



Research and Development Journal Loei Rajabhat University

วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ISSN 2774-1109 (Online)



VOL 17, NO 59, January - March 2022

ปีที่ 17 ฉบับที่ 59 มกราคม - มีนาคม 2565





วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 17 ฉบับที่ 59 เดือนมกราคม – มีนาคม พุทธศักราช 2565

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

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

ดร.กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดร.ฉัฐวัฒน์ ลิ้มปัสสรพงษ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดร.แก้วตา จันทรานุสรณ์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ฐิรชญา ชัยเกษม

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ดลฤทัย โกวรธนะกุล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.เมษธาวิณ พลโยธี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.รัฐการ บัวศรี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รศ.ดร.ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ดร.อนันต์ เขียวชาญกิจการ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ผศ.ดร.ภาคภูมิ สุขเจริญ

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ดร.นาฏยา พิลางาม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.อารีรัตน์ ปานศุภวัชร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รศ.ดร.รัตนวัฒน์ ไชยรัตน์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผศ.ดร.อรุวรรณ บุญพัฒน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผศ.ดร.รัตนา สีดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ผศ.ดร.ศักดิ์ชาย นาคนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ผศ.ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ดร.ปิยะ กล้าประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ผศ.ดร.ปิยฉัตร ทองแพง	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี
ผศ.ดร.อโณทัย หาระสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ดร.หมะหมุด หะยีหมัด	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รัตนา วงศ์ศรีศรีมีเดือน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ชนิษฐา จิตชินะกุล	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.จากรุพร มีทรัพย์ทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รัตนา วงศ์ศรีศรีมีเดือน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผศ.ดร.เอมอร แสนภูวา	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รศ.ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.รักชนก แสงภักดีจิต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวัดดี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภักดี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี
รศ.ดร.นัยนา อรรจนาท	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริภิญญาภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บรรณาธิการอำนวยการ

ผศ.ดร.สุพรรณณี พฤกษา

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

บรรณาธิการ

ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.รุ่งกานต์ อินทวงศ์

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายบริการวิชาการ

ผศ.ดร.เนตรนภา พงษ์เพชร

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายโครงการพระราชดำริ

ดร.ขวัญคุณศรี อินทรตระกูล

รักษาการหัวหน้างานวิจัยและพัฒนา

ผศ.ดร.ธัญชัย บุญหนัก

รักษาการหัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย

เจ้าหน้าที่ประจำกองบรรณาธิการ

นางสุพัตรา จันทร์รอด

นักวิจัยสถาบันวิจัยและพัฒนา

นางสาวปรัตถกร พลดาหาญ

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

นายปริชญญา จิตรโคตร

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

นางสาวกมลศรี ราชวงษา

พนักงานสถาบันวิจัยและพัฒนา

นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงษ์

นักวิจัยสถาบันวิจัยและพัฒนา

นายธนพงษ์ สุนทรวิรัตน์

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

เว็บไซต์สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย: <http://www.research.lru.ac.th/>

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

ปีที่เผยแพร่ พ.ศ. 2565

ISSN 2774-1109 (Online)

การเผยแพร่ เผยแพร่เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>

- ข้อความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และกองบรรณาธิการ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ขอให้ผู้อ่านอ้างอิงในกรณีที่ท่านคัดลอกเนื้อหาบทความในวารสารฉบับนี้

บทบรรณาธิการ

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

สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา หรือผู้สนใจที่มีผลงานและมีความประสงค์จะเผยแพร่ผลงาน สามารถส่งผลงานของท่านตามหัวข้อและแบบฟอร์มของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา จะส่งผลงานของท่านให้ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านและประเมินผลงานของท่าน เพื่อให้ผลงานของท่านเป็นที่ยอมรับและได้รับการเผยแพร่ต่อไป

ขอขอบคุณผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะที่ปรึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้อ่านที่ให้ความสนใจจนทำให้วารสารฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีที่ 17 ฉบับที่ 59 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

การคาดการณ์ผลกระทบและการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวตามนโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออกของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง โดย ชีราภรณ์ วงศ์แสน และ จีรพรรณ กุลดิลก	1
การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบล ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดย มินทิศา ถึงฝั่ง และ นุชรี พิทักษ์	12
การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์เนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย โดย ธนธร สันติชาติ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์	20
ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถ จังหวัดนครพนม โดย จีราภรณ์ พรหมเทพ และ ดุษฎี ช่วยสุข	30
การประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดย ขวลิต อภิทธิภูมิตระกูล และ ต่อลาภ คำโย	41
การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ระลอก 3 โดย ภฤศญา ปิยนุสรณ์ และ ระชานนท์ ทวีผล	52
ความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดย พิมพ์ชนก มูลมิตร และ พิทักษ์ ศิริวงศ์	64
การวิเคราะห์นิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย โดย วรางคณา ทวีวรรณ และ บัณฑิต ศรีโชค	75
แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิด ความมั่นคงและยั่งยืน กรณีศึกษา: ธุรกิจชุมชน อำเภอท่งเมือง จังหวัดสุรินทร์ โดย นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์ และ ทำนอง ชิดชอบ	84
การเพิ่มการเข้าถึงสวัสดิการของรัฐด้านการพัฒนาอาชีพของผู้พิการด้วยกลุ่มเครือข่าย: กรณีศึกษาสมาคม คนตาบอดและคนพิการจังหวัดร้อยเอ็ด โดย วีระชัย อาษารินทร์ และ อจิรภาส เพียรขุนทด	93

การคาดการณ์ผลกระทบและการเตรียมความพร้อมในการปรับตัว
ตามนโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
ของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง

The Expectation of Impact and Preparation for Adjustment According to the Eastern Economic
Corridor Policy of Establishments in Laem Chabang Industrial Estate

