกฎาคม). ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิ
มนุษยชน. สืบค้นจาก <http://humanrights.mfa.go.th/upload/pdf/udhr-th-en.pdf>

คณิต ณ นคร. (2561). กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา
(พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ณรงค์ ใจหาญ. (2552). หลักกฎหมายวิธีพิจารณาความ
อาญา เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์วิญญูชน.

ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2559, 19 สิงหาคม). จับสาวแสบ
แจ้งเท็จทำคนอื่นเดือดร้อน. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/694833>

ปาลิดา ไตรสารศรี. (2554). การกลั่นกรองการออก
หมายจับ (วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตร
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ราชกิจจานุเบกษา. (2548). ข้อบังคับของประธานศาล
ฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการ
ออกคำสั่งหรือหมายอาญา พ.ศ. 2548. สืบค้น
จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2548/00154922.PDF>

ศาลยุติธรรม. (ม.ป.ป.(ก)). รายงานประจำปีของศาล
ยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม ประจำปี
งบประมาณ 2560. สืบค้นจาก <https://oppb.coj.go.th/th/content/category/detail/id/8/cid/2081/iid/95017>

ศาลยุติธรรม. (ม.ป.ป.(ข)). รายงานประจำปีของศาล
ยุติธรรมและสำนักงานศาลยุติธรรม ประจำปี
งบประมาณ 2561. สืบค้นจาก <https://oppb.coj.go.th/th/content/category/detail/id/22/iid/140051>

ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับ ของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์

The Need in Developing English Language Skills for Communication of the Hospital Receptionists in Phetchabun Province

รัชนีวรรณ ประยงค์กุล¹

Ratchaneewan Prayongkul¹

Corresponding author's E-mail: rprayongkul17@hotmail.com

(Received: September 21, 2020; Revised: November 27, 2020; Accepted: February 1, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ และนำผลการวิจัยไปจัดทำหลักสูตรระยะสั้นในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารแก่เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาล โดยใช้แนวคิดขอบเขตการวิเคราะห์ความต้องการของสถานการณ์เป้าหมาย (Target Situation Need Analysis) ของ ฮัทชินสัน และวอเตอร์ส (Hutchinson & Waters, 1987) กลุ่มเป้าหมายในการทำวิจัยครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 11 แห่ง โดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม ผลการวิจัยด้านความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์จึงความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.9 ทักษะภาษาอังกฤษที่ต้องการพัฒนาเพื่อการสื่อสารทั้ง 4 ทักษะ ได้แก่ ฟัง พูด อ่าน เขียน อยู่ในระดับมาก มีความต้องการวิทยากรชาวไทยและต่างชาติอยู่ในระดับมาก มีความต้องการพัฒนาด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารด้วยการเรียนรู้ด้วยตนเอง อยู่ระดับมากเช่นเดียวกับมีความต้องการพัฒนาด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารผ่านการเข้าอบรมในหลักสูตรระยะสั้น

คำสำคัญ: ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาล

Abstract

This research aims to study the need of English language skills for communication for hospital receptionists in Phetchabun Province, in order to develop a short course in English communication for hospital's receptionists by using the framework of Target Situation Need Analysis based on Hutchinson & Waters, 1987. The target group consists of receptionists from 11 hospitals in Phetchabun obtained by purposive sampling. The data was collected by an online questionnaire. The findings show that the receptionists need to develop their 4 skills of English for communication (42.9%); listening, speaking, reading and writing in the high level. The need of English speaking skill is in high level. The need for self-study via handbook or multi-media material and short course training is in the high level as well.

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

¹ Lecturer, Business English Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phetchabun Rajabhat University

Keywords: English for communication, hospital receptionists

ความเป็นมาของปัญหา

ประเทศไทยและประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จำนวน 10 ประเทศ ได้จัดตั้งสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ อาเซียน และได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อปีพุทธศักราช 2558 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งในด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากความร่วมมือซึ่งกันและกันของประเทศในอาเซียน และส่งเสริมให้มีอาชีพที่สามารถเคลื่อนย้ายการทำงานได้อย่างเสรีภายในประเทศกลุ่มอาเซียน โดยหนึ่งอาชีพในนั้นคือ อาชีพ แพทย์ พยาบาล และทันตแพทย์ ซึ่งหมายความว่าพยาบาลหรือเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์จะต้องเตรียมความพร้อมของตนเองทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารเป็นภาษากลางควบคู่ไปกับทักษะด้านวิชาชีพ ในอีกแง่มุมหนึ่งยังทำให้เป็นการเปิดโอกาสให้กับชาวต่างชาติไม่ว่าเชื้อชาติใดก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยว ติดต่อกิจการประกอบอาชีพ รวมทั้งใช้บริการด้านการแพทย์ได้ด้วยเช่นกัน แนวโน้มการเดินทางมาจากต่างประเทศของชาวต่างชาติเพื่อมาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยก็เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องจากการรักษาได้มาตรฐานและค่ารักษาพยาบาลราคาถูก

ปัจจุบัน จังหวัดเพชรบูรณ์มีจำนวนของผู้เข้ารับบริการด้านสาธารณสุขที่เป็นชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น โดยชาวต่างชาติที่เข้ารับบริการไม่ได้มีแค่ผู้ที่เป็นเจ้าของภาษาอังกฤษเท่านั้น แต่ยังมีคนใช้เชื้อชาติอื่นๆ ซึ่งไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารเป็นภาษาแม่ เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลจะต้องมีการเตรียมพร้อมในการให้บริการแก่คนใช้ทุกประเภทอย่างเท่าเทียม อย่างไรก็ตาม ยังพบปัญหาในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษระหว่างเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลกับคนใช้ต่างชาติอยู่ ดังเช่น มธุรส แพทย์ชีพ และ ชินฮารา โนบุอากิ (2562) ได้ศึกษาปัญหาการสื่อสารของชาวญี่ปุ่นในการเข้ารับบริการใน

โรงพยาบาลรัฐของไทย พบว่ามีผู้ป่วยชาวญี่ปุ่นมีปัญหาในการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ในทุกขั้นตอนการให้บริการ แม้ว่าจะมีการแก้ไขปัญหาลำดับต้นด้วยการใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร แต่ก็ยังพบปัญหาเนื่องจากความถนัดด้านภาษาอังกฤษของผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความรู้จำกัดในการใช้คำศัพท์ วลี รูปแบบประโยค และบทสนทนาเพื่อสื่อสารขนาดสั้นสอดคล้องกับ Sursattayawong (2006) พบว่าปัญหาการพูดภาษาอังกฤษของพยาบาลกับคนใช้ต่างชาติ คือใช้ไวยากรณ์ผิดพลาด มีอุปสรรคในการขาดความมั่นใจในการกล้าแสดงออก ใช้คำศัพท์ที่ถูกต้อง การออกเสียง การเน้นคำ การออกเสียงผิดเพี้ยน ชมพูนุช ฉัตรสกุล ชมพูนุช ฉัตรสกุล, บุญทิพย์ สิริรังศรี, สุวิมล ตั้งกิตติถาวร และ ชื่นชีวิต โชติพิทยสุนนท์ (2559) ศึกษาการพัฒนาโปรแกรมการเตรียมความพร้อมด้านความรู้ เจคติ และทักษะสำหรับการเป็นประชมคมอาเซียนของพยาบาลโรงพยาบาลชลประทาน พบว่า พยาบาลโรงพยาบาลชลประทานมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับอดิศักดิ์ ย่อมเยา (2560) ที่ได้ศึกษาปัญหาการใช้ทักษะภาษาอังกฤษที่จำเป็นสำหรับพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลขนาดกลางและโรงพยาบาลขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงราย พบว่าปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับผู้มารับบริการชาวต่างชาติในแต่ละทักษะในภาพรวมมีปัญหาในระดับมากในทุกทักษะ ดังนั้นการเรียนรู้และพัฒนาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญ บุคลากรทางการแพทย์ต้องเตรียมพร้อมให้บริการแก่กลุ่มคนเหล่านี้ โดยสิ่งสำคัญประการแรกคือการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลคนไข้ อาการเจ็บป่วย การสอบถามสาเหตุหรือข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยภาษาอังกฤษเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าใจคลาดเคลื่อน ซึ่งจะส่งผลการรักษาที่ไม่ตรงกับอาการ ในอีกแง่มุมหนึ่ง

หากสถานพยาบาลหรือโรงพยาบาลใดมีความพร้อมทางด้านการให้บริการด้วยภาษาอังกฤษ ก็จะเป็นการยกระดับมาตรฐานองค์กรสู่ระดับสากล มีความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก และให้ความไว้วางใจ รวมทั้งเป็นการเพิ่มรายได้แก่องค์กรนั้นๆ อีกด้วย ซึ่งขอบเขตการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในบริบทภายในโรงพยาบาลระหว่างบุคลากรกับคนไข้ต่างชาตินั้น จะเป็นภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ มีคำศัพท์สำนวน ที่ใช้เฉพาะ (English for Specific Purposes) แตกต่างจากการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน และเป็นการใช้ภาษาอังกฤษอย่างมีจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงได้ Morrow (1981)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยอ้างอิงแนวคิดของฮัทชินสัน และวอเตอร์ส (Hutchinson & Waters, 1987) เกี่ยวกับขอบเขตการวิเคราะห์ความต้องการของสถานการณ์เป้าหมาย (Target Situation Need Analysis) ได้นิยามความต้องการของสถานการณ์เป้าหมายไว้ว่า เป็นความต้องการของผู้เรียนที่ต้องการทำในสถานการณ์เป้าหมาย ซึ่งสถานการณ์เป้าหมายในการวิจัยนี้คือการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกับคนไข้ต่างชาติภายในโรงพยาบาล โดยสถานการณ์เป้าหมายนั้นจะเกี่ยวกับกับความจำเป็นที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษ (Necessity) ความขาดแคลนด้านความรู้ (Lack) และความต้องการ (Want) เพื่อนำผลวิจัยด้านความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ไปต่อยอดในการศึกษาความต้องการด้านขอบเขตเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับกับคนไข้ต่างชาติและจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษต่อไป เนื่องจากการศึกษา

ที่ผ่านมามีผู้ศึกษาแก้ปัญหาด้านการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของบุคลากรในโรงพยาบาลเท่านั้น แต่ยังไม่ได้ศึกษาความต้องการในด้านรูปแบบกิจกรรม สื่อ และขอบเขตเนื้อหาภาษาอังกฤษ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำวิจัยคือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 11 แห่ง โดยเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยในส่วนของเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้มีประสบการณ์/เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และปรับแก้ตามคำแนะนำ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยค่าร้อยละ เมื่อได้ข้อมูลทางด้านสถิติแล้ว ผู้วิจัยใช้แนวคิดขอบเขตการวิเคราะห์ความต้องการสถานการณ์เป้าหมายของ ฮัทชินสัน และวอเตอร์ส (Hutchinson & Waters, 1987) ในการวิเคราะห์ความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ทั้ง 11 แห่ง มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 42 คน รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ร้อยละสังกัดเขตอำเภอของโรงพยาบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สังกัดเขตอำเภอของโรงพยาบาล	ร้อยละ
อำเภอเมืองเพชรบูรณ์	21.40
อำเภอชนแดน	16.70
อำเภอหนองไผ่	19.00
อำเภอน้ำหนาว	7.10
อำเภอหล่มเก่า	7.10
อำเภอบึงสามพัน	4.80
อำเภอวิเชียรบุรี	7.10
อำเภอเขาค้อ	4.80
อำเภอหล่มสัก	2.40
อำเภอศรีเทพ	7.10
อำเภอวังโป่ง	2.40

จากตารางที่ 1 พบว่า ร้อยละสังกัดเขตอำเภอของโรงพยาบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 42 คน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอันดับหนึ่งคือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลสังกัดเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นโรงพยาบาลประจำจังหวัดด้วย อย่างไรก็ตามจากตารางข้างต้น มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ 11 แห่ง จาก 11 อำเภอ ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ครบถ้วนทุกอำเภอ แสดงให้เห็นถึงความตระหนักของการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 2 ร้อยละการเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร/ ปีของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนครั้ง/ปี	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	71.70
1-2 ครั้ง / ปี	25.80
3-5 ครั้ง / ปี	2.50
มากกว่า 5 ครั้ง/ปี	0.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ร้อยละการเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร/ ปีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 42 คนนั้น ส่วนใหญ่ยังไม่เคยได้เข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเลย คิดเป็นร้อยละ 71.70 เคยเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1-2 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 25.80 และเคยเข้าอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 ครั้ง/ปี ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลยังขาดแคลนความรู้ด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ทางโรงพยาบาลจึงควรจัดทำแนวทางในการส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ฝ่ายต้อนรับองค์กรของตนเองได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษที่นำมาใช้สื่อสารในบริบทของงานในโรงพยาบาลอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ เนื่องจากปัจจุบันมีโอกาสสูงที่คนใช้ต่างชาติจะมาใช้บริการในโรงพยาบาล แต่เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลจำเป็นที่จะต้องรับรองให้การให้บริการด้วยภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 3 ร้อยละความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์

ประเด็น	ค่าร้อยละ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	28.6	42.9	26.2	2.4	0.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ร้อยละความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์พบว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับรองลงมาคือ ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.2 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ ซึ่งค่าความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกับคนไข้ต่างชาติระหว่างกาปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่งานฝ่ายต้อนรับของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 4 ร้อยละความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ “ด้านการฟัง – พูด”

ประเด็น	ค่าร้อยละ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร “ด้านการฟัง – พูด”	28.6	59.5	11.9	0.0	0.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ร้อยละความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ “ด้านการฟัง – พูด” พบว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร “ด้านการฟัง – พูด” อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.5 ลำดับรองลงมาคือ ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 และระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการฟัง-พูดอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สอดคล้องกับผลวิเคราะห์ด้านความสามารถสื่อสารกับคนไข้ต่างชาติด้วยภาษาอังกฤษอยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย ทำให้เจ้าหน้าที่ดังกล่าวต้องการที่จะพัฒนาตนเองให้ทักษะฟัง-พูด

ตารางที่ 5 ร้อยละความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ “ด้านการอ่าน – เขียน”

ประเด็น	ค่าร้อยละ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร “ด้านการอ่าน – เขียน”	23.8	40.5	35.7	0.0	0.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ร้อยละความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ “ด้านการอ่าน – เขียน” พบว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร “ด้านการอ่าน – เขียน” อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.5 เท่ากับ

ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.7 ลำดับรองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.8 จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการอ่าน-เขียนอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารกับคนไข้ต่างชาติด้วยทักษะการอ่าน-เขียนภาษาอังกฤษก็มีความสำคัญ และหากเจ้าหน้าที่บางคนไม่สะดวกสื่อสารด้วยการฟัง-พูด ก็ยังสามารถใช้วิธีการอ่าน-เขียนด้วยภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับคนไข้ต่างชาติแทนได้

ตารางที่ 6 ร้อยละความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวไทย” ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์

ประเด็น	ค่าร้อยละ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวไทย”	26.2	45.2	19.0	9.5	0.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ร้อยละในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวไทย” ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวไทย” ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.2 ลำดับรองลงมาคือระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.2 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.0 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการ

สื่อสารกับวิทยากรชาวไทยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด อาจด้วยเหตุผลที่ว่า วิทยากรชาวไทยสามารถสอนภาษาอังกฤษและอธิบายหรือตอบคำถามในเนื้อหาส่วนที่ผู้เข้าร่วมอบรมไม่เข้าใจได้

ตารางที่ 7 ร้อยละความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวต่างชาติ” ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์

ประเด็น	ค่าร้อยละ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวต่างชาติ”	28.6	35.7	33.3	2.4	0.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ร้อยละความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวต่างชาติ” ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก “วิทยากรชาวต่างชาติ” อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.7 ลำดับรองลงมาคือระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.3 ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ส่วนใหญ่มีความต้องการเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับวิทยากรชาวต่างชาติอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด อาจด้วยเหตุผลที่ว่า การเรียนกับวิทยากรชาวต่างชาติจะช่วยให้ผู้เรียนภาษาได้สร้างความเคยชินในด้านสำเนียงของชาวต่างชาติ

ตารางที่ 8 ร้อยละความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยศึกษาผ่านสื่อมัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) หรือ คู่มือ

ประเด็น	ค่าร้อยละ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยศึกษาผ่านสื่อมัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) หรือ คู่มือ	21.4	42.9	35.7	0.0	0.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยศึกษาผ่านสื่อมัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) หรือ คู่มือ พบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร โดยศึกษาผ่านสื่อมัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) หรือ คู่มืออยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.9 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.7 และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ ผลวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อใช้ในงาน/ฝ่ายต้อนรับ หรืองานอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการต้อนรับ ติดต่อสอบถาม ดูแล ชักถามประวัติ และคัดกรองคนไข้เบื้องต้นด้วยตนเองผ่านสื่อมัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) หรือ คู่มืออยู่ในระดับสูง เนื่องจากภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติประจำวันไม่เอื้อต่อการเดินทางไปอบรมนอกสถานที่ แต่หากเป็นการศึกษาด้วยตนเองผ่านสื่อมัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) หรือคู่มือจะสะดวกมากกว่าเนื่องจากสามารถเรียนรู้ได้ตามอัธยาศัย เช่น สามารถเรียนรู้ได้นอกเวลาราชการ

หรือเรียนรู้ได้ตามวันและเวลาที่ตนเองสะดวก ไม่ติดพันภารกิจใด ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานประจำวันอีกด้วย

ตารางที่ 9 ร้อยละความต้องการในการจัดให้มีหลักสูตรระยะสั้นจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์

ประเด็น	ค่าร้อยละ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการในการจัดให้มีหลักสูตรระยะสั้นจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	23.8	52.4	16.7	2.4	4.8

จากตารางที่ 9 พบว่า ความต้องการในการจัดให้มีหลักสูตรระยะสั้นจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์มีความต้องการในการจัดให้มีหลักสูตรระยะสั้นจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.4 ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.8 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.7 ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.8 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ยังคงมีความต้องการในการจัดให้มีหลักสูตรระยะสั้นจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อใช้ในงาน/ฝ่ายต้อนรับ หรืองานอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการต้อนรับ ติดต่อสอบถาม ดูแล ชักถามประวัติ และคัดกรองคนไข้เบื้องต้นอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีผลใกล้เคียงกับความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยศึกษาผ่านสื่อมัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์)

หรือคู่มือในตารางที่ 8 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ
เพื่อการสื่อสารด้วยวิธีการที่หลากหลาย ไม่เพียงแค่เข้ารับ
การอบรมในหลักสูตรระยะสั้นโดยวิทยากรทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างชาติเท่านั้น แต่ยังคงต้องการสื่อหรือคู่มือที่
สามารถเรียนรู้ได้ตามอัธยาศัยควบคู่กันไปอีกด้วย

อภิปรายผล

การวิจัยความต้องการพัฒนาทักษะ
ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับ
ของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัย
สามารถนำผลวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

ตั้งแต่ พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นปีแห่งการเปิด
ประชาคมอาเซียน ทุกโรงพยาบาลมีคนใช้ต่างชาติเข้ามา
ใช้บริการไม่มากนักน้อย ซึ่งเจ้าหน้าที่เองเล็งเห็นความ
จำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษต่อการปฏิบัติหน้าที่ใน
ตำแหน่งเจ้าหน้าที่งาน/ฝ่ายต้อนรับ หรือฝ่ายอื่นใดที่
ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการต้อนรับ ติดต่อบริการ
ดูแล ชักถามประวัติ และคัดกรองคนไข้เบื้องต้น ทำให้
เจ้าหน้าที่มีความต้องการที่จะพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ
ของตนเองอยู่ในระดับมากเพื่อให้สามารถสื่อสารกับคนไข้
ต่างชาติได้ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการพัฒนาทักษะ
ภาษาอังกฤษด้านการฟัง-พูด อยู่ในระดับมาก และทักษะ
ภาษาอังกฤษด้านการอ่าน-เขียนอยู่ในระดับมาก
เช่นเดียวกัน และอีกเหตุผลหนึ่งคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับ
ของโรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ส่วนใหญ่ยังไม่
เคยได้เข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้าน
ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเลย ส่วนความต้องการด้าน
วิทยากรชาวไทยอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความต้องการ
ด้านวิทยากรชาวต่างชาติอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก
อาจด้วยเหตุผลที่ว่า วิทยากรชาวไทยสามารถสอน
ภาษาอังกฤษและอธิบายหรือตอบคำถามในเนื้อหาส่วนที่
ผู้เข้าร่วมอบรมไม่เข้าใจได้ในขณะเดียวกันก็มีความ
ต้องการ ความต้องการในการเข้ารับการอบรมจาก

“วิทยากรชาวต่างชาติ” เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับสำเนียง
ต่างชาติ นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ที่มีความต้องการพัฒนา
ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารด้วยตนเองผ่านสื่อ
มัลติมีเดีย (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) หรือ คู่มืออยู่
ในระดับมาก เช่นเดียวกับความต้องการในการจัดให้มี
หลักสูตรระยะสั้นจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ
เพื่อการสื่อสารสะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ
เพื่อการสื่อสารด้วยวิธีการที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่เข้ารับ
การอบรมในหลักสูตรระยะสั้นโดยวิทยากรทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างชาติเท่านั้น แต่ยังคงต้องการสื่อหรือคู่มือที่
สามารถเรียนรู้ได้ตามอัธยาศัยควบคู่กันไปอีกด้วย ซึ่งผล
วิจัยข้างต้นจะสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์ความ
ต้องการสถานการณ์เป้าหมาย ของฮัทชินสัน และ
วอเตอร์ส (Hutchinson & Waters, 1987) ว่าภาษาอังกฤษ
เพื่อการสื่อสารก็เป็นสิ่งจำเป็นกับบุคลากรในโรงพยาบาล
เนื่องจากมีคนใช้ต่างชาติเข้ามาใช้บริการแต่เนื่องจาก
บุคลากรที่มีความจำเป็นต้องสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษกับ
คนไข้ชาวต่างชาติยังขาดโอกาส (Lack) ในการพัฒนา
ทักษะภาษาอังกฤษ ดังนั้นบุคลากรจึงมีความต้องการ
(Want) ที่จะพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อนำไปใช้
สื่อสารกับคนไข้ชาวต่างชาติได้

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะ
ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับ
ของโรงพยาบาลในจังหวัดเพชรบูรณ์ครั้งนี้ พบว่า
โรงพยาบาลในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ทุกแห่งมีคนไข้
ชาวต่างชาติเข้ารับบริการ ทำให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับใน
โรงพยาบาลมีความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการ
สื่อสารกับคนไข้ต่างชาติ แต่อย่างไรก็ดี เจ้าหน้าที่ฝ่าย
ต้อนรับของโรงพยาบาลส่วนใหญ่ยังขาดการได้รับการ
อบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ จึงทำให้
บุคลากรกลุ่มดังกล่าวมีความต้องการพัฒนาทักษะ

ภาษาอังกฤษเพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารกับคนใช้ชาวต่างชาติ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นควรว่า หลักสูตรอบรมระยะสั้นเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับในโรงพยาบาลดังกล่าว ควรจัดอบรม ณ โรงพยาบาลแต่ละอำเภอ ทั้ง 11 แห่ง หลังเวลาปฏิบัติงาน วันละ 2 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 2 ครั้ง โดยมีวิทยากรทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสอนคู่กัน สอดคล้องกับการจัดทำหลักสูตรอบรมภาษาอังกฤษของ Theeartsana (2017)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

มหาวิทยาลัยควรนำเสนอผลการวิจัยต่อโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงหน่วยงานด้านสาธารณสุขภายในจังหวัด เพื่อให้ทราบถึงความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับคนใช้ชาวต่างชาติและความต้องการในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของบุคลากร รวมทั้งให้มีการปรึกษาหารือเกี่ยวกับแนวทางการจัดกิจกรรมในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกับคนใช้ชาวต่างชาติให้แก่บุคลากร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษารอบเนื้อหาด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลซึ่งเป็นการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ในการอำนวยความสะดวกให้แก่คนใช้ชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

ชมพูนุช ฉัตรสกุล, บุญทิพย์ สิริรังศรี, สุวิมล ตั้งกิตติถาวร และ ชื่นชีวิต โชติพิทยสุนนท์. (2559). การพัฒนาโปรแกรมการเตรียมความพร้อมด้านความรู้ เจคติ และทักษะสำหรับการเป็นประชาคมอาเซียนของพยาบาลโรงพยาบาลชลประทาน. *วารสารพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม*, 17(33), 71-8.

มธุรส แพทย์ชีพ และ ชินฮาร่า โนบุอากิ. (2562). ปัญหาการสื่อสารของชาวญี่ปุ่นในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลของรัฐของไทย. *วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม*, 8(1), 241-268.

อดิศักดิ์ ย่อมเยา. (2560). ปัญหาการใช้ทักษะภาษาอังกฤษที่จำเป็นสำหรับพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลขนาดกลางและโรงพยาบาลขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 23(2), 56-66.

Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes*. New York: Cambridge University Press.

Morrow, K. (1981). *Principle of Communicative Methodology*. In *Communicative in the classroom*. Essex: Longman Group Ltd.

Sursattayawong, O. (2006). *A Survey of English Speaking Problems of Nurses At Ragavithi Hospital* (Master's thesis). Graduate School, Srinakharinwirot University, Bangkok.

Theeartsana, P. (2017). *English language needs analysis of Thai nurses at a public hospital in Bangkok* (Independent Study). Language Institute, Thammasat University, Bangkok.

อิทธิพลของความตระหนักที่มีต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ
ของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร
The Influence of Awareness on Retirement Preparation Behaviors of the Bangkok
Metropolitan Administration Officials

ปาริชาติ อุดกลั่น¹ ออมณ ปันทอง² รัชฎาพร บุญเรือง³

Parichart Odgla¹ Orramon Panthong² Ratchadaporn Boonruang³

Corresponding author's E-mail: orramonja@hotmail.com², nam311014@gmail.com³

(Received: December 9, 2020; Revised: March 12, 2021; Accepted: June 15, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความตระหนักของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลความตระหนักของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานครที่มีต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 228 ราย พบว่า 1) ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ มีความตระหนักในการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความตระหนักด้านจิตใจมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความตระหนักด้านสุขภาพ ความตระหนักด้านการเงิน และความตระหนักด้านที่อยู่อาศัย ตามลำดับ 2) ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมด้านจิตใจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมด้านการเงิน ด้านสุขภาพ และด้านที่อยู่อาศัย ตามลำดับ 3) ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้และระดับตำแหน่งงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุไม่แตกต่างกัน แต่ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญที่มีอายุงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุที่แตกต่างกัน 4) ความตระหนักมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความตระหนักด้านสุขภาพมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความตระหนักด้านที่อยู่อาศัย ความตระหนักด้านการเงิน และความตระหนักด้านจิตใจ ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความตระหนัก พฤติกรรม การเตรียมความพร้อม เกษียณอายุ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

¹ Master Student, Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University

² Lecturer, Business Administration Program in Modern Trade Business Management, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University

³ Lecturer, Business Administration Program in Marketing, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University

Abstract

This research aimed to: 1) study the awareness of retirement among the officials in the Finance Department of the Bangkok Metropolitan Administration (BMA); 2) study retirement preparation behaviors of the BMA officials; 3) study retirement preparation behaviors of the BMA officials, classified by personal characteristics; and 4) study the influence of awareness on retirement preparation behaviors. The research instrument used for data collection was the questionnaire. The results revealed that the overall awareness was ranked at high level. The awareness on mental state preparation was most concerned, followed by the awareness on health preparation, financial preparation, and residence preparation. In terms of retirement preparation behaviors, overall behaviors were ranked at high level. The mental state preparation was most performed, followed by financial, health, and residence preparation. Comparing retirement preparation behaviors among different personal characteristics of the BMA officials, it was found that the retirement preparation behaviors did not differ according to gender, age, education level, marital status, income, and working position. However, retirement preparation behaviors differed according to working duration. In terms of the influence of the awareness on retirement preparation behaviors, it was found that the awareness on financial, health, mental state, and residence preparation had a positive influence on retirement preparation behaviors at statistically-significance level of .05. The awareness on health preparation was seen to be the most influential factor, followed by the residence, financial, and mental state awareness.