ชिरาภรณ์ วงศ์แสน^{1*} จีรพรรณ กุลดิлок²

Chiraporn Wongsanen^{1*} Chiraphan Kuladilok²

Corresponding author's E-mail: chiraporn.w@ku.th^{1*}, fecochk@ku.ac.th²

(Received: May 13, 2021; Revised: August 16, 2021; Accepted: October 1, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการคาดการณ์ผลกระทบและการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของผู้ประกอบการพร้อมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมกับการคาดการณ์ โดยเลือกตัวอย่างตามความสมัครใจจำนวน 30 แห่ง จากทั้งหมด 144 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าร้อยละ 66.70 จากตัวอย่างทั้งหมด คาดการณ์ว่าจะไม่ได้รับผลกระทบและยังมองเห็นทิศทางที่ดี ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ยังคงมีความกังวลด้านผลประกอบการที่ยังคาดการณ์ไม่ได้จากการสภาพแข่งขันที่จะสูงขึ้น และข้อจำกัดด้านเงินทุนของอุตสาหกรรมขนาดเล็กทำให้ไม่สามารถใช้โอกาสนี้ในการขยายการลงทุนได้ สำหรับการเตรียมความพร้อมพบว่าสถานประกอบการมีการเตรียมพร้อมค่อนข้างมากในการทบทวนและจัดทำแผนงาน การพัฒนาทักษะแรงงาน แต่ขณะเดียวกันผลก็ชี้ให้เห็นถึงความไม่พร้อมในการปรับตัวเพื่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมขนาดกลางและเล็ก ในการศึกษาความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมกับการคาดการณ์ สิ่งที่พบอย่างชัดเจนคือแม้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบแต่ก็ไม่ได้เพิกเฉยต่อการพัฒนาที่กำลังเกิดขึ้น และอุตสาหกรรมขนาดเล็กไม่ค่อยมีการเตรียมความพร้อมเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ นำมาสู่ข้อเสนอแนะที่ว่าภาครัฐควรมีแนวทางในการส่งเสริม หรือให้การช่วยเหลือเพื่อลดอุปสรรค ข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป และเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ อันเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่ง

คำสำคัญ: นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

Abstract

This research aimed to study the expectation of impact and preparation for adjustment of entrepreneurs. As well as studying the relationship between preparation and expectation. A total of 30 voluntary samples were selected from a total of 144 sites. The results showed that 66.70 percent of all samples expected that they would not be affected and that they saw a positive trend. At the same time, large industries still have concerns about unpredictable earnings from the higher competition. And the capital constraints of small industries prevent this opportunity to expand investment. As for the preparation, it was found that the establishments were quite prepared to review and prepare plans, labor skill development. But at the same time, the results point to the lack of readiness to adapt to research and development of technology and innovation, especially in small and medium industries. The results of the study correlation of the preparation and expectation. What was clearly found was that although most operators were expected to be unaffected, they did not ignore the upcoming developments. But most of the smaller industries are less prepared

¹ อาจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

² อาจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Lecturer, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University Sriracha Campus

² Lecturer, Department of Economics, Kasetsart University

compared to other industries. This led to suggestions that the government should have different approaches to promote or provide assistance to reduce obstacles, different restrictions, and to enable entrepreneurs to continue their business, which is another way to promote the country's economy.

Keywords: Laem Chabang industrial estate, eastern economic corridor

ความเป็นมาของปัญหา

สืบเนื่องจากร่างแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” นั้น หนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยหัวใจสำคัญของยุทธศาสตร์นี้คือเพิ่มผลิตภาพการผลิต (Productivity) ตลอดห่วงโซ่มูลค่า โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและที่ต่อยอดเป็นฐานรายได้ใหม่ มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial society) และปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560) โดยรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงโอกาสที่ประเทศไทยจะสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ และขับเคลื่อนภาคการผลิตของประเทศบนพื้นที่ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ ภายใต้โครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งต่อยอดมาจากโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก (ESB) โดยพื้นที่เป้าหมายที่สำคัญคือ นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง (จังหวัดชลบุรี) – ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง และนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด (จังหวัดระยอง) – ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ซึ่งใช้เป็นฐานอุตสาหกรรมของประเทศ โดยนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังรองรับอุตสาหกรรมส่งออก และอุตสาหกรรมทั่วไป มีพื้นที่ 3,556 ไร่ มีท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบังที่เป็นท่าเรือน้ำลึกหลักในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ รองรับเรือบรรทุกตู้สินค้าขนาด 50,000 DWT (2,000 ETU) ถึง 80,000 DWT (4,000 ETU) ส่วนนิคมอุตสาหกรรม มาบตาพุดนั้นจะรองรับอุตสาหกรรมที่ใช้ก๊าซเป็นวัตถุดิบหลัก อุตสาหกรรมหนัก อุตสาหกรรมที่ใช้เงิน

ลงทุนและเทคโนโลยีขั้นสูง มีท่าเรือมาบตาพุดเป็นท่าเรืออุตสาหกรรมสำหรับสินค้าเหลว สินค้าทั่วไป สินค้าเกษตร และแร่ ความสามารถในการรองรับ 60,000 DWT vessels (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สศช.], 2560) จากข้อมูลภาวะการส่งเสริมการลงทุนปี 2559 โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2560) ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าในปี 2559 มีจำนวนโครงการที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุนเพิ่มขึ้นจากปี 2558 สูงถึงร้อยละ 50 และมูลค่าเงินลงทุนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 196 โดยการขอรับการส่งเสริมการลงทุนในภาคตะวันออกซึ่งครอบคลุมจังหวัดชลบุรี และ จังหวัดระยองมีมากเป็นอันดับ 2 รองจากภาคกลาง โดยมีค่าขอรับการส่งเสริมทั้งสิ้นจำนวน 377 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 24 ของจำนวนโครงการทั้งหมด แต่เมื่อพิจารณาเงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 270,310 ล้านบาท หรือร้อยละ 46 ของเงินลงทุนทั้งหมดนั้น ถือได้ว่า พื้นที่ตั้งของโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่สำคัญทั้งในมิติของการดึงดูดเงินลงทุนจากผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการเป็นฐานการผลิตและส่งออกที่สำคัญ