Keywords: awareness, behavior, preparation, retirement

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบัน โครงสร้างด้านประชากรของประเทศ ไทยเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 10 และคาดว่าในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Complete Aged Society) โดยคาดว่าประชากรสูงอายุ จะมีสัดส่วนถึงร้อยละ 20 และในปี พ.ศ. 2578 จะเข้าสู่ สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) จะมี สัดส่วนประชากรสูงอายุถึงร้อยละ 30 ของประชากร ทั้งหมด (ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์, 2563) การย่าง ก้าวเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุดังกล่าวทำให้ภาครัฐต้อง มีการวางแผนจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดสวัสดิการต่างๆ

ให้แก่ประชาชนผู้สูงวัยมากขึ้น แต่หากประชาชน มีการเตรียมพร้อมสำหรับการใช้ชีวิตเมื่อเข้าสู่ วัยเกษียณอายุ นอกจากจะเป็นการช่วยลดการพึ่งพา ภาครัฐแล้ว ยังจะเป็นการสร้างหลักประกันสำหรับ อนาคตของตนเองเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี อย่างไรก็ตาม จากผลสำรวจของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2556 เกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการออม การลงทุนของ มนุษย์เงินเดือนวัย 40-60 ปี พบว่า ประชาชนใน ประเทศไทยส่วนใหญ่มีความตระหนักในเรื่องการเตรียม ความพร้อมการเกษียณอายุน้อย โดยขาดการวางแผนการออมเพื่อการเกษียณ ถ้ามีการวางแผนก็เป็น การวางแผนที่ช้าเกินไป ซึ่งอาจส่งผลให้เงินออม

ไม่เพียงพอกับรายจ่ายหลังเกษียณ ผลที่ได้จากการสำรวจชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36 ไม่เคยวางแผนการออมเพื่อการเกษียณ ส่วนใหญ่วางแผนช้าเกินไป โดยอายุเฉลี่ยเมื่อเริ่มวางแผน คือ 42 ปี นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 40 มีโอกาสที่เงินออมจะไม่เพียงพอสำหรับวัยเกษียณ และกลุ่มผู้ที่มีโอกาสออมไม่พอ ประมาณร้อยละ 60 ตระหนักว่าตนเองยังออมไว้น้อยเกินไป ที่เหลืออีกร้อยละ 40 เป็นผู้ที่คิดว่าตนเองออมเพียงพอแล้ว และผู้ที่ไม่แน่ใจว่าพอหรือไม่ (ลิสรา เศรษฐเสริมสุขกุล, 2558)

การเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุการทำงานเป็นเรื่องที่ทุกคนควรตระหนักและให้ความสำคัญ เพื่อให้สามารถเผชิญกับสภาวะวิกฤตต่างๆ เช่น ปัญหาด้านสุขภาพ ด้านเศรษฐกิจ สภาพอารมณ์และจิตใจ ฯลฯ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจ บทบาทหน้าที่ และสถานภาพทางสังคม จากการศึกษาของ เพ็ญประภา เบญจวรรณ (2558) กล่าวว่า การที่ผู้เกษียณอายุจะสามารถเผชิญกับสภาวะวิกฤตต่างๆ ได้ จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมวางแผนชีวิตก่อนที่จะก้าวเข้าสู่วัยเกษียณหรือวัยสูงอายุในด้านต่างๆ 6 ด้าน ได้แก่ 1) การเตรียมตัวด้านจิตใจ 2) การเตรียมตัวด้านร่างกาย 3) การเตรียมตัวด้านทรัพย์สินเงินทอง 4) การเตรียมตัวด้านกิจกรรมการใช้เวลาว่าง 5) การเตรียมตัวด้านสัมพันธภาพในครอบครัว และ 6) การเตรียมตัวด้านที่อยู่อาศัย โดยควรมีการปฏิบัติเพื่อเตรียมตัวด้านต่างๆ เหล่านี้ให้สำเร็จก่อนเกษียณอายุการทำงาน

สำหรับผู้ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการซึ่งเป็นผู้ที่มีรายได้ประจำและได้รับสวัสดิการต่างๆ ที่ภาครัฐจัดให้นั้น นับได้ว่าเป็นผู้ที่มีสถานะทางอาชีพที่มั่นคง แต่หากขาดความตระหนักในการเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุ ก็อาจประสบปัญหาการใช้ชีวิตในบั้นปลายได้ กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรปกครอง

ส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษซึ่งถือเป็นองค์กรภาครัฐที่มีขนาดใหญ่และมีข้าราชการในสังกัดเป็นจำนวนมากในแต่ละปีจึงมีข้าราชการที่เกษียณอายุไปเป็นจำนวนไม่น้อย โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมามีผู้เกษียณอายุราชการกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวนถึง 2,072 คน ทั้งนี้ แม้ว่าทางกรุงเทพมหานครได้ตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้แก่ข้าราชการที่กำลังจะเกษียณอายุงาน เช่น มีการจัดอบรมหลักสูตรสัมมนา ก่อนเกษียณอายุราชการ (สำนักงานประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร, 2562) แต่การเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุการทำงานเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลานานและต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ที่กำลังจะเกษียณอายุจึงควรมีความตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมและมีการปฏิบัติเพื่อเตรียมตัวในด้านต่างๆ ให้พร้อมก่อนที่จะถึงเวลาเกษียณอายุ ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักการคลัง จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักของข้าราชการกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ซึ่งข้อค้นพบที่ได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเพื่อส่งเสริมให้ข้าราชการในหน่วยงานได้มีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการใช้ชีวิตภายหลังจากเกษียณอายุราชการให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ อันจะเป็นการช่วยลดการพึ่งพิงครอบครัวและลดการใช้ทรัพยากรของรัฐและภาคส่วนต่างๆ ที่จะต้องนำมาช่วยเหลือประชาชนในวัยสูงอายุ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความตระหนักของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ของข้าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของข้าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

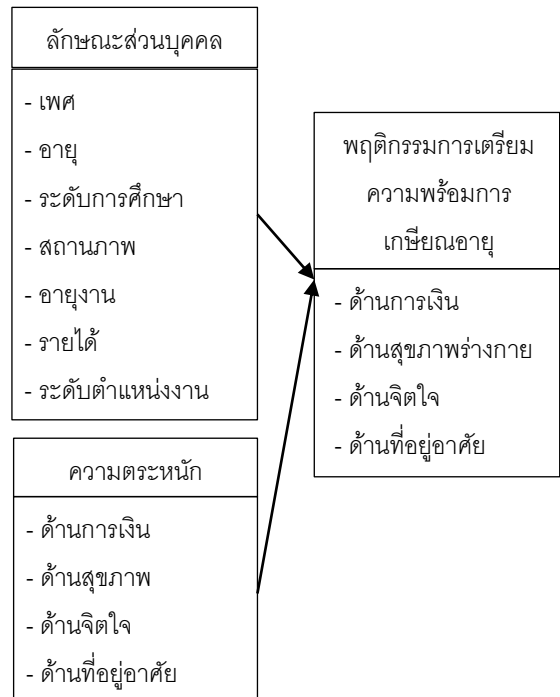
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความตระหนักที่มีต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของข้าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในด้านต่างๆ โดยมีประชากรเป้าหมายของการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานการคลัง ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษาประกอบด้วย 1) ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อายุงาน รายได้และระดับตำแหน่งงาน และ 2) ความตระหนักในการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ได้แก่ ความตระหนักด้านการเงิน ความตระหนักด้านสุขภาพ ความตระหนักด้านจิตใจ และความตระหนักด้านที่อยู่อาศัย เป็นตัวแปรต้นสำหรับตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ประกอบด้วย การเตรียมความพร้อมด้านการเงิน ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านที่อยู่อาศัย พื้นที่ของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สำนักงานการคลัง ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความตระหนัก และการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



สมมติฐานของการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย นำมาสู่การกำหนดสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ข้าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุแตกต่างกัน
2. ความตระหนักของข้าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานการคลัง ทั้งหมดจำนวน 9 กอง มีข้าราชการและพนักงานราชการ รวมทั้งสิ้นจำนวน 526 คน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (อ้างถึงใน วัลลภ รัฐฉัตรานนท์, 2562) ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ .05 จึงได้ตัวอย่างเป็นจำนวน 228 คน จากนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิโดยให้หน่วยงานระดับกองเป็นชั้นภูมิในการสุ่มตัวอย่าง ได้ตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิจำแนกตามหน่วยงานระดับกอง

ชั้นภูมิ (หน่วยงานระดับกอง)	จำนวน ประชากร	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง
สำนักงานเลขานุการ	40	17
กองโรงงานช่างกล	68	30
กองทะเบียนทรัพย์สินและพัสดุ	42	18
กองบำเหน็จบำนาญ	27	12
กองการเงิน	58	25
กองตรวจจ่าย	51	22
กองบัญชี	50	22
กองรายได้	143	62
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง	47	20
รวม	526	228

2. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการพิจารณาวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย และนำมาสร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อคำถามในลักษณะมีรายการให้เลือกตอบ (Check list) ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความตระหนัก เป็นข้อคำถามในลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเตรียม

ความพร้อมการเกษียณอายุ เป็นข้อคำถามในลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) และส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด (Open-ended question) ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านพิจารณาความถูกต้องตรงประเด็นและนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Congruence: IOC) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อ จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach Alpha reliability) อยู่ระหว่าง 0.72-0.90 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่ามีความเชื่อถือได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังหน่วยงานต่างๆ ในสำนักงานการคลังกรุงเทพมหานคร ซึ่งมี 9 หน่วยงานย่อย ได้แก่ สำนักงานเลขานุการ กองโรงงานช่างกล กองทะเบียนทรัพย์สินและพัสดุ กองบำเหน็จบำนาญ กองการเงิน กองตรวจจ่าย กองบัญชี กองรายได้ และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างตามสัดส่วนที่คำนวณได้ในแต่ละชั้นภูมิจนครบจำนวน 228 ตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ประกอบด้วย

4.1 สถิติเชิงบรรยาย เพื่อใช้บรรยายลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะของความตระหนัก และลักษณะของพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.2 สถิติเชิงวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานของวิจัย ได้แก่ ค่าทดสอบที (t-test) ค่าทดสอบเอฟ (F-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น คือ ลักษณะส่วนบุคคลกับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ความตระหนักในการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ กับตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.30 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.30 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.90 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.80 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุงานน้อยกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.20 ใกล้เคียงกับผู้ที่มียุงานระหว่าง 10-20 ปีซึ่งมีร้อยละ 32.50 ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.20 โดยมีตำแหน่งงานเป็นระดับชำนาญงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.20

ตารางที่ 2 ความตระหนักของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลังกรุงเทพมหานครในการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ

ความตระหนัก	ระดับความตระหนัก		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความตระหนักด้านการเงิน	3.82	0.69	มาก
2. ความตระหนักด้านสุขภาพ	3.98	0.68	มาก
3. ความตระหนักด้านจิตใจ	4.03	0.67	มาก
4. ความตระหนักด้านที่อยู่อาศัย	3.73	0.80	มาก
ภาพรวม	3.89	0.56	มาก

จากตารางที่ 2 ความตระหนักในการเตรียมพร้อมการเกษียณอายุ ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักด้านการเงิน ด้านสุขภาพ ด้านจิตใจ และด้านที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้ ความตระหนักด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ ($\bar{X} = 4.03$)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ	ระดับพฤติกรรมเตรียมความพร้อม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การเตรียมความพร้อมทางการเงิน	3.70	1.06	มาก
2. การเตรียมความพร้อมทางสุขภาพ	3.59	0.74	มาก
3. การเตรียมความพร้อมทางจิตใจ	3.87	0.68	มาก
4. การเตรียมความพร้อมทางที่อยู่อาศัย	3.05	0.97	ปานกลาง
ภาพรวม	3.55	0.68	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุทางจิตใจมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นๆ ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาเป็นพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุทางการเงิน ($\bar{X} = 3.70$) อยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมทางที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ($\bar{X} = 3.05$)

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร จำแนกลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ	
	ค่า Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	0.75	ไม่แตกต่าง
อายุ	0.21	ไม่แตกต่าง
ระดับการศึกษา	1.89	ไม่แตกต่าง
สถานภาพ	0.10	ไม่แตกต่าง
อายุงาน	0.03*	แตกต่าง
รายได้	0.10	ไม่แตกต่าง
ระดับตำแหน่ง	0.22	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 4 พบว่า จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้และระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญที่มีอายุงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุและค่าความทนระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ	VIF	Tolerance
ความตระหนักด้านการเงิน	1.50	0.67
ความตระหนักด้านสุขภาพ	1.68	0.60
ความตระหนักด้านจิตใจ	1.85	0.54
ความตระหนักด้านที่อยู่อาศัย	1.70	0.56

จากตารางที่ 5 พบว่า ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอย จะต้องมีการตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ก่อนเพื่อให้มั่นใจว่าตัวแปรอิสระไม่มีความเกี่ยวข้องกันมากเกินไป โดยในที่นี้ได้มีการพิจารณาค่า VIF (Variance Inflation Factor) และค่า Tolerance ผลการตรวจสอบได้ค่า VIF ต่ำกว่า 10 และค่า Tolerance สูงกว่า 0.1 (Thompson, Kim, Aloe & Becker, 2017) แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอย

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุระหว่างความตระหนักกับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ

พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ	B	t	Sig.	ผลการทดสอบ
ค่าคงที่ (Constant)	0.25	1.31	0.19	-
ความตระหนักด้านการเงิน (X_1)	0.20	4.35	0.00*	มีอิทธิพล
ความตระหนักด้านสุขภาพ (X_2)	0.27	5.36	0.00*	มีอิทธิพล
ความตระหนักด้านจิตใจ (X_3)	0.15	2.83	0.01*	มีอิทธิพล
ความตระหนักด้านที่อยู่อาศัย (X_4)	0.23	5.22	0.00*	มีอิทธิพล
R^2	0.60			
F	83.23**			

จากตารางที่ 6 พบว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า ความตระหนักด้านการเงิน ด้านสุขภาพ ด้านจิตใจและด้านที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=83.23$, $p = .00$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (ค่า b) พบว่า ความตระหนัก

ด้านสุขภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ มากที่สุด ($b = 0.27$) รองลงมา ได้แก่ ความตระหนักด้านที่อยู่อาศัย ($b = 0.23$) ความตระหนักด้านการเงิน ($b = 0.20$) และความตระหนักด้านจิตใจ ($b = 0.15$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.25 + 0.20X_1 + 0.27X_2 + 0.15X_3 + 0.23X_4$$

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination) หรือค่า R^2 ซึ่งเป็นค่าที่ระบุความแปรปรวนของตัวแปรตามที่สามารถอธิบายได้จากตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด (ชวลิต ทับสิทธิ์, 2555) ในที่นี้ได้ค่า R^2 เท่ากับ 0.60 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผันแปรของพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการอายุซึ่งเป็นตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 60

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานคลัง กรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้และระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ทำการศึกษาไว้ก่อนหน้านี้ ได้แก่ ผลการศึกษาของ วรวรรณ ชัยชื่อ (2556) ที่พบว่า ข้าราชการทหารบกประจำการ ณ กรมการทหารสื่อสาร กรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุไม่แตกต่างกัน

และผลการศึกษาของ จินณรัตน์ วรานุณนาภิรมย์ (2558) ที่พบว่า เจนเนอเรชั่นที่ต่างกันของพนักงานบริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ไม่มีผลต่อการรับรู้การเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ และพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ นิภาพร เกิดมาลัย และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2558) ที่พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของข้าราชการครูในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผลการศึกษาของ บงการ น้อยศรี (2560) ที่พบว่า พนักงานกลุ่มบริษัท จีเอเบิล จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุทำงานไม่แตกต่างกัน และผลการศึกษาของ เพ็ญประภา อริยะสุข (2553) ที่พบว่า พนักงานที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการเกษียณอายุก่อนกำหนดไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า อาจเนื่องมาจากข้าราชการกรุงเทพมหานครเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ และระดับตำแหน่งเป็นอย่างไรต่างมีรูปแบบการดำเนินชีวิต เช่น หน้าที่การทำงาน ความรับผิดชอบต่อครอบครัว และวิถีชีวิตที่ไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก และทุกคนต้องเกษียณอายุการทำงานเมื่ออายุครบ 60 ปีตามระเบียบราชการเหมือนกันทุกคน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานคลัง กรุงเทพมหานครที่มีอายุงาน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nyoro and Otieno (2016) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการทำนายการเตรียมความพร้อมเกษียณอายุของพนักงานในภาครัฐในเมืองมอมบาซา (Mombasa) ประเทศเคนยา ซึ่งพบว่าประสบการณ์

ทำงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลและสามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมเกษียณอายุได้ ทั้งนี้ สามารถอธิบายความเกี่ยวข้องของอายุงานของข้าราชการกรุงเทพมหานครสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมเกษียณอายุได้ว่า ผู้ที่มีอายุการทำงานมากย่อมมีเงินเดือนหรือรายได้มากตามไปด้วย จึงทำให้มีโอกาสที่จะมีเงินเหลือหลังจากการใช้จ่ายสำหรับเก็บออมได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

2. อิทธิพลของความตระหนักต่อพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ พบว่าความตระหนักด้านการเงิน ด้านจิตใจ ด้านสุขภาพ และด้านที่อยู่อาศัย ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ยิ่งข้าราชการกรุงเทพมหานคร มีความตระหนักเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ในทางกลับกันหากข้าราชการกรุงเทพมหานครมีความตระหนักลดน้อยลง พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุก็ลดน้อยลงเช่นเดียวกัน ข้อค้นพบดังกล่าวนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินณรัตน์ วราบุญนาคริพย์ (2558) เรื่อง การเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานกรณีศึกษา บริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่พบว่า การรับรู้การเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ ในด้านจิตใจ ร่างกาย และเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่ได้นี้ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ Righter (2017) ศึกษาถึงความตระหนักทางการเงินที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมเกษียณอายุของลูกจ้างในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่าผู้ที่มีความตระหนักทางการเงิน ส่งผลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมเกษียณอายุ และยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ

Rameli & Marimuthu (2018) เกี่ยวกับผลของทัศนคติต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการออมสำหรับการเกษียณอายุที่พบว่า การที่บุคคลเกิดทัศนคติต่อการเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุการทำงานนำไปสู่ความตั้งใจในการออมและพฤติกรรมการวางแผนการออมเพื่อการเกษียณอายุในท้ายที่สุด ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าความตระหนักถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่นำไปสู่การเกิดพฤติกรรมของบุคคล การที่บุคคลเกิดความตระหนักต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งมาก บ่งชี้ให้เห็นว่าเรื่องนั้นมีความสำคัญต่อบุคคลนั้น และส่งผลให้เกิดแนวโน้ม ในการแสดงการกระทำหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่บุคคลนั้นเห็นว่าเรื่องนั้นๆ เป็นเรื่องสำคัญหรือจำเป็นต้องกระทำ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานครสัมพันธ์มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้และระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมเกษียณอายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ข้าราชการกรุงเทพมหานครสัมพันธ์ที่มีอายุงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมเกษียณอายุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลจากการศึกษาบ่งชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุการทำงานของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันตามปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคล เช่น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ ฯลฯ นอกจากนั้น ความตระหนักเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล โดยในที่นี้ ความตระหนักในด้านการเงิน ด้านจิตใจ ด้านสุขภาพ และด้านที่อยู่อาศัย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมกรรมการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของข้าราชการกรุงเทพมหานครสัมพันธ์ กล่าวคือ ยิ่งบุคคลมีความตระหนักในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากขึ้นจะส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะมีการแสดงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง

ดังกล่าวมากตามไปด้วย ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์เพื่อให้บุคคลเกิดการเตรียมความพร้อมในการใช้ชีวิตภายหลังการเกษียณอายุการทำงาน และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้มีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานต่างๆ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

บุคคลต่างๆ ที่ยังอยู่ในวัยทำงานไม่ว่าจะเป็นบุคลากรของภาครัฐหรือเอกชน สามารถนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้ในวางแผนการดำเนินชีวิตและเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีภายหลังการเกษียณอายุการทำงาน และหน่วยงานต่างๆ สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาหาแนวทางในการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมสำหรับชีวิตหลังเกษียณอายุการทำงาน เพื่อช่วยลดภาระของภาคส่วนต่างๆ ในการดูแลผู้สูงอายุซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป (ผู้เกษียณการทำงาน) ซึ่งจะทำให้มีการจัดสรรการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในสังคมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่เป็นผู้ที่มีอาชีพและรายได้ไม่แน่นอน เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มชาวประมง กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า กลุ่มผู้รับจ้างงานอิสระ เป็นต้น เพื่อจะได้รับทราบถึงข้อมูลหรือความต้องการของกลุ่มบุคคลต่างๆ เกี่ยวกับความตระหนักและการเตรียมความพร้อมภายหลังการเกษียณอายุการทำงาน เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยนั้นๆ ไปพัฒนาหรือช่วยเหลือกลุ่มบุคคลดังกล่าวได้อย่างรวดเร็วและตรงกับความต้องการให้ได้มากที่สุด และควรขยายขอบเขตพื้นที่ในการทำวิจัยไปยังพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจาก

ในกรุงเทพมหานคร เช่น พื้นที่เขตปริมณฑล หรือพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมเกษียณอายุการทำงานได้ครอบคลุมประชากรกลุ่มต่างๆ ในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- จิณณรัตน์ วราบุญนาคริรมย์. (2558). การเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานบริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (สารนิพนธ์ปริญญาพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชลิต ทับสีรัก. (2555). ตัวแปรเชิงคุณภาพกับการวิเคราะห์ถดถอย. วารสารการวัดผลการศึกษา. 17(1), 31-42.
- นิภาพร เกิดม้าย และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของข้าราชการครู ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นจาก https://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/783/rmutrconth_137.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- บงการ น้อยศรี. (2560). การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุทำงานของพนักงานกลุ่มบริษัทจีเอเบิล จำกัด. (วิทยานิพนธ์รัฐปริญญาประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- เพ็ญประภา เบญจวรรณ. (2558). การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุ. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(1), 82-92.

- เพ็ญประภา อริยะสุข. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการเกษียณอายุก่อนกำหนดของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกรณีโรงไฟฟ้าพระนครใต้ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- ลิศรา เตชะเสริมสุขกุล. (2558). การวางแผนเพื่อการเกษียณ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 35(2), 204-222.
- วรวรรณ ชัยเชื้อ. (2556). การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของข้าราชการทหารบกประจำการ ณ กรมการทหารสื่อสาร (จุฬานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- วัลลภ รัฐธิดรานนท์. (2562). การหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*. 8(1), 11-28.
- ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์. (2563, 23 มิถุนายน). สังคมสูงวัย ความท้าทายของประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/3>
- สำนักงานประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร. (2562, 21 มกราคม). กทม. เสริมความรู้ให้ผู้เกษียณอายุปรับตัวเข้าสู่ชีวิตส่วนตัวและครอบครัวอย่างเต็มรูปแบบ. สืบค้นจาก <http://www.prbangkok.com/th/board/view/MDY1cDBzNnM0NHlyb3Ezc3E2NnEyNDk0cDRyOTQzcjQ0MDQ4>
- Nyoro, K. N. & Otieno, O. J.. (2016). Predictors of employee preparedness for retirement in public institutions within Mombasa county, Kenya. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education*, 3(1), 136-145.
- Rameli, R. S. & Marimuthu, M. (2018). A conceptual review on the effect of attitudes towards retirement on saving intentions and retirement planning behavior. *SHS Web Conferences*, 56(2), 1-6. doi: 10.1051/shsconf/20185602005
- Righter, K. D. (2017). *Does financial literacy, financial sophistication, or the awareness of their actual financial literacy have an impact on being prepared for retirement (Doctoral dissertation)*. Northcentral University, California.
- Thompson, C. G., Kim, R. S., Aloe, A. M. & Becker, B. J. (2017). Extracting the variance inflation factor and other multicollinearity diagnostics from typical regression results. *Basic and Applied Social Psychology*, 39(2), 81-90.

การศึกษาความสัมพันธ์ระบบเสียง ปี่ ลุ่มน้ำโขง

A Study of the Relationship of the Oboes Audio Features in Mekong River Region

สังคีต กำจัดพาลภัย¹

Sangkeat Kumjudpanpai¹

Corresponding author's E-mail: sangkeat.kum@ru.ac.th¹

(Received: March 3, 2021; Revised: April 26, 2021; Accepted: June 15, 2021)

บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระบบเสียง ปี่ ลุ่มน้ำโขง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางระบบเสียง ปี่ ลุ่มน้ำโขง 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์บทบาทในการบรรเลง ปี่ ลุ่มน้ำโขง โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ปี่ ตระกูลไม้ไผ่ลิ้นอิสระ จำนวน 12 เครื่อง ปรากฏในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ขอบเขต 6 ประเทศ มีผลการวิจัยดังนี้คือ ด้านการศึกษาคุณลักษณะทางระบบเสียง ปี่ ลุ่มน้ำโขง สามารถบรรเลงได้ 6 ถึง 9 ระดับเสียง ซึ่งระดับเสียงมีจำนวนแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมดนตรีของแต่ละแห่ง ขนาดของปี่มีความสัมพันธ์กับโทนของเสียง คือ ปี่เลาใหญ่โทนเสียงต่ำแหบโหย ปี่ขนาดกลางรองลงมามีเสียงนุ่มนวลอ่อนหวาน ปี่เลาเล็กโทนเสียงสูงให้เสียงสว่างสดใส ส่วนโครงสร้างระบบเสียงปี่ มีความสอดคล้องกับ บันไดเสียง 2 ชนิดได้แก่ 1) เพนทาโทนิค และ 2) ดอเรียนโหมด และ ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ในการบรรเลง ปี่ ลุ่มน้ำโขง ปรากฏ 3 รูปแบบ คือ 1) ใช้บรรเลงเพื่อความบันเทิง 2) ใช้บรรเลงเพื่อเกี่ยวพาราสิ และ 3) ใช้บรรเลงเพื่อประกอบทางพิธีกรรม

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์ ระบบเสียง ปี่ ลุ่มน้ำโขง

Abstract

A Study of the Relationship of the Oboes Audio Features in Mekong River Region is a qualitative research. The objectives were: 1) study of the oboes sound system in Mekong river region; and 2) study of the relationship of the oboes role play in Mekong river region. In this study, the researchers studied twelve types of oboe from six countries in the Mekong river region. Then there was fieldwork to study insights and analyze data to connect relationships. The results can be described as following. Most the oboes in Mekong river region systems are compatible with 2 music scales types, including: 1) Pentatonic scale; and 2) Dorian mode. And then the number of sounds of the oboes in each type of Mekong music culture are different according to the music culture of each place. In a low tone, there is a hoarse sound. Mid-tone tones sound soft and sweet. The high tone has a bright, cheerful sound. In terms of relationships, there are 3 types of instrumental roles which are: 1) Used for entertainment; 2) Used for courtship; and 3) Used for rituals.

Keywords: relationship, audio features, native oboe, Pi, Mekong river region

¹ นักศึกษาลัทธิสุตตปริยญาปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางคศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹ Candidate, Doctor of Philosophy Program in Music, Graduate School, Khon Kaen University

ความเป็นมาของปัญหา

บริเวณภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ประกอบด้วย 6 ประเทศ ได้แก่ จีน พม่า ไทย ลาว กัมพูชา และเวียดนาม กลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขงมีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง เพราะแต่เดิมมีประวัติศาสตร์ที่เคยมีการรวมดินแดนการปกครอง มีการรบทำสงคราม ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนปกครองกันตามความแข็งแกร่งของอาณาจักรในแถบนี้ ผู้คนมีการไปมาหาสู่ ค้าขาย และทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกันอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง เหตุนี้จึงมีการนำพาวัฒนธรรมให้เดินทางไปด้วยกัน มีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมกันไปมา มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงถึงกันและกัน มีการรับวัฒนธรรมและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสังคมในแต่ละพื้นที่ พัฒนาสืบทอดส่งต่อกันมาหลายชั่วอายุคน ส่งผลให้วัฒนธรรมของแต่ละประเทศในปัจจุบัน มีทั้งที่แสดงออกถึงลักษณะเฉพาะของตนเอง ขณะที่มีความคล้ายคลึงในบางส่วน จนหลายเรื่องราวไม่สามารถระบุได้ว่ามีที่มาจากที่ใดเพราะหลายๆ ประเทศก็มีเหมือนกัน (สุรพล เนสุสินธุ์, 2555)

การดนตรีในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง เป็นวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวโยงกันมาอย่างยาวนาน ทั้งรูปร่างลักษณะของเครื่องดนตรี การบรรเลงเครื่องดนตรี บทเพลง ตลอดจนการแสดงนาฏลีลาประกอบดนตรี การแสดงละคร เนื้อเรื่องบทประพันธ์ละคร ก็มีความคล้ายคลึงและสัมพันธ์กันมาก ดนตรี เป็นทั้งเสียงและจังหวะที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวและส่วนรวม ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการสื่อสารกันในกลุ่มชนและสังคมต่างๆ ในฐานะภาษาพิเศษและรหัสสัญลักษณ์ที่เป็นเสียงศักดิ์สิทธิ์พิเศษ ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการระบายออกถึงสิ่งที่แฝงฝังอยู่ในความเชื่อ มีท่วงทำนองจังหวะที่พัฒนาการจากความเรียบง่ายไปสู่สลับซับซ้อน มีความเปลี่ยนแปลงตลอดไม่คงที่ ดนตรีเป็นผลิตผลของสังคมซึ่งมีวัฒนธรรมเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นดนตรีอะไรแบบไหน ล้วนแล้วแต่