ตารางที่ 1 โครงการขอรับการส่งเสริมการลงทุนและเงินทุน ปี 2559

แหล่งที่ตั้ง	จำนวนโครงการ		ร้อยละ Δ	เงินลงทุน (ล้านบาท)		ร้อยละ Δ
	2558	2559		2558	2559	
ภาคกลาง	434	771	+78	50,990	102,360	+101
ภาคตะวันออก	261	377	+44	72,060	270,310	+275
ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ	33	61	+85	6,030	12,420	+106
ภาคเหนือ	58	134	+131	10,830	16,510	+52
ภาคตะวันตก	73	42	-42	23,640	7,230	-69
ภาคใต้	44	103	+134	9,870	22,640	+129
อื่นๆ	85	58	-32	24,310	152,880	+529
รวม	988	1,546	+56	197,730	584,350	+196

หมายเหตุ: 1. โครงการที่ไม่สามารถระบุที่ตั้งได้

2. ร้อยละ Δ คือ ร้อยละการเปลี่ยนแปลง

เมื่อโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกถือเป็นความหวังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของรัฐบาลและเป็นเครื่องมือสำคัญที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยสามารถก้าวไปสู่โมเดล Thailand 4.0 โดยสมบูรณ์นั้นย่อมต้องเกิดการคาดการณ์ของผู้ลงทุนต่างๆ ทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่จะตัดสินใจเข้ามาลงทุน โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเดิมในพื้นที่ ซึ่งการคาดการณ์นี้จะนำไปสู่การเตรียมความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาดังกล่าว โดยที่ผ่านมามีการศึกษาผลกระทบของโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกในหลากหลายแง่มุม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมุมมองในภาพรวม อาทิ รายงานการศึกษาโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก: กรณีจังหวัดระยอง ซึ่งจัดทำโดยกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดระยอง ได้ชี้ให้เห็นประโยชน์ที่กลุ่มธุรกิจจะได้รับอย่างต่อเนื่องจากโครงการนี้ ประกอบด้วย ธุรกิจโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงและเคมีชีวภาพ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ก่อสร้าง รวมไปถึงธุรกิจท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วม และควรเตรียมความพร้อมสำหรับแรงงานแฝง รวมทั้งการเตรียมพร้อมทางด้านแรงงานให้มีทักษะการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีขั้นสูง (สำนักงานศุลกากรมาตาศศ., 2561) หรืองานวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของ พัฒนะ พบสุภาพ และ ไอเอ็ม นาคามูรา (2562) ก็ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจว่าภาคเอกชนควรมีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศ หรือนำนวัตกรรมมาต่อยอดกับอาชีพเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ส่วนแนวทางการพัฒนาด้านการศึกษาเห็นว่าภาคเอกชนควรเพิ่มหลักสูตรสำหรับการคิดค้นนวัตกรรมและทักษะในการพัฒนาสิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มบุคลากรและงานวิจัยในการต่อยอดนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมในการยกระดับปรับทักษะบนพื้นฐานความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ นั่นคือ มาตรการในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่มุ่งพัฒนาทักษะแรงงานเพื่อเตรียมความพร้อมด้านกำลังคนในพื้นที่ให้ตรงตามความต้องการใน

รูปแบบ Demand-driven ผ่านความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ผู้พัฒนาทักษะ สถานประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ธนาคารแห่งประเทศไทย [ธปท.], 2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงนำมาสู่งานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง นั่นคือ ผู้ประกอบการในพื้นที่ว่ามีการคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากนโยบายดังกล่าวอย่างไร และมีแผนการในการเตรียมความพร้อมอย่างไร โดยจำกัดการศึกษาในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เนื่องจากมีความโดดเด่นในการเป็นสถานที่รองรับอุตสาหกรรมส่งออกของประเทศ ทั้งนี้ ผลการวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงมาตรการในส่วนภูมิภาคของรัฐ อาทิ การส่งเสริมการผลิตและการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ หรือการจัดอุปสรรค และให้การช่วยเหลือให้แก่สถานประกอบการที่อาจได้รับผลกระทบ รวมถึงภาคเอกชนหรือสถานประกอบการอื่นๆ จะได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อเตรียมพร้อมในการปรับตัวต่อนโยบายการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังด้านการคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการประกอบกิจการจากการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวกับการคาดการณ์ผลกระทบต่อสถานประกอบการจากโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้รับข้อมูลรายชื่อสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

จากสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จำนวน 144 แห่งที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมทั่วไปและเขตประกอบการเสรี 1 - 2 เพื่อจัดส่งแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบ โดยให้ตอบตามความสมัครใจ เนื่องจากแต่ละข้อคำถามนั้นต้องการผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญได้ อาทิ ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งระดับบริหาร จึงเป็นวิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แต่เป็นการเลือกตัวอย่างแบบสมัครใจ หรือแบบตามสะดวก (Convenience sampling) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) ซึ่งผลที่ได้อาจอ้างอิงไปสู่ประชากรได้ยาก (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2539) แต่อย่างไรก็ตามวิธีนี้ทำให้ทราบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีทัศนคติอย่างไร โดยในจำนวนสถานประกอบการ 144 แห่งนี้มีผู้ประกอบการที่สมัครใจตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 30 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.83 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เกณฑ์ร้อยละในการเลือกนั้น เมื่อขนาดประชากรอยู่ในหลักร้อย สามารถใช้ตัวอย่างขนาดร้อยละ 15-30 ได้ (สุรินทร์ หลวงนา, ม.ป.ป.)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ส่วนที่ 2 การคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการประกอบกิจการจากการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จำแนกออกเป็น 7 ด้าน ซึ่งมีที่มาจากแนวคิดและทฤษฎีด้านการผลิต การค้า และการลงทุน (รัตนา สายคณิต และพุทธิกาล รัชชวร, 2557) โดยมีรายละเอียดประเด็นย่อย ดังตารางที่ 2 ซึ่งผู้ตอบจะต้องเลือกตอบ 2 ตัวเลือก คือ เพิ่มขึ้นหรือลดลง และง่ายขึ้นหรือยากขึ้น ตามแต่ละข้อคำถามนั้นๆ