เกี่ยวข้องกับคน จะเป็นต่างเวลาต่างสถานที่ก็แล้วแต่ สังคมที่มีอายุยาวนานหรือสั้นน้อยนิด ก็สามารถผลิตดนตรีหรือมีดนตรีอยู่ด้วย ดนตรีบางอย่างคงรูปบางอย่างเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขของสังคม ของวิถีชีวิต ความเชื่อ เศรษฐกิจการเมือง การเปลี่ยนแปลง ในระดับต่างๆ ของคน ดนตรีบางอย่างสามารถดำรงตัวเป็นสถาบันหนึ่งในสังคมได้ สังคมที่เป็นปึกแผ่นมีความเข้มแข็ง ดนตรีก็สะท้อนความเข้มแข็งของสังคมออกมา แต่หากบางครั้งคราวที่สังคมอ่อนแอ มีเงื่อนไขข้อใดหรือกระแสวัฒนธรรมอื่นใดมากกระทบ ก็อาจเกิดความสับสนของทั้งคนทั้งดนตรีขึ้นได้ (ธิกานต์ ศรีนารา และพิเชษฐ เดชผิว, 2548)

ในบรรดาเครื่องดนตรีของกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงนั้น เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า เป็นกลุ่มเครื่องดนตรีที่สำคัญโดยเฉพาะด้านการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถสร้างสรวลอารมณ์ของบทเพลงได้ครอบคลุม ทุกอารมณ์ของมนุษย์ ใช้สรีระของมนุษย์คือปากเป่าลมออกมา เป็นการบรรเลงดนตรีที่ใกล้เคียงกับการพูดสื่ออารมณ์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสามารถเลียนแบบเสียงธรรมชาติ เสียงสัตว์ หรือเสียงอื่น ได้ตามศักยภาพและทักษะของผู้บรรเลง มีตั้งแต่เครื่องเป่าพื้นบ้านที่ออกแบบอย่างอิสระในด้านรูปทรง วัสดุ การบรรเลง ไปจนถึงเครื่องดนตรีที่มีมาตรฐานเดียวกัน ทั้งรูปร่าง ขนาด และเทคนิคการบรรเลง สามารถผลิตเสียงได้ครบตั้งแต่เสียงต่ำ เสียงกลาง และเสียงสูง จึงถือได้ว่าเป็นกลุ่มเครื่องดนตรีที่มีความสำคัญสูงมากในวงดนตรีของแต่ละประเทศลุ่มน้ำโขง เครื่องเป่าแบบไม่มีลิ้นเรียกว่า “ขลุ่ย” ส่วนเครื่องเป่าแบบมีลิ้นเรียกว่า “ปี่” นอกจากนี้ยังมี “แตร” ที่นำเข้ามาจากวัฒนธรรมตะวันตกในช่วงอาณานิคมอีกด้วย ส่วน ปี่ประเภทที่มีลิ้นคู่ประกบกัน มีตัวเลาที่วัสดุทำจากไม้ประเภทเนื้อแข็ง เช่น ปี่ใน ปี่ขาว ปี่เน ปี่มอญ เป็นต้น ปี่ประเภทนี้ให้เสียงแหลมแผดแฉ่งแรง ดังกังวาน ซึ่งพบปี่ลักษณะใกล้เคียงกันนี้ในหลายประเทศ เฉพาะอย่างยิ่ง

ประเทศที่อยู่ในเขตเส้นทางที่เรียกว่า เส้นทางสายไหม ซึ่งถือเป็นเส้นทางสำคัญแลกเปลี่ยนการค้าและกระจายวัฒนธรรมของอาณาจักรใหญ่โบราณ เริ่มตั้งแต่ดินแดนทางตะวันออกกลางเข้าสู่จีน แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการการเปลี่ยนแปลง และการแพร่กระจายของปีประเภทนี้ จากวัฒนธรรมทางตะวันออกกลางเข้ามาสู่พื้นที่ดินแดนลุ่มน้ำโขง (อานันท์ นาคคง, 2556)

ปี อีกประเภทที่ปรากฏอย่างแพร่หลายในบริเวณภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เป็นปี ที่มีไม้ตระกูลไผ่ เป็นวัสดุสำคัญในการทำปี โดยไผ่เป็นไม้เอนกประสงค์ประจำถิ่น ซึ่งอยู่ควบคู่กับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในแถบลุ่มน้ำโขงมาแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน มีลึนที่เป็น ลึนเดี่ยวอิสระ กำเนิดเสียงโดยลมที่เกิดจากการเป่าไปกระทบแผ่นลึนที่ปิดประกบช่องลม ทำให้เกิดการสั่นสะเทือนจนเกิดเสียง และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เนื้อเสียงที่มีเอกลักษณ์ มีเสียงที่ อ่อนนุ่ม สดใส มีการบรรเลง ที่ไพเราะ พริ้วไหว และน่าสนใจ ถูกนำมาใช้ในวัฒนธรรมประเพณีในระดับท้องถิ่น ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของผู้คนที่อาศัยในแถบลุ่มแม่น้ำโขง (สุพล เนสุสินธุ์, 2555)

อย่างไรก็ตามการพัฒนาสืบทอด เครื่องดนตรีปี ตระกูลไผ่ไผ่ลึนอิสระ ในบริเวณลุ่มแม่น้ำโขง ยังคงเป็นแบบมุขปาฐะ หรือความเชื่อของคนรุ่นก่อนๆส่งต่อกันมา ซึ่งเริ่มลดน้อยลงไป อีกทั้งการศึกษาเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของปี ด้านคุณภาพของเสียงปี ระบบเสียงปี และการบรรเลงปี ยังพบได้น้อย ดังนั้น การศึกษา ปี ลุ่มน้ำโขง ที่ทำจากไผ่ไผ่และมีลึนอิสระ จึงเป็นสิ่งผู้วิจัยหวังว่าจะได้ข้อมูลที่ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางดนตรีและความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันในวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง เหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะ ปี ลุ่มน้ำโขง เพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะและความสัมพันธ์ของปี ด้านรูปร่างลักษณะ และระบบเสียง เพื่อได้ข้อมูลแก่การพัฒนา

ศิลปวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงได้มีส่วนต่อยอดให้เจริญงอกงามในสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะระบบเสียง ปี ลุ่มน้ำโขง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์บทบาทในการบรรเลง ปี ลุ่มน้ำโขง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้รู้ จำนวน 9 ท่าน และ กลุ่มผู้บรรเลงปี จำนวน 6 ท่าน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

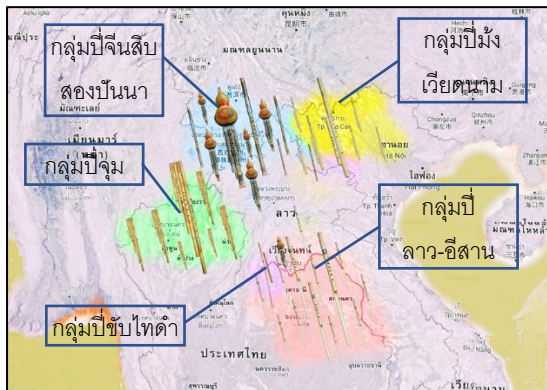
แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ปี ที่ปรากฏในดนตรีของกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศพม่า ประเทศลาว ประเทศกัมพูชา ประเทศเวียดนาม และประเทศไทย โดยใช้วิธีการเลือก ปี กลุ่มตัวอย่าง แบบไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non-Probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ผู้วิจัยได้กำหนดศึกษา ปี ที่ทำจากไผ่ไผ่ และมีลึนอิสระ มีจำนวน 12 เครื่อง แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มปีจุม จำนวน 5 เครื่อง ได้แก่ ปีแม่ปีกลาง ปีก้อย ปีเล็ก ปีตัด
- 2) กลุ่มปีขับไทดำ 2 เครื่อง ได้แก่ ปีดวง ปีบับ
- 3) กลุ่มปีลาว-อีสาน 1 เครื่อง ได้แก่ ปีภูไท
- 4) กลุ่มปีจีนสิบสองปันนา 2 เครื่อง ได้แก่ ปีน้ำเต้า ปีปาวู

5) กลุ่มปี่ม้งเวียดนาม 2 เครื่อง ได้แก่ ข้าว
แห้วเวียดนาม ปี่ข้าวแห้วเหนือ



ภาพที่ 1 ปี่กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาเขตลุ่มแม่น้ำโขง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

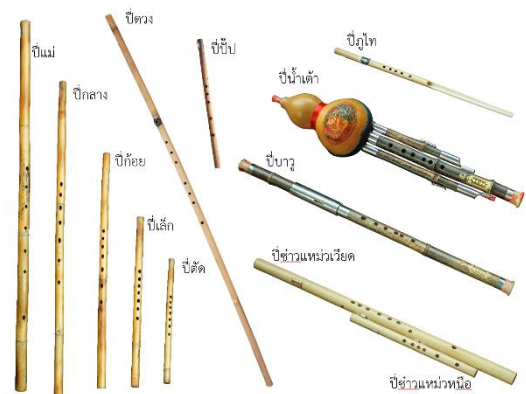
ผู้วิจัยบันทึกเสียงปี่กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 12 เครื่อง โดยบันทึกเสียงการบรรเลงโน้ต จากเสียงแรกที่ต่ำที่สุด ไปจนถึงเสียงที่สูงที่สุด ได้เสียงจนครบทุกเสียงตามระบบเสียงปีแต่ละเครื่อง จากนั้นนำไฟล์ข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยอ้างอิงงานศึกษาของ กฤษฎี เลกะกุล (2552) ที่ใช้แนวคิด ระบบเซนต์ (The Cent System) คิดค้นโดย Alexander J. Ellis ซึ่งเป็นระบบที่ใช้วัดระดับเสียงดนตรี และการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างระบบเสียง

ผู้วิจัยใช้โปรแกรม Cubase เวอร์ชัน 5 สำหรับการประมวลผลเสียงที่ได้บันทึกเสียงปี แล้วแปลเป็นค่าระดับเสียงเทียบกับโน้ตดนตรี มีการแสดงค่าเฉลี่ยในระบบเซนต์ของเสียงปี ที่บันทึกไว้อย่างชัดเจน มีการแสดงค่าเบี่ยงเบนในลักษณะ สูงหรือต่ำ จากค่ากลางซึ่งเป็นค่ามาตรฐานในระบบเสียงดนตรีสากล เพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะโน้ตเสียงปีแต่ละชนิด พร้อมทั้งบอกระดับ Octave และ เทียบเสียงปรากฏในผังภาพรูปลิ่มเปียโน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสอดคล้องของบันไดเสียงตามหลักทฤษฎีดนตรีสากล จากนั้นเขียนรายงานข้อค้นพบให้มีความต่อเนื่องกลมกลืน แยก

ประเด็นชัดเจน สร้างตารางหรือโมเดลสรุปข้อค้นพบตามความจำเป็นของวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษา ปี่ ลุ่มน้ำโขง จำนวน 12 เครื่อง ได้แก่ ปี่แม่ ปี่กลาง ปี่ก้อย ปี่เล็ก ปี่ตัด ปี่ดวง ปี่ป๊อ ปี่ภูไท ปี่น้ำเต้า ปี่บาว ปี่ข้าวแห้วเวียดนาม ปี่ข้าวแห้วเหนือ มีความสัมพันธ์ดังนี้



ภาพที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง ปี่ ลุ่มน้ำโขง

วัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 1 จากการศึกษาคุณลักษณะทางระบบเสียง ปี่ ลุ่มน้ำโขง พบว่า



ภาพที่ 3 ปี่แม่

“ปี่แม่” อยู่ในกลุ่มตระกูลปี่จื๋ม ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด เล่าปี่ทำจากไม้ไผ่ยาวประมาณ 84 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 2.5 ซม. มีรูนิ้ว 6 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงได้ทั้งหมด 7 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงทุ้มต่ำ เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่ต่ำที่สุดคือ D ใน Octave 2 และ โน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ C Octave 3 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ D2-5, Eb2+19, F2-10, G2-6, A2-46, Bb2+8, C3-18 ข้อสังเกตคือโน้ตเสียง F และ G

จะให้เสียงแหบแตก เมื่อบรรเลงเลงโลโน้ต เร มี ฟา ซอล ลา ที โด เนื้อเสียงที่ได้เป็นบันไดเสียงทางไมเนอร์คล้ายกับ โลโน้ต ที โด เร มี ฟา ซอล ลา



ภาพที่ 4 ปี่กลาง

“ปี่กลาง” อยู่ในตระกูลปี่จุม มีขนาดรองลงมาจากปี่แม่ เล่าปีทำจากไม้ไผ่ยาว 71 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 2.2 ซม. มีรูนิ้ว 7 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงได้ทั้งหมด 8 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงกลางทุ้ม เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ G ใน Octave 2 และ โน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ G Octave 3 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ $G2+36$, $A2-30$, $Bb2+1$, $C3+4$, $D3+42$, $Eb3-12$, $F3-19$, $G3-22$ ข้อสังเกตคือ โน้ตเสียง Bb2 จะให้เสียงแหบแตก บันไดเสียง ซอล ลา ที โด เร มี ฟา ซอล (เสียงที่ได้เป็นลักษณะบันไดเสียงไมเนอร์ คล้ายกับโลโน้ต ลา ที โด เร มี ฟา ซอล ลา)



ภาพที่ 5 ปี่ก้อย

“ปี่ก้อย” อยู่ในตระกูลปี่จุม มีขนาดเล็กจากรองจาก ปี่กลาง มีความยาว 53.5 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 1.9 ซม. เล่าปีทำจากไม้ไผ่ มีรูนิ้ว 7 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงได้ทั้งหมด 8 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงระดับกลางไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ C ใน Octave 3 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ C Octave 4 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ $C3+33$, $D3-16$, $E3-47$, $F3+36$, $G3+21$, $A3-46$, $Bb3+16$, $C4+14$ ข้อสังเกตคือโน้ตเสียง Eb3 และ F3 จะให้เสียงแหบแตก



ภาพที่ 6 ปี่เล็ก

“ปี่เล็ก” เป็นตระกูลปี่จุมที่มีขนาดเล็กรองลงมา จากปี่ก้อย มีความยาว 37.5 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 1.7 ซม. เล่าปีทำจากไม้ไผ่ มีรูนิ้ว 7 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงได้ทั้งหมด 8 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงกลางแหลม เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ G ใน Octave 3 และ โน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ G Octave 4 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ $G3+6$, $Ab3+39$, $Bb3-1$, $C4-5$, $D4-10$, $Eb4+26$, $F4+1$, $G4-1$ เมื่อบรรเลงเลงโลโน้ต ซอล ลา ที โด เร มี ฟา ซอล (เนื้อเสียงที่ได้เป็นไมเนอร์ คล้ายกับโลโน้ต ลา ที โด เร มี ฟา ซอล ลา)