ตารางที่ 2 ประเด็นย่อยในแบบสอบถามส่วนที่ 2

ประเด็น	
1. ด้านการผลิต	1) ปริมาณการผลิต 2) การจ้างงาน 3) การจัดหน่วยผลิต
2. ด้านเทคโนโลยี	1) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิตเดิม 2) การคิดค้นเทคโนโลยีการผลิตใหม่ 3) การนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ
3. ด้านการตลาดและการค้า	1) ต้นทุนทางการตลาด 2) ปริมาณการส่งออกสินค้าไปยังตลาดเดิม 3) ปริมาณการส่งออกสินค้าไปยังตลาดใหม่

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเด็น	
4. ด้านการแข่งขัน	1) ความสามารถในการแข่งขันของสถานประกอบการ 2) การแข่งขันกับสถานประกอบการประเภทเดียวกัน
5. ด้านการลงทุน	1) โอกาสขยายการลงทุนในกิจการเดิมภายในประเทศ 2) โอกาสขยายการลงทุนในกิจการใหม่ภายในประเทศ 3) โอกาสขยายการลงทุนในภูมิภาค
6. ด้านผลประกอบการ	1) ผลกำไรสุทธิ 2) การเติบโตของยอดขายในกลุ่มลูกค้าเดิม 3) ปริมาณการผลิต/วัน 4) จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม
7. ด้านสิทธิประโยชน์	1) สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี 2) สิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษี 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการ

หมายเหตุ: ในแต่ละด้านจะมีประเด็นอื่นๆ ให้ผู้ตอบสามารถระบุเพิ่มเติมได้

และส่วนที่ 3 การเตรียมความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วยตัวเลือกทั้งหมด 8 ตัวเลือกที่ระบุไว้ให้ และตัวเลือกอื่นๆ ที่ผู้ตอบต้องระบุเองดังตารางที่ 3 ซึ่งผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 3 ตัวเลือกในแบบสอบถามส่วนที่ 3

ตัวเลือก
1. มีการสร้างการรับรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของรัฐบาล แก่บุคลากรภายในสถานประกอบการของท่าน
2. มีการทบทวนและจัดทำแผนงาน อาทิ ด้านการผลิต การตลาด การค้า การลงทุน ฯลฯ เพื่อเตรียมความพร้อม
3. มีโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น
4. มีโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต
5. มีการนำเข้าเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการผลิตเพิ่มขึ้น
6. มีการทบทวนผู้เชี่ยวชาญต่างชาติ เข้ามาทำงานในสถานประกอบการ
7. มีการพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการ
8. มีการทำความร่วมมือกับสถานศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากร เฉพาะด้าน
9. อื่นๆ (โปรดระบุ)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) หรือ CVI (Hambleton, Swaminathan, Algina and Coulson, 1975) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำแบบทดสอบได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการนิคมอุตสาหกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการลงทุน และผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์

โดยให้คะแนนความสอดคล้องของข้อความกับโครงร่างงานวิจัยใน 5 ระดับคะแนนความสอดคล้อง ตั้งแต่ต่ำสุดจนถึง มากที่สุด 1-5 วิธีการนี้จะจำแนกผลที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นตรงกันตามระดับความสอดคล้อง ซึ่งจะพิจารณาเฉพาะระดับความสอดคล้องมากถึงมากที่สุด (4-5 คะแนน) เท่านั้น โดยค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาคำนวณได้จาก

$$CVI = \frac{\text{จำนวนข้อที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นตรงกัน}}{\text{จำนวนข้อทั้งหมดในแบบสอบถาม}}$$

ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเครื่องมือที่ยอมรับได้ คือ มีค่าตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป (Davis, 1992) ซึ่งผลการทดสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญมีค่าเท่ากับ 0.98 หมายความว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและสามารถนำไปใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 จะแสดงค่าสถิติในรูปตารางความถี่แบบภาพรวมและจำแนกตามขนาดอุตสาหกรรมตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมเรื่องจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 (รพท., 2562) ดังนี้

- 1) อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท
- 2) อุตสาหกรรมขนาดกลางที่มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท และ
- 3) อุตสาหกรรมขนาดย่อมหรือขนาดเล็ก ที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จะแสดงค่าสถิติในรูปกราฟความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวกับการคาดการณ์ผลกระทบของสถานประกอบการว่าเป็นไปในทิศทางใด

ผลการวิจัย

1. การสำรวจการคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการประกอบกิจการจากการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกทั้ง 7 ด้าน มีผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 30 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.83 ของประชากร ซึ่งแบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จำนวน 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50 ของสถานประกอบการทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถาม อุตสาหกรรมขนาดกลาง จำนวน 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26.67 ของสถานประกอบการทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถาม และอุตสาหกรรมขนาดเล็กจำนวน 7 แห่ง