ภาพที่ 7 ปี่ตัด

“ปี่ตัด” อยู่ในตระกูลปี่จุมที่มีขนาดเล็กที่สุด มีความยาว 29 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 1.4 ซม. เล่าปีทำจากไม้ไผ่ มีรูนิ้ว 7 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงเสียงได้ทั้งหมด 8 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงแหลมสูง เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ C ใน Octave 4 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ C Octave 5 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ $C4-23$, $D4-44$, $Eb4+3$, $F4-25$, $G4+6$, $Ab4+36$, $Bb4+1$, $C5+23$ เมื่อบรรเลงเลงโลโน้ต โด เร มี ฟา ซอล ลา ที โด เนื้อเสียงที่ได้เป็นไมเนอร์ คล้ายกับ โลโน้ต ลา ที โด เร มี ฟา ซอล ลา



ภาพที่ 8 ปี่ดวง

“ปี่ดวง” ปรากฏอยู่ในกลุ่มปี่ขับไทดำ เล่าปี่ทำจากไม้ไผ่ ความยาว 120 ซม. และเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 ซม. มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม มีรูนิ้ว 5 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงเสียงทั้งหมด จำนวน 6 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงทุ้มต่ำและแหบ เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่ต่ำที่สุดคือ D# ใน Octave 2 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ C# Octave 3 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ D#2-34, E2+29, F2+16, G2-49, A2-45, A#2+8, B2+39, C#3-49



ภาพที่ 9 ปี่บับ

“ปี่บับ” ปรากฏอยู่ในกลุ่มปี่ขับไทดำ เล่าปี่ทำจากไม้ไผ่ ความยาว 35 ซม. และ เส้นผ่าศูนย์กลาง 1.5 ซม. มีรูนิ้ว 5 รู มีรูค้ำนิ้วโป้ง 1 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงเสียงทั้งหมด จำนวน 7 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงแหลมสูง สดใส เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ D# ใน Octave 3 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ F Octave 4 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ D#3+14, E3+32, G3-43, A#3-17, C4-5, D4+15, F4+7



ภาพที่ 10 ปี่ฮุโ

“ปี่ฮุโ” ปรากฏอยู่ในกลุ่มปี่ลาว-อีสาน ทำจากไม้ไผ่ขางหรือไม้กู่แคน ส่วนหัวเลาเป็นข้อตัน ยาวราว

30-40 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 1.3 ซม. มีส่วนปล่องเปิดปลายด้านท้ายเรียวยาว มีรูนิ้ว 5 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงเสียงทั้งหมด จำนวน 6 ระดับเสียง ให้เนื้อเสียงแหบแข็ง เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ G ใน Octave 3 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ E Octave 4 มีระยะเสียงระหว่างโน้ตโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ G3+6, A3-2, B3-20, C4-22, D4-27, E4-28,



ภาพที่ 11 ปี่น้ำเต้า

“ปี่น้ำเต้า” ปรากฏอยู่ในกลุ่มปี่จีนสิบสองปันนา เล่าปี่เป็นไม้ไผ่เสียบเข้ากับน้ำเต้า รูปร่างเป็นเอกลักษณ์ ยาวประมาณ 40 ซม. มีรูนิ้ว 6 รู มีรูค้ำนิ้วโป้ง 1 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงได้ทั้งหมด 8 เสียง มีเนื้อเสียงนุ่มนวลอ่อนหวาน เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ G ใน Octave 3 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ A Octave 4 มีระยะเสียงโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ G3+32, A3-5, B3-17, C4-5, D4-6, E4-4, G4+6, A4-14 ปี่เลาเล็กอันแรก มีเสียง คือ E4-5 และปี่เลาเล็กที่สอง มีเสียง คือ A3+1



ภาพที่ 12 ปี่บาวู

“ปี่บาวู” ปรากฏอยู่ในกลุ่มปี่จีนสิบสองปันนา มีเลาที่เป็นไม้ไผ่ ยาว 44.5 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 2.2 ซม. มีรูนิ้ว 6 รู มีรูค้ำนิ้วโป้ง 1 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม มีส่วนที่เป็นลักษณะทรงกระบอกโลหะมาสวมครอบแผ่นลิ้น เจาะช่องรูเป่า บรรเลงได้ทั้งหมด 8 เสียง มีเนื้อเสียงนุ่มนวลอิมเต็ม ผู้วิจัยได้ศึกษา ปี่ที่เป็นระบบ

คีย์ G เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ D ใน Octave 3 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ E Octave 4 มีระยะเสียงโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ D3+32, E3+12, F#3+3, G3+12, A3+1, B3+3, D4+15, E4+19



ภาพที่ 13 ปี่ข้าวแหลมเวียด

“ปี่ข้าวแหลมเวียด” ปรากฏอยู่ในกลุ่มปี่ม้ง เวียดนาม ทำจากไม้ไผ่ มีความยาว 61.5 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 2.4 ซม. มีรูนิ้ว 8 รู รูค้ำนิ้วโป้ง 1 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงได้ทั้งหมด 9 เสียง มีเนื้อเสียงทุ้มนุ่มนวลอิมเต็ม เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ B ใน Octave 2 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ C Octave 4 มีระยะเสียงโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ B2-23, C3+5, D3+15, Eb3+26, F3+23, G3+35, A3+17, Bb3+33, C4+33



ภาพที่ 14 ปี่ข้าวแหลมเหนือ

“ปี่ข้าวแหลมเหนือ” ปรากฏอยู่ในกลุ่มปี่ม้ง เวียดนาม มีขนาดเล็กกว่าปี่ข้าวแหลมเวียด ทำจากไม้ไผ่ มีความยาว 28 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 1.8 ซม. มีรูนิ้ว 5 รู รูค้ำนิ้วโป้ง 1 รู มีลิ้นเสียงแบบอิสระที่ทำจากโลหะผสม บรรเลงได้ทั้งหมด 7 เสียง มีเนื้อเสียงสดใส เมื่อเทียบตามระบบเสียงสากล โน้ตเสียงที่บรรเลงต่ำที่สุดคือ B ใน Octave 3 และโน้ตเสียงที่สูงที่สุดคือ C Octave 5 มีระยะเสียงโดยอิงค่าในระบบ Cent คือ B3-49, C4+16, Eb4+33, G4+35, Bb4+28, C5+33

วัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2 จากการศึกษาความสัมพันธ์บทบาทในการบรรเลง ปี่ ลุ่มน้ำโขงนั้นพบว่า กลุ่มปี่จุ่มทั้ง 5 ขนาดที่เป็นชุดเดียวกัน จะเล่นในกลุ่มเสียง (Key) เดียวกัน และมีขนาดเลาที่เหมาะสมกับช่วงเสียง โดยแบ่งแนวทำหน้าทีเล่นกันคนละช่วงเสียง (Octave) มีปี่ก้อยเป็นทำนองหลัก (สมไชยแก้ว, 2561) ซึ่งกลุ่มปี่จุ่มมีความใกล้เคียงกับระบบเสียงของปี่ข้าวแหลม ที่ใช้บันไดเสียงไมเนอร์คอรเรียนเช่นเดียวกัน ด้านปี่ข้าวแหลมเวียดและข้าวแหลมเหนือ ถึงแม้จะอยู่ในกลุ่มปี่ม้งเวียดนาม แต่ระบบนิ้วเสียงของปี่ทั้งสองเลา จะบรรเลงต่างกัน แต่ยังคงสามารถบรรเลงใน Key เดียวกันได้ ด้านปี่ภูไท ปี่น้ำเต้าและปี่บาว กลุ่มนี้มีระบบเสียงที่เหมือนกัน คือ เพนตาโทนิค ส่วนปี่ป๊อจะมีแนวคิดการบรรเลงที่ยึดหยุ่นไปตามสถานการณ์ ไม่มีจังหวะชัดเจน บรรเลงแบบด้นสด ไม่มีทำนองบังคับใช้หลักองเสียงสอดคล้องตามผู้ขับร้อง ทั้งนี้ผู้บรรเลงต้องมีทักษะการฟังและอารมณ์ร่วมไปตามสถานการณ์ด้วย (ท้าวคำสวน วงทองคำ, 2562)

นอกจากนี้ยังมี ปี่ ที่ทำขึ้นมาโดยไม่มีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง แต่เอามาใช้บรรเลงในพิธีกรรม คือ “ปี่ดวง” เป็น ปี่ที่มีระบบเสียงแตกต่างออกไปจากลักษณะของปี่ลุ่มน้ำโขงในกลุ่มที่กล่าวมาข้างต้น โดยปี่ดวงจะเน้นบรรเลงให้ความรู้สึกที่จริงจัง มีมนต์ขลัง มีความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรม (ท้าวเพชรเสด็จจัน, 2561) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากภาคสนามและการสัมภาษณ์ สรุประเบิดความสัมพันธ์ในการบรรเลง ปี่ ในวัฒนธรรมดนตรีลุ่มน้ำโขง ไว้ 3 วัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ใช้ ปี่ บรรเลงเพื่อความบันเทิง ถือเป็นการใช้เสียงดนตรีทำหน้าที่ตามรูปแบบปกติคือเพื่อสร้างความสุนทรีภาพ สร้างความเพลิดเพลิน การบรรเลงปี่ จะมีลักษณะของการบรรเลงทำนองเพลงท้องถิ่น การบรรเลงประกอบการขับร้อง และ การบรรเลงแบบด้นสด

2. ใช้ ปี บรรเลงเพื่อเกี่ยวพาราสี นอกจากการบรรเลงสร้างความเพลิดเพลินทั่วไปแล้ว ในวิถีชีวิตท้องถิ่นดั้งเดิม จะมีการใช้เสียงดนตรีเพื่อสื่อความรู้สึกเสนาหาแก่หญิงสาวที่ชอบ ดังนั้น ปี จึงเป็นสื่อกลางในการเกี่ยวพาราสี หรือ ใช้จีบสาว โดยนำมาบรรเลงประกอบรวมกับการขับร้องโต้ตอบกันไปมาระหว่างหนุ่มสาว ประกอบกิจกรรมเป็นประจำจนเกิดความรักใคร่

3. ใช้ ปี บรรเลงประกอบพิธีกรรม ชาวท้องถิ่นลุ่มแม่น้ำโขง ที่มีความเชื่อเรื่องชีวิตหลังความตาย จะมีกิจกรรมเพื่อติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับจิตวิญญาณ จึงมีการใช้เสียงเพื่อ ให้ความรู้สึกที่จริงจัง มีมนต์ขลัง มีความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรม เกิดการคล้อยตาม เช่น ปีดวงที่บรรเลงประกอบพิธีกรรม พิธีขัมมด

อภิปรายผล

จากการเสนอผลการศึกษา แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางระบบเสียงปีลุ่มน้ำโขง ที่มีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมดนตรีของแต่ละแห่ง ด้วยเหตุที่ ปี ลุ่มน้ำโขง ใช้วัสดุที่ทำเหมือนกัน คือ ทำจากไม้ตระกูลไม้ไผ่ มีลักษณะเป็นลำยาวเจาะทะลุปล้อง มีการเจาะรูนิ้วเสียงเรียงกันเพื่อใช้เปลี่ยนระดับเสียงเหมือนกัน ระยะเวลาและจำนวนรูไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมดนตรีของแต่ละแห่ง ลิ่นปีมีลักษณะและใช้วัสดุเหมือนกัน คือ โลหะผสมพวกทองแดง ตีเป็นแผ่นบาง ตัดเจาะเป็นลิ่มมีลักษณะปลายแหลมยาวขนาดพอเหมาะ เนื้อเสียงจึงมีความคล้ายคลึงกัน ขนาดของปีเป็นอีกปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับโทนของเสียงปี คือ ปีเลาใหญ่มีโทนเสียงต่ำแหบโหย ปีขนาดกลางรองลงมา มีเสียงนุ่มนวลอ่อนหวาน ปีเลาเล็กมีโทนเสียงสูงให้เสียงสว่างสดใส และระบบเสียงของปีลุ่มแม่น้ำโขง มีความสอดคล้องใกล้เคียงกับกลุ่มบันไดเสียง คือ เพนทาโทนิค (Pentatonic) และไมเนอร์ดอเรียน (Dorian) แต่ด้านระดับเสียงและจำนวนเสียง

ของปีแต่ละประเภทในวัฒนธรรมดนตรีลุ่มน้ำโขงนั้น จะมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมดนตรีของแต่ละแห่ง หากนำ ปี ในวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ที่มีการตั้งเสียงหรือมีเสียงสำคัญที่ใกล้เคียงกัน จะสามารถบรรเลงบทเพลงในบันไดเสียงเดียวกันได้ มีการศึกษาของ กฤษณ์ เลอะกุล (2552) ที่ได้ทำการศึกษาระบบเสียงและคุณลักษณะทางเสียงของปีใน และมีการใช้แนวคิดระบบเซนต์ (The Cent System) วัดระดับเสียงดนตรีและการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างระบบเสียงนำมาสู่การวิเคราะห์ระบบเสียงปีเพื่อเปรียบเทียบเชิงโครงสร้างบันไดเสียง ซึ่งผลการศึกษาระดับเสียงสมบูรณ์ปีใน เมื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับทฤษฎีดนตรีไทย ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า ระบบเสียงปีในมีระยะห่างระหว่างเสียงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละช่วงคู่ทบเสียง ไม่มีการ แบ่งเป็น 7 เสียงเท่าหรือใกล้เคียงกันตามทฤษฎีดนตรีไทย จากการศึกษาดังกล่าว เมื่อพิจารณาระบบเสียง ปีลุ่มน้ำโขง กับ ปีใน จะมีคุณลักษณะต่างกัน คือ ปีใน ตัวเลาทำจากไม้เนื้อแข็ง และมีลิ้นคู่ประกบ ส่วนปีลุ่มน้ำโขง จะทำจากไม้ตระกูลไม้ไผ่ และมีลิ้นอิสระ โดยคุณลักษณะทางระบบเสียงมีเอกลักษณ์เฉพาะต่างกัน ทั้งเรื่องของ บันไดเสียงและจำนวนเสียง

ความสัมพันธ์บทบาทในการบรรเลงปีลุ่มน้ำโขงนั้นมีส่วนมากเป็นชนิดที่ใช้บรรเลงเพื่อความบันเทิงทั่วไป มีลีลาการบรรเลงที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างไปตามแต่ละวัฒนธรรม การศึกษานี้สัมพันธ์กับการศึกษาของ สุรพล เนสุลินธุ์ (2555) ที่ศึกษาเรื่อง แคนของกลุ่มชาติพันธุ์ไตในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง: แหล่งกำเนิดการแพร่กระจายและแนวทางการสืบทอดและพัฒนา พบว่า แคนมีพัฒนาการเริ่มจากปีซังข้าว ปีน้าเต้า มาเป็นแคนสามแคนเจ็ด แคนแปด และแคนเก้าในที่สุด มีการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ หรือในหมู่เครือญาติที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกัน มีการเป่าแคนในบุญประเพณีต่างๆ จาก