คิดเป็นร้อยละ 23.33 ของสถานประกอบการทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถาม ในภาพรวม พบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่กว่า 20 แห่ง หรือร้อยละ 66.70 ขึ้นไปของสถานประกอบการทั้งหมด ที่ตอบแบบสอบถาม *คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบ* โดยเฉพาะด้านสิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษี อาทิ การถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน การอนุญาตให้ผู้นำผู้เชี่ยวชาญ ช่างฝีมือต่างชาติเข้ามาทำงาน เป็นต้น ส่วนที่เหลือโดยประมาณร้อยละ 33.30 ของสถานประกอบการทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถาม *คาดว่าจะได้รับผลกระทบ* ซึ่งประเด็นที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ การจ้างงานในด้านการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่คาดว่าจะต้องเพิ่มการจ้างงาน ในขณะที่บางส่วนเห็นว่าอาจต้องลดการจ้างงานลง แต่ทั้งนี้ในภาพรวมส่วนใหญ่คาดการณ์ว่าการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จะส่งผลกระทบในทิศทางที่ดีขึ้นสำหรับการประกอบกิจการ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดโดยจำแนกสถานประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 แห่ง ตามขนาดอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 4 พบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่คาดการณ์ว่าจะได้รับผลกระทบในทุกด้าน โดยส่วนใหญ่จะมองเห็นทิศทางที่ดีขึ้น โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลง คิดค้นและนำเข้ามามากขึ้นตามทิศทางการส่งเสริมของรัฐบาล และมองเห็นโอกาสในขยายการลงทุนเพิ่มขึ้น แต่อาจมีความกังวลในเรื่องของต้นทุนที่จะเพิ่มขึ้นตามมาเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีความไม่แน่ใจในด้านผลประกอบการในประเด็นของผลกำไรสุทธิ และการเติบโตของยอดขาย เนื่องจากไม่สามารถประเมินสถานการณ์ได้ว่าการพัฒนาจะสำเร็จตามที่รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ ในส่วนของการจ้างงานมีทั้งส่วนที่คาดว่าจะต้องเพิ่มการจ้างงาน และบางส่วนอาจมีการลดการจ้างงานลง ซึ่งขึ้นกับประเภทของอุตสาหกรรม โดยอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยทุนร่วมกับแรงงานที่มีทักษะสูงในการผลิตหรืออุตสาหกรรมแบบใช้ทุนเข้มข้น อาจคาดการณ์ว่าจะลดการจ้างงานและหันไปใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น ในขณะที่บางอุตสาหกรรมยังคงใช้แรงงานคนเป็นหลักก็จะต้องเพิ่มการจ้างงานเมื่อต้องการขยายกำลังการผลิต ในส่วนของอุตสาหกรรมขนาดกลางคาดว่าจะได้รับผลกระทบในทิศทางที่ดีขึ้นในทุกด้าน ซึ่งแม้

คาดว่า การแข่งขันจะสูงขึ้น แต่ไม่กระทบกับต้นทุนทางการตลาด ขณะที่ผู้ประกอบการในกิจการขนาดเล็กส่วนใหญ่ คาดว่าจะได้รับผลกระทบทางด้านลบในเกือบทุกด้าน แต่ก็ยังคงคาดว่าจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง คิดค้นและนำเอาเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกิจการ แต่ด้วยข้อจำกัดด้านเงินทุนจึงไม่เห็นโอกาสในการที่จะขยายการลงทุนได้ด้วยตนเอง และไม่แน่ใจในด้านผลประกอบการในประเด็นของผลกำไรสุทธิที่จะได้รับเมื่อมีการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกตามนโยบายของรัฐบาล

ตารางที่ 4 ผลการสำรวจการคาดการณ์ผลกระทบ แยกตามขนาดอุตสาหกรรม

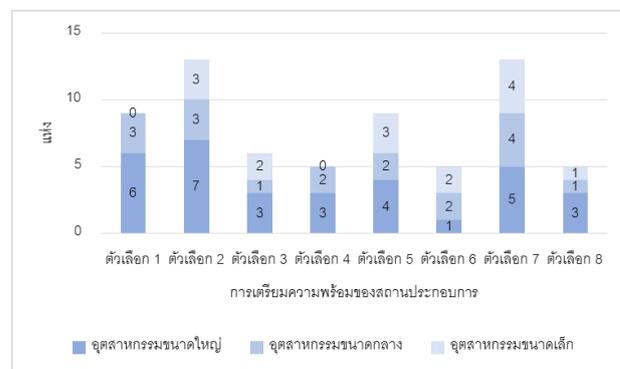
ผลกระทบ	จำนวนอุตสาหกรรมที่คาดการณ์ว่าได้รับผลกระทบ		
	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก
1. ด้านการผลิต			
1) ปริมาณการผลิต	2 (↑1↓1)	1 (↑)	1 (↓)
2) การจ้างงาน	5 (↑2↓3)	1 (↑)	4 (↑3↓1)
3) การจัดหาวัตถุดิบ	2 (↑1↓1)	1 (↑)	-
2. ด้านเทคโนโลยี			
1) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิตเดิม	2 (↑)	1 (↑)	2 (↑)
2) การคิดค้นเทคโนโลยีการผลิตใหม่	1 (↑)	-	2 (↑)
3) การนำเอาเทคโนโลยีจาก ต่างประเทศ	2 (↑)	1 (↑)	3 (↑)
3. ด้านการตลาดและการค้า			
1) ต้นทุนทางการตลาด	4 (↑)	-	2 (↑)
2) ปริมาณการส่งออกสินค้าไปยังตลาดเดิม	3 (↑2↓1)	1 (↑)	1 (↓)
3) ปริมาณการส่งออกสินค้าไปยัง ตลาดใหม่	3 (↑2↓1)	1 (↑)	3 (↑2↓1)
4. ด้านการแข่งขัน			
1) ความสามารถในการแข่งขันของสถานประกอบการ	3 (↑2↓1)	3 (↑)	1 (↑)
2) การแข่งขันกับสถานประกอบการประเภทเดียวกัน	4 (↑)	1 (↑)	1 (↑)
5. ด้านการลงทุน			
1) โอกาสขยายการลงทุนในกิจการเดิมภายในประเทศ	3 (↑2↓1)	2 (↑)	1 (↓)
2) โอกาสขยายการลงทุนในกิจการใหม่ภายในประเทศ	3 (↑2↓1)	1 (↑)	1 (↓)
3) โอกาสขยายการลงทุนในภูมิภาค	3 (↑2↓1)	1 (↑)	1 (↓)
6. ด้านผลประกอบการ			
1) ผลกำไรสุทธิ	4 (↑2↓2)	1 (↑)	2 (↑1↓1)
2) การเติบโตของยอดขายในกลุ่มลูกค้าเดิม	4 (↑2↓2)	2 (↑)	-
3) ปริมาณการผลิต/วัน	4 (↑3↓1)	1 (↑)	-
4) จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม	3 (↑2↓1)	1 (↑)	2 (↑)

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ผลกระทบ	จำนวนอุตสาหกรรมที่คาดการณ์ว่าได้รับผลกระทบ		
	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก
7. ด้านสิทธิประโยชน์			
1) สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี	3 (↑)	3 (↑)	2 (↑)
2) สิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษี	1 (↑)	1 (↑)	-
3) สิ่งอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการ	4 (↑)	1 (↑)	1 (↑)

หมายเหตุ: ↑ ↓ หมายถึง เพิ่มขึ้น/ง่ายขึ้น และลดลง/ยากขึ้น ตามลำดับ

2. การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจำนวน 30 แห่ง แสดงดังภาพที่ 1



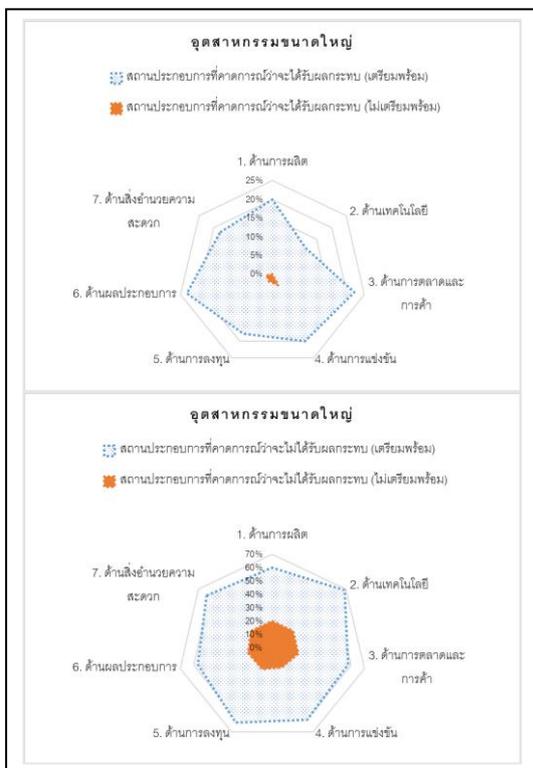
ภาพที่ 1 สถานประกอบการที่มีการเตรียมความพร้อม

(รายละเอียดตัวเลือกแสดงในตารางที่ 3)

โดยภาพรวมสถานประกอบการมีการเตรียมความพร้อมมากที่สุด 2 ตัวเลือกคือ มีการทบทวนและจัดทำแผนงาน อาทิ ด้านการผลิต การตลาด การค้า การลงทุน ฯลฯ และมีการพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการ จำนวน 13 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 43.33 ของสถานประกอบการทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถาม โดยเมื่อแบ่งตามขนาดอุตสาหกรรมพบว่า อุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีการเตรียมความพร้อมมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องของการทบทวนและจัดทำแผนงาน รองลงมาได้แก่ ประเด็นในการสร้างการรับรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของรัฐบาล แก่บุคลากรภายในสถานประกอบการ และการพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการ ตามลำดับ ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดเล็ก มีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาทักษะแรงงานใน

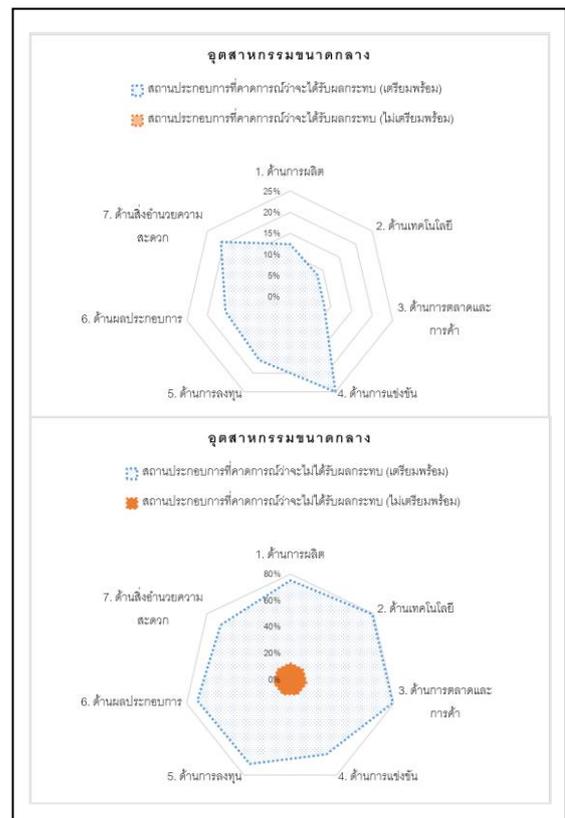
สถานประกอบการมากที่สุด สำหรับการเตรียมความพร้อมที่ผู้ประกอบการดำเนินการน้อยที่สุด ในภาพรวมมี 3 ตัวเลือก คือ การมีโครงการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต การหาพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญต่างชาติ เข้ามาทำงานในสถานประกอบการ และการทำความร่วมมือกับสถานศึกษา เพื่อพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้าน ซึ่งมีการเตรียมการน้อยมากในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก โดยเฉพาะด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต

3. ความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวกับการคาดการณ์ผลกระทบต่อสถานประกอบการจากโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยใช้ Cross tabulation แสดงดังภาพที่ 2 – 4 โดยแปลงจำนวนสถานประกอบการทั้งที่คาดการณ์ว่าจะได้รับผลกระทบและไม่ได้รับผลกระทบ และทั้งที่มีการเตรียมและไม่เตรียมความพร้อม เป็นร้อยละของจำนวนสถานประกอบการทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถาม (แยกตามขนาดอุตสาหกรรม) เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น โดยหากสถานประกอบการ มีการเตรียมความพร้อมในตัวเลือกใดตัวเลือกหนึ่งจาก 8 ตัวเลือก ก็ถือว่าได้มีการเตรียมความพร้อม



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมกับการคาดการณ์ผลกระทบของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

กรณีของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ 15 แห่ง (ภาพที่ 2) ในส่วนที่ *คาดว่าจะได้รับผลกระทบ* พบว่า การคาดการณ์ด้านผลประกอบการ และด้านการตลาดและการค้า มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมมากที่สุด 2 อันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 23.33 และ 22.22 ของจำนวนทั้งหมด 15 แห่ง ตามลำดับ สำหรับด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์น้อยที่สุดกับการเตรียมความพร้อม คิดเป็นร้อยละ 11.11 และมีส่วนที่คาดการณ์ว่าจะได้รับผลกระทบแต่กลับไม่เตรียมความพร้อมคือ ด้านการแข่งขัน ด้านการลงทุน และด้านผลประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 3.33, 2.22 และ 1.67 ตามลำดับ สิ่งที่ที่น่าสนใจคือพบว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ *คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบ* ในทุกด้านกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนทั้งหมด 15 แห่งมีการเตรียมความพร้อม ซึ่งความสัมพันธ์สูงสุดคือด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 68.89 หรืออีกนัยหนึ่งหมายถึงสถานประกอบการจำนวน 10-11 แห่ง ที่คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบด้านเทคโนโลยีมีการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น



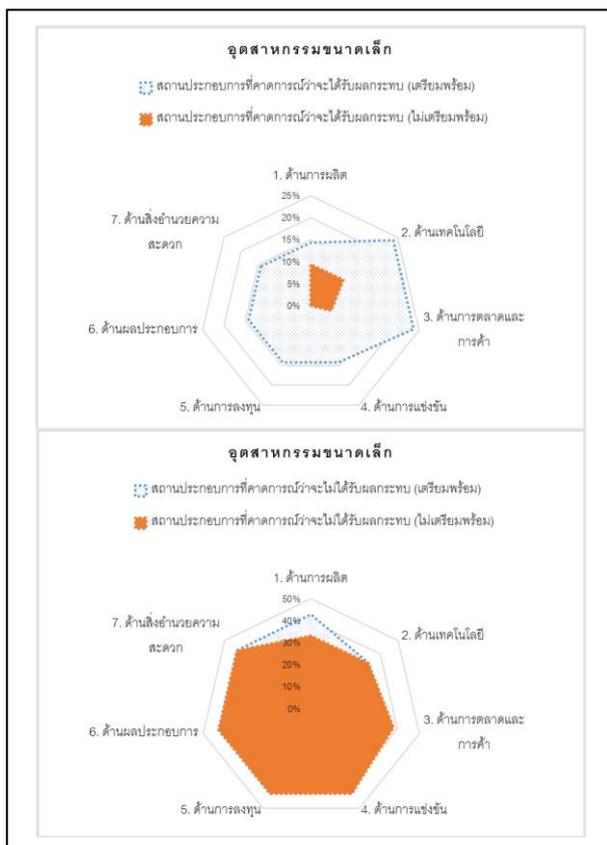
ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมกับการคาดการณ์ผลกระทบของอุตสาหกรรมขนาดกลาง

กรณีของอุตสาหกรรมขนาดกลาง 8 แห่ง (ภาพที่ 3) ในส่วนที่ *คาดว่าจะได้รับผลกระทบ* พบว่า การคาดการณ์ด้านการแข่งขัน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมมากที่สุด 2 อันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 20.83 ของจำนวนทั้งหมด 8 แห่ง ตามลำดับ สำหรับด้านเทคโนโลยี และด้านการตลาดและการค้ามีความสัมพันธ์น้อยที่สุดกับการเตรียมความพร้อม คิดเป็นร้อยละ 8.33 เท่ากัน โดยไม่มีกรณีที่คาดการณ์ว่าจะได้รับผลกระทบแต่กลับไม่เตรียมความพร้อมเลย และสิ่งที่พบเช่นเดียวกับกรณีของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ก็คือ อุตสาหกรรมขนาดกลางที่ *คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบ* เกือบทุกด้าน กว่าร้อยละ 60 ของจำนวนทั้งหมด 8 แห่งมีการเตรียมความพร้อม ซึ่งความสัมพันธ์สูงสุดคือด้านเทคโนโลยี และด้านการตลาดและการค้าคิดเป็นร้อยละ 79.17 หรืออีกนัยหนึ่งหมายถึงสถานประกอบการจำนวน 6-7 แห่ง ที่คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบจาก 2 ด้านนี้มีการเตรียมพร้อม

เทคโนโลยี และด้านการตลาดและการค้ามีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 23.81 ของจำนวนทั้งหมด 7 แห่งเท่ากัน สำหรับด้านอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมเท่ากันที่ร้อยละ 14.29 และมีบางส่วนที่คาดการณ์ว่าจะได้รับผลกระทบแต่กลับไม่เตรียมความพร้อมคือ ด้านการผลิต และด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 9.52 เท่ากัน และสิ่งที่พบเช่นเดียวกันกับกรณีของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลางก็คืออุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ *คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบ* เกือบทุกด้านมีการเตรียมความพร้อมแต่คิดเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก ระหว่างการเตรียมกับไม่เตรียมความพร้อมในแต่ละด้านดังที่เห็นในภาพ ส่วนที่พอจะสังเกตเห็นความแตกต่างคือ ด้านการผลิต ซึ่งส่วนที่เตรียมคิดเป็นร้อยละ 42.86 ในขณะที่ไม่เตรียม คิดเป็นร้อยละ 33.33