ข้อมูลดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ เช่นเดียวกับบทบาทการใช้งานปีในแต่ละพื้นที่ ที่มีการ สืบทอดต่อกันมา ส่วนหลักการบรรเลงไม่ได้มีการกำหนด รูปแบบด้านเทคนิคเสียง วิธีปฏิบัติ และชื่อของเทคนิค นั้นๆ ไว้ อย่างเป็นทางการ บางเทคนิคการบรรเลง ยังเป็น การคิดค้นหรือค้นพบด้วยตัวเองของนักปี หลายเทคนิค ที่เคยมีอาจเลือนหายไปพร้อมกับนักปีในแต่ละรุ่น และ ก็เกิดขึ้นมาใหม่ได้เรื่อยๆ เช่นกัน นอกจากนี้การฟัง บทเพลงที่บรรเลงของปีในแต่ละวัฒนธรรมดนตรีของ ลุ่มน้ำโขง ทำให้ได้เห็นเทคนิคการบรรเลงที่คล้ายคลึงกัน การศึกษานี้สอดคล้องกับ ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ที่มนุษย์ คิดสร้าง แหล่งกำเนิดสุนทรียศาสตร์ขึ้นมา พัฒนา ในส่วนของคุณค่าของมนุษย์ให้สามารถดำรงตนอยู่ใน สังคมอย่างมีความสุขได้ โดยมีองค์ประกอบของ การศึกษาอยู่สามประเด็นหลักๆ คือ 1) แหล่งสุนทรียะ (Aesthetic object) คือตัวศิลปะวัตถุหรือต้นกำเนิด ความงามที่มนุษย์สามารถรับรู้ได้ทางประสาทสัมผัส ทั้งห้า ในส่วนของดนตรีนั้นคือเสียงดนตรีที่รับรู้ได้โดยหู 2) ประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ (Aesthetic experience) เป็นกระบวนการทางการเกิดปัญญา การรับรู้ความงาม จากแหล่งสุนทรียะในเชิงคุณภาพ 3) ความซาบซึ้งใน สุนทรียภาพ (Aesthetic appreciation) คือผลที่ได้รับ จากการเกิดประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ ที่จะมีเกณฑ์ การวัดคุณค่าการเกิดสุนทรียภาพจาก 3 แนวคิด คือ ตัวผู้รับสุนทรียภาพเอง คุณค่าของแหล่งสุนทรียะเอง และ เกิดจากความสัมพันธ์กันระหว่างแหล่งสุนทรียะกับ ตัวผู้รับสุนทรียภาพที่มีการปรับตัวไปตามสภาพแวดล้อม สุนทรียภาพเป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่มีต่อความงาม ความไพเราะ ความเพลิดเพลิน เป็นศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อกระบวนการวัฒนธรรมดนตรี ทั้งที่ผ่านมา ในอดีต คงอยู่ในปัจจุบัน และการสร้างสรรค์ต่อไป ในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

ปีลุ่มน้ำโขง ที่ทำจากไม้ตระกูลไม้มะเกลือ มีลักษณะ เป็นลำยาวเจาะทะลุปล้อง มีการเจาะรูนิ้วเสียงเรียงกัน เพื่อให้เปลี่ยนระดับเสียงเหมือนกัน ระยะเวลาเจาะ และ จำนวนรู ไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมดนตรีของแต่ละแห่ง มีลึนปี ใช้วัสดุเหมือนกัน คือโลหะผสมพวก ทองแดง มีคุณลักษณะทางระบบเสียง คือ สามารถ บรรเลงเสียงได้ ตั้งแต่ 6-9 เสียง โดยจำนวนเสียงและ ระดับเสียงของปีแต่ละเครื่องในวัฒนธรรมดนตรี ลุ่มน้ำโขงนั้น จะมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับ วัฒนธรรมดนตรีของแต่ละแห่ง โทนเสียงปีจะสัมพันธ์ไป ตามขนาดเลา ปีเลายาวใหญ่มีโทนเสียงต่ำจะให้ เสียงแหบโหย ปีขนาดกลางเป็นโทนเสียงกลางจะให้ เสียงที่นุ่มนวล อ่อนหวาน ปีเลาเล็กให้โทนเสียงสูง สดใส ร่าเริง ส่วนระบบเสียงส่วนใหญ่มีความใกล้เคียงกับ สอดคล้องใน บ้านไคเสียง 2 ชนิดได้แก่ 1) เพนทาโทนิก และ 2) ดอเรียนโหมด และด้านความสัมพันธ์ในการ บรรเลง 3 รูปแบบ คือ 1) ใช้บรรเลงเพื่อความบันเทิง 2) ใช้บรรเลงเพื่อเกี่ยวพาราดี และ 3) ใช้บรรเลงเพื่อ ประกอบพิธีกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้วย งานวิจัยนี้ศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับ คุณลักษณะทางระบบเสียงและบทบาทในการบรรเลง ปีลุ่มน้ำโขง เพื่อช่วยสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทาง ดนตรีและความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันในวัฒนธรรม ลุ่มน้ำโขง การผลการวิจัยนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. นักประพันธ์เพลง ที่ต้องการแสวงหา แนวคิดการสร้างสรรค์ผลงาน ต้องการทำความเข้าใจ โครงสร้างระบบเสียง แนวคิดในการบรรเลงปีลุ่มน้ำโขง รวมถึงบริบทที่เกี่ยวข้องโดยรอบ เพื่อนำไปใช้ในการ

สร้างสรรค์ประพันธ์เพลงร่วมสมัย ผสมผสานกับดนตรี
ที่หลากหลายวัฒนธรรมร่วมกับหลักการทางดนตรีสากล

2. นักดนตรี ที่ต้องการศึกษาหลักการบรรเลง
ปี่ลุ่มน้ำโขง ทำความเข้าใจพื้นฐานระบบนิ้วเสียง กลวิธี
เทคนิคการบรรเลง บทเพลงที่เกี่ยวข้อง

3. อาจารย์/ครูดนตรี ที่ต้องการพัฒนาความรู้
ในการจัดการเรียนการสอน เพื่อขยายผลให้ความรู้
เผยแพร่ข้อมูล และความสำคัญของ วัฒนธรรมดนตรี
ลุ่มน้ำโขง และเชื่อมโยงไปยังดนตรีวัฒนธรรมอื่นๆ ด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. มีปี่อีกหลายชนิด ประเภทอื่นที่อยู่นอก
ขอบเขตการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ จึงควรมีการ
ศึกษาวิจัยให้ครอบคลุม

2. การศึกษาปี่โดยกำหนดพื้นที่ให้ระดับและ
เจาะลึกในด้านดนตรี วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ในวิถีชีวิตใน
สังคมนั้นๆ วิเคราะห์ความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์
ระหว่างวัฒนธรรม

3. การศึกษาเชิง สร้างสรรค์และพัฒนา
ปี่ลุ่มน้ำโขง เช่น แนวทางการพัฒนากระบวนการผลิต
การพัฒนาระบบเสียง การประสมวงปี่ลุ่มน้ำโขงรูปแบบ
อื่น

4. การศึกษาอัตชีวประวัติ คีตกวี บทเพลง
ที่เกี่ยวข้องกับปี่ในวัฒนธรรมดนตรีลุ่มน้ำโขง เพื่อทราบ
ถึงแนวทางการศึกษา การถ่ายทอดดนตรี บันทึกเทคนิค
การบรรเลง และแรงบันดาลใจในการประพันธ์ดนตรี
เพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติ วงศ์ตระกูล และให้อนุชนรุ่นหลัง
ได้ศึกษา

5. การศึกษาด้านแนวทางการอนุรักษ์ส่งเสริม
การสืบทอด สืบสาน วัฒนธรรมดนตรีลุ่มน้ำโขง
ให้เผยแพร่ และคงอยู่สืบไป

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎี เลกะกุล. (2552). *การศึกษาระบบเสียงและ
คุณลักษณะทางเสียงของปี่ใน*. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาดุริยางิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล,
กรุงเทพฯ.

ธิดานต์ ศรีนารา และพิเชษฐ์ เดชผิว. (2548). *วัฒนธรรม
ดนตรีในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: แม็ค.

สุรพล เนสุสินธุ์. (2555). *แคนของกลุ่มชาติพันธุ์ไตใน
ภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง: แหล่งกำเนิดการ
แพร่กระจาย และแนวทางการสืบทอดและ
พัฒนา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎี
บัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
มหาสารคาม.

อานันท์ นาคคง. (2556). *เครือญาติดนตรีวิถีอาเซี่ยน*.
กรุงเทพฯ: หอศิลป์วัฒนธรรม.

ผู้ให้สัมภาษณ์

ท้าวคำสวน วงทองคำ. (2562, 18 พฤษภาคม).

ผู้อำนวยการสโมสรศิลปวัฒนธรรมด่านช้าง
เมืองเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตย
ประชาชนลาว. [สัมภาษณ์].

ท้าวเพชร เสต็จจัน. (2561, 30 พฤศจิกายน). นักดนตรี
พื้นบ้าน เมืองชะนะคาม สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว. [สัมภาษณ์].

สม ไชยแก้ว. (2561, 13 ธันวาคม). นักดนตรีและช่างทำ
ปี่จุม จังหวัดเชียงราย. [สัมภาษณ์].

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Research and Development Journal, Loei Rajabhat University) เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่หลากหลาย สาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการจัดทำวารสาร ซึ่งกำหนดตีพิมพ์วารสาร 4 ฉบับ/ปี (รอบ 3 เดือน) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่จะตีพิมพ์ในวารสารต้องผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และการประสานงานระหว่างผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการเท่านั้น ผู้ประสงค์ส่งผลงานบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ลงในวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สำหรับอาจารย์และพนักงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ต้องชำระค่าธรรมเนียมเรื่องละ 1,000 บาท และบุคคลภายนอก ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์เรื่องละ 2,000 บาท โดยส่งบทความผ่านระบบออนไลน์เท่านั้น ที่เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru> โดยกองบรรณาธิการได้กำหนดเนื้อหาการส่งบทความ เพื่อให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันดังต่อไปนี้

ส่วนประกอบของบทความ

1. บทความวิจัย/วิทยานิพนธ์

1.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.2 ชื่อและสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคนพร้อมวุฒิการศึกษาสูงสุด โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

1.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

1.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงที่มาของการทำวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ความยาวไม่เกิน 250 คำ

1.3.2 คำสำคัญภาษาไทย ไม่เกิน 4 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

1.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

1.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย

1.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

1.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

1.5 เนื้อเรื่อง

1.5.1 ความเป็นมาของปัญหา ให้อธิบายถึงเหตุผล และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ

1.5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน โดยบอกเป็นข้อๆ ตามลำดับความสำคัญ

1.5.3 วิธีดำเนินการวิจัย ให้ระบุประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

1.5.4 ผลการวิจัย ให้แสดงผลจากการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้อ่านดูแล้วเข้าใจ

1.5.5 อภิปรายผล อภิปรายให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุด

1.5.6 สรุปผลการวิจัย ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยความยาวไม่เกิน 150 คำ

1.5.7 ข้อเสนอแนะ ให้แนะนำการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และแนะนำเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

1.5.8 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน ดังรูปแบบที่อธิบายไว้ในข้อ 3

2. บทความทางวิชาการ

2.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.2 ชื่อและสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคนพร้อมวุฒิการศึกษาสูงสุด โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

2.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

2.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปความเป็นมาของสิ่งที่นำเสนอ และสรุปภาพรวมทั้งหมดของบทความ ความยาว 10-15 บรรทัด

2.3.2 คำสำคัญภาษาไทย ไม่เกิน 4 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

2.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

2.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย

2.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

2.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

2.5 เนื้อเรื่อง

2.5.1 ความนำ ควรประกอบด้วย

- 1) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่นำเสนอ
- 2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้ผู้อ่านทราบเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ
- 3) ขอบเขตของเรื่องที่นำเสนอ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบและเข้าใจตรงกัน

4) คำจำกัดความ ควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหากคำเหล่านั้นมีความหมายที่แตกต่างจากคำทั่วไป หรือคำที่ผู้อ่านอาจจะไม่เข้าใจความหมาย

2.5.2 เนื้อหา ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.5.3 บทสรุป ข้อสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากเนื้อหา/เนื้อเรื่อง ความยาวไม่เกิน 150 คำ

2.5.4 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับ

ให้พิมพ์ต้นฉบับโปรแกรม Microsoft Word ชนิดอักษร Cordia New หรือ Cordia UPC แบบ 1 คอลัมน์ สำหรับบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และแบบ 2 คอลัมน์สำหรับเนื้อหาบทความ โดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ จำนวนหน้า 7-12 หน้า ขนาดกระดาษ 16K 195*270 mm ห่างจากขอบกระดาษบน 1.8 ซม. ด้านล่าง 2.5 ซม. ห่างจากระยะขอบกระดาษด้านซ้ายและขวาด้านละ 1.8 ซม. การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

1. **ชื่อเรื่อง** ขนาดตัวอักษร 17 ตัวหนา จัดไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
2. **ชื่อผู้เขียน** ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ ไว้ขอบด้านขวาน้ำกระดาษ
3. **คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อหลักในตัวบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติจัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
4. **ชื่อหัวข้อหลักและรอง** หัวข้อหลักในตัวบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์และหัวข้อย่อยให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
5. **รูปแบบและตาราง** ชื่อตารางให้จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนคำบรรยายรูปภาพจัดไว้ให้อยู่ใต้รูปภาพ
6. **ความห่างระหว่างข้อความ** การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อหลัก) ให้กด Enter 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อย่อย) ให้กด Enter 1 ครั้ง

การอ้างอิงเอกสาร

1. การลงรายการอ้างอิงในเนื้อเรื่อง

ให้ใช้ระบบนาม-ปี ทั้งผู้แต่งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแยกเป็น

1.1 ข้อมูลนาม-ปี **อยู่หน้าข้อความ** ชื่อผู้เขียนเป็นส่วนหนึ่งของข้อความ ใส่ปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ ตามรูปแบบ **ชื่อ – สกุล (ปีพิมพ์) / Surname (Date)** โดยไม่ต้องใส่เลขหน้า ยกเว้นการอ้างอิงแบบคัดลอกข้อความในเครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) เท่านั้น

ในกรณีที่มิมีจำนวนผู้แต่งน้อยกว่า 6 คนให้ลงชื่อทุกคน มีคำว่า และ (and หรือ & ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) เชื่อมคนสุดท้ายและคั่นแต่ละคนด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ส่วนในกรณีที่ผู้แต่ง 6 คนหรือมากกว่า

ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า และคณะ (et al. ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย นอกจากนี้ การอ้างอิงงานเดียวกันที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป หลังการอ้างอิงครั้งแรกไปแล้ว ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า และคณะ (et al. ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไป ในบทความ)
1 คน	วันทนา ทับทิม (2552)	วันทนา ทับทิม (2552)	Brown (2009)	Brown (2009)
2 คน	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	Smith and Brown (2009)	Smith and Brown (2009)
3-5 คน	วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพา และ อุษา งามดี (2553)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2553)	Smith, Bradley, and Brown (2011)	Smith et al. (2011)
≥ 6 คน	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	Smith et al. (2009)	Smith et al. (2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ (วช., 2555)	วช. (2555)	National University of Singapore (NUS, 2015)	NUS (2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	Loei Rajabhat University (2003)	Loei Rajabhat University (2003)

1.2 ข้อมูลนาม-ปี อยู่ท้ายข้อความ ชื่อผู้เขียนไม่ได้อยู่ในข้อความที่อ้าง ให้ชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ไว้ในวงเล็บ วางไว้ท้ายข้อความที่อ้าง เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไปใน บทความ)
1 คน	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(Brown, 2009)	(Brown, 2009)
2 คน	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(Smith and Brown, 2009)	(Smith and Brown, 2009)
3-5 คน	(วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพา และอุษา งามดี 2553)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2553)	(Smith, Bradley, & Brown, 2011)	(Smith et al., 2011)
≥ 6 คน	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(Smith et al., 2009)	(Smith et al., 2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ [วช.], 2555)	(วช., 2555)	(National University of Singapore [NUS], 2015)	(NUS, 2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(Loei Rajabhat University, 2003)	(Loei Rajabhat University, 2003)

2. การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (อ้างถึงใน)

ในกรณีที่เป็นการอ้างอิงงานที่ถูกอ้างอิงอยู่ในงานเขียนอื่น และประสงค์จะอ้างอิงงานนั้นด้วย ให้ได้ข้อความเพิ่มว่า อ้างถึงใน ชื่อผู้แต่งงานเขียนแหล่งที่ 2 ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และปีพิมพ์ สำหรับภาษาอังกฤษใช้ as cited in secondary source author, year และลงรายละเอียดของเอกสารทุติยภูมิในอ้างอิงท้ายบทความ เช่น

ชียอนันต์ สมุทวณิช (อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2542)

Allport's diary (as cited in Nicholson, 2003).

3. การลงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (Reference)

ใช้การลงรายการอ้างอิงตามรูปแบบของ APA (American Psychological Association 6th edition) ระบุเฉพาะรายการที่ถูกอ้างอิงในเนื้อหาของบทความเท่านั้น โดยให้เรียงลำดับเอกสารตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (กรณีภาษาไทย) หรือนามสกุลของผู้แต่ง (กรณีภาษาอังกฤษ) และเรียงเอกสารภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ แสดงการลงรายการเพื่อเป็นตัวอย่างดังนี้

3.1 หนังสือทั่วไป (อ้างอิงทั้งเล่ม)

3.1.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.2 ฉบับพิมพ์ มีบรรณาธิการ

ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ). (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.3 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

ศักดิ์ดา ดาดวง. (2551). เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อชีวิต (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
มัญชุสา วัฒนพร (บรรณาธิการ). (2542). คู่มือการจัดและตกแต่งสวนในบ้าน (พิมพ์ครั้งที่ 8, เล่ม 2). กรุงเทพฯ: บ้านและสวน.

วีระชัย ณ นคร. (2556). สารานุกรมเรื่องหญ้าแฝก (พิมพ์ครั้งที่ 7). สืบค้นจาก <http://ebook.lib.ku.ac.th/item/2/20170123>

Hogue, A. (2008). *First steps in academic writing* (2nd ed.). NY: Pearson Education.

Chen, A., & Xu, K. (Eds). (2011). *Fabulous furniture*. Hong Kong: Artpower.

Sarrazin, N. (2016). *Music and the Child*. Retrieved from <http://textbooks.opensuny.org/music-and-the-child/>

3.2 บทความหรือบทในหนังสือ

ชื่อผู้แต่งบทความหรือบท. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความหรือบท. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ (หมายเลขหน้าที่ปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

สุปราณี แจ่มบำรุง. (2546). ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน. ใน สุปราณี แจ่มบำรุง และคณะ (บรรณาธิการ), ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทย พ.ศ. 2546 (น. 21-26). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

Haybron, D.M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17-43). New York, NY: Guilford Press.

3.3 บทความวารสาร

3.3.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.3.2 ออนไลน์ (มีรหัส DOI – Digital Object Identifier)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. doi:xx.xxxx

3.3.3 ออนไลน์ (ไม่มีรหัส DOI ให้ลง URL ของวารสาร)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxx>

ตัวอย่าง

ปิยะวิทย์ ทิพรส. (2553). การจัดการป้องกันและลดสารให้กลิ่นโคลน Geosmin ในผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำ. *วารสารสุทธภิรัชต์*, 24(72), 103-119.

จรรยาลักษณ์ สิริกุลนฤมิตร, และกัญญาดา เมธารมณ. (2561). องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการสร้างกระแสนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(157), 1-20. doi: 10.14456/jba.2018.5

ดิเรก หงษ์ทอง. (2558). พงศาวดารเขมรใน “นิพานวังน่า”: ความสำคัญต่อการตีความชีวิตของเจ้านายเขมรพลัดถิ่นในสยาม. *วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน*, 6(1), 203-222. สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/index>

Siriwongworawat, S. (2003). Use of ICT in Thai libraries: An overview. *Program*, 37(1), 38-43.

Samorna, S. (2013). Social movements against gold mining. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 88(2013), 299-305. doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.509

Kramanon, R., & Gray, R. (2015). Differentials in happiness among the young old, the middle old and the very old in Thailand. *Journal of Population and Social Studies [JPSS]*, 23(2), 180-192. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jpss/article/view/102342>

3.4 วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ และคุณูปนิพนธ์

3.4.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). ชื่อสถาบันที่จบ, เมืองของสถาบันที่จบ.

3.4.2 จากฐานข้อมูลที่สถาบันบอกรับ คลังข้อมูลสถาบัน ฐานข้อมูลพาณิชย์ และเว็บไซต์

ส่วนบุคคล

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, ชื่อสถาบัน, เมือง, ประเทศ). สืบค้นจาก ระบุชื่อฐานข้อมูล หรือ <http://www.xxxxxx>. (หมายเลขประจำรายการ - ถ้ามี)

ตัวอย่าง

เข้มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

กฤษดี ปิยะวัฒนธน. (2546). โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ). สืบค้นจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.

จรัล อุ่นฐิติวัฒน์. (2548). กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การสำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://library.swu.ac.th>

Nickels, D. W. (2005). *The relationship between IT-business alignment and organizational culture: An exploratory study* (Unpublished doctoral dissertation). University of Memphis, Memphis, TN.

Li, S. (2000). *Network traffic control and bandwidth management in Internet: A differentiated services case study* (Master's thesis). Retrieved from ProQuest Dissertation and Theses database. (AAT MQ64392)

DiNicola, M.D. (2004). *Pathological Internet use among college students: The prevalence of Pathological Internet use and its correlates* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://www.ohiolink.edu/etd>

3.5 รายงาน รายงานการวิจัย

ชื่อผู้วิจัย. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ยุวลักษณ์ เวชวิทยาลัง. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

Huguet, J. W., & Chamrathirong, A. (Eds.). (2011). *Thailand migration report: Migration for development in Thailand: Overview and tools for policy makers*. Retrieved from http://publications.iom.int/bookstore/free/tmr_2011.pdf

3.6 เอกสารประกอบการนำเสนอในที่ประชุม สัมมนา รายงานการประชุม

3.6.1 บทความที่เผยแพร่ในรายงานการประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณานุกรม (บรรณานุกรม), ชื่อหัวข้อกลุ่มนำเสนอ (หน้าที่ปรากฏบทความ). doi หรือ ชื่อการประชุม, เมืองที่จัดการประชุม.

3.6.2 บทความย่อออนไลน์ของบทความที่นำเสนอในที่ประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความนำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม. บทความย่อสืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.6.3 บทความ/โปสเตอร์นำเสนอในงานประชุมที่ไม่มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นทางการ

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความ หรือ โปสเตอร์นำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม.

ตัวอย่าง

สุภักดิ์ ปัญญา, และสมชาย อารยพิทยา. (2560). การพัฒนาบนฐานข้อมูลสมุนไพรรักษาโรคหอบหืดที่บ้านในภาคเหนือตอนบน. ใน สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, รายงานการประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ภาคบรรยาย (น. 592-603). การประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

Mo, L., และจิตรลดา แสงปัญญา. (2560, พฤษภาคม). ปัญหาครอบครัวในสังคมไทย: ภาพสะท้อนจาก นวนิยายไทยช่วง พ.ศ. 2508-2557. บทความนำเสนอ ณ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5: "งานวิชาการรับใช้สังคม" ในโอกาสครบรอบ 25 ปี ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, สมุทรปราการ. บทความย่อบันทึกจาก <https://hcuconf.hcu.ac.th/download/2017/hcu-conference-2017-abstract-pdf.pdf>

กุลศิริ เตียนศรี, และอชฌา พงศ์พิทักษ์ดำรง. (2557, พฤศจิกายน). *How to approach to abnormal pain in children*. บทความนำเสนอ ณ การประชุมวิชาการประจำปี 2557: สุขภาพดีสมวัย อนามัยแม่และเด็กในยุค AEC, นครราชสีมา.

Katz, I., Gabayan, K., & Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras. In J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, & P. Scheunders (Eds.), *Lecture Notes in Computer Science: Vol. 4678. Advanced Concepts for Intelligent Vision Systems* (pp. 97-108). doi: 10.1007/978-3-540-74607-2_9

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm

Brown, S., & Caste, V. (2004, May). *Integrated obstacle detection framework*. Paper presented at the IEEE Intelligent Vehicles Symposium, Detroit, MI.

3.7 บทความในหนังสือพิมพ์

3.7.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.7.2 ออนไลน์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.7.1 กรณีไม่ปรากฏชื่อผู้เขียนบทความ

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2560, 16 พฤศจิกายน). มหาวิทยาลัยนวัตกรรม. *เดลินิวส์*, น. 8.

ชนัดดา ชินะโยธิน. (2561, 18 ธันวาคม). คู่กับทูตโปแลนด์ ผู้ที่เคย Backpack มาเที่ยวไทย เพราะหลงใหลวิถีชีวิต-ผู้คน และการฝึกความอดทนกับสภาพจราจร. *มติชนสุดสัปดาห์*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/column/article_156170

รื้อฟื้น! อดีตลัทธิชุมชน ทายาทผ้าขาวม้าไทย สร้างผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว!. (2561, 19 ธันวาคม). *ผู้จัดการรายวัน*, น. 5.

Leesa-nguansuk, S., & Sritama, S. (2018, May 25). EU data privacy laws creating local waves. *Bangkok Post*, p. B3.

Judd, J. (2018, December 17). On International Migrants Day, a sea change for Thai fishing?. *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/opinion/30360513>

Bangkok tops Agoda's 2018 list of Asian destinations. (2018, December 11). *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/thailand/30360181>

3.3.8 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์, วันที่ เดือน). ชื่อบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

เนื่อแพร่ เล็กเฟื่องฟู, วรประภา นาควัชร, และปภัสสร แสงสุขสันต์. (2560, 2 มิถุนายน). Big Data บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย. สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/?abridged=big-data-บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย>

Koh, D. (2018, November 4). Spreading digital health initiatives in Thailand with the Khon Kaen Health project. Retrieved from <https://www.healthcareitnews.com/news/spearheading-digital-health-initiatives-thailand-khon-kaen-smart-health-project>

ใบสมัครสมาชิกวารสารวิจัยและพัฒนา

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว.....
ขอสมัครสมาชิกวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำหนด.....ปี
โดยจัดส่งเอกสารไปที่.....
.....
โทรศัพท์.....โทรสาร.....
E-mail Address.....
พร้อมนี้ข้าพเจ้าได้จัดส่งค่าสมาชิกวารสารวิจัยและพัฒนา จำนวน.....บาท

☐ โอนเข้าบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เลขที่
บัญชี 981-2-85863-6 ชื่อบัญชี วารสารวิจัยและพัฒนา ม.ราชภัฏเลย พร้อมแฟกซ์สำเนาใบโอนเข้า
บัญชีมาที่ โทรสาร 042-813061, 042-811143

ลงชื่อ.....(ผู้สมัคร)

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

***อัตราค่าสมาชิก 1 ปี (4 ฉบับ) เป็นจำนวนเงิน 200 บาท**



Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ISSN 1905-1867

VOL 16, NO 58, October - December 2021

CONTENTS

	Page
Sensory Experience Creation for Cultural Festival in Thailand Thanathorn Santichat Kaedsiri Jaroenwisat Manassinee Boonmeesrisa-nga	1
Integrated Marketing Communications Model that Affects the Buying Decision of Long Lab-Lae Durian in Uttaradit Province Chatchai Sucharit Benjawan Sucharit	13
Cost and Return of Candle Fabric of Professional Woman's Group Ban Lao Neng in Khao Kho District, Phetchabun Province Napalai Boontim	25
The Impact of Tourism Development on Residents' Community Life in Chanthaburi Province, Thailand Chitlada Pinthong	34
Expectation and Perception of Tourists towards Tourism Management at the Sky Walk, Chiang Khan District, Loei Province Pattaraporn Kaewpach Worada Kaewpach Vilaiporn Yakamporn	46
Environmental Carrying Capacity of Tourism in Phuket Old Town Janyawath Sutamma Jittasak Putjorn Pit Jitpakdee Thanawat Dokchan	58
Problems Consideration of Evidence for Issuing an Arrest Warrant Under Section 66 of the Criminal Procedure Code Manop Pravanlunchagron Chaninat Leeds Siriphan Pholrop	68
The Need in Developing English Language Skills for Communication of the Hospital Receptionists in Phetchabun Province Ratchaneewan Prayongkul	79
The Influence of Awareness on Retirement Preparation Behaviors of the Bangkok Metropolitan Administration Officials Parichart Odglan Orramon Panthong Ratchadaporn Boonruang	88
A Study of the Relationship of the Oboes Audio Features in Mekong River Region Sangkeat Kumjudpanpai	99



Research and Development Institute

234 Loei-Chiangkan Road, T.Muang A.Muang, Loei 42000

Tel. 0-4283-5223-8 ext 41141-2, 0-4280-8000 ext 51143 Fax 0-4281-1143

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>, E-mail: research_lru@hotmail.com