อภิปรายผล

1. จากการสำรวจการคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการประกอบกิจการจากการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการรายเดิมในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังส่วนใหญ่คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบและยังมองเห็นทิศทางที่ดีจากการพัฒนา ทั้งนี้ เกิดจากการสื่อสารและทำความเข้าใจถึงเป้าหมายและแผนการพัฒนาที่ชัดเจนในการสร้างโอกาสในการแข่งขันให้แก่ประเทศ ทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรการส่งเสริมการลงทุนต่างๆ เป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย (สศช., 2560) ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดิมยังคงได้รับสิทธิประโยชน์เช่นเดิม และมีโอกาสในการต่อยอดกิจการจากการพัฒนาที่จะเข้ามา แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ยังคงมีความกังวลในด้านผลกระทบที่ยังคาดการณ์ไม่ได้ เนื่องจากการสภาพแข่งขันที่สูงขึ้น และข้อจำกัดด้านเงินทุนของอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ไม่สามารถใช้โอกาสนี้ในการขยายการลงทุนด้วยตัวเองได้อันจะเป็นอุปสรรคอย่างมากเมื่อการแข่งขันเพิ่มขึ้น การจ้างงานก็เป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิตและยังส่งผลถึงต้นทุนของผู้ประกอบการโดยตรงอีกด้วย (นราทิพย์



ภาพที่ 4 ความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมกับการคาดการณ์ผลกระทบของอุตสาหกรรมขนาดกลาง

กรณีของอุตสาหกรรมขนาดเล็ก 7 แห่ง (ภาพที่ 4) ในส่วนที่ *คาดว่าจะได้รับผลกระทบ* พบว่า การคาดการณ์ด้าน

ชุตินวงศ์, 2546) ซึ่งการคาดการณ์เหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการประกอบกิจการในภาคอุตสาหกรรมตาม ทฤษฎีของ S-C-P model (Mason, 1939) ซึ่งระบุว่าโครงสร้าง การแข่งขันจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของหน่วยผลิต ในอุตสาหกรรมและพฤติกรรมจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ อีกทอดหนึ่ง และความสัมพันธ์นี้สามารถเกิดขึ้นได้ในทาง กลับกัน ดังนั้น หากผู้ประกอบการยังคงมองเห็นแนวโน้มที่ดี ก็จะทำให้ปรับพฤติกรรมการผลิต เพื่อแสวงหาโอกาสในการ เพิ่มผลประกอบการจากการพัฒนาตามนโยบายของรัฐบาล

2. จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในการปรับตัว เพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออก จะเห็นได้ว่าสถานประกอบการมีการ เตรียมพร้อมค่อนข้างมาก อาทิ การทบทวนและจัดทำ แผนงาน การพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจ ภาคตะวันออก: กรณีจังหวัดระยองที่เห็นว่าควรเตรียมความ พร้อมด้านทักษะแรงงาน เพื่อทำงานร่วมกับเทคโนโลยีขั้นสูง (สำนักงานศุลกากรมาตาศา, 2561) และสิ่งนี้เป็น การช่วย ยืนยันถึงการคาดการณ์แนวโน้มที่ดีจากผู้ประกอบการ แต่ ขณะเดียวกันก็ชี้ให้เห็นถึงความไม่พร้อมด้านการวิจัยและ พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต รวมถึงการสร้าง ความร่วมมือกับสถานศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้าน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมขนาดกลางและเล็กซึ่งอาจมี ข้อจำกัดหลายด้าน อาทิ งบประมาณ ทรัพยากร และ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นต้น ซึ่งแม้ว่าข้อเสนอแนะใน งานวิจัยต่างๆ อาทิ พัฒนะ พบสุภาพ และโอมิ นาคามูรา (2562) ที่เห็นว่าภาคเอกชนควรมีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ หรือแม้แต่เป้าหมายของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ต้องการพัฒนาทักษะแรงงานบนพื้นฐาน ความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ (ธปท., 2563) ก็อาจเป็นไปได้ยากหากให้ภาคเอกชนดำเนินการเอง

3. จากการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ของการเตรียม ความพร้อมในการปรับตัวกับการคาดการณ์ผลกระทบต่อ สถานประกอบการจากโครงการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออก สิ่งที่พบอย่างชัดเจนคือ แม้ว่าผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่จากทั้งหมด 30 แห่ง คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบ

แต่ก็ไม่ได้เพิกเฉยต่อการพัฒนาที่กำลังเกิดขึ้น โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลางได้มีการเตรียมความ พร้อมด้านเทคโนโลยีมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นผลจากการทบทวน แผนงานและโอกาสทางการค้าที่จะเกิดขึ้นจึงเตรียมการเพื่อ ขยายกำลังผลิต ด้านผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ไม่มีการเตรียมความพร้อมเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรม อื่นๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าอาจเกิดจากข้อจำกัดที่มี มากกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ

สรุปผลการวิจัย

1. การคาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการ พัฒนาพื้นที่ EEC ของผู้ประกอบการรายเดิมในนิคมอุตสาหกรรม แลหมอบังกว่าครึ่งคาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบ ส่วนใหญ่ เห็นว่ามีโอกาสในการต่อยอดกิจการจากการพัฒนา แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังคงมีความกังวลด้าน ผลประกอบการที่ยังคาดการณ์ไม่ได้จากสภาพการแข่งขัน ที่สูงขึ้น

2. สถานประกอบการมีการเตรียมพร้อม ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะการทบทวนและจัดทำแผนงาน การพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการขณะเดียวกัน บางสถานประกอบการยังไม่พร้อมด้านการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยี และนวัตกรรมการผลิต รวมถึงการสร้าง ความร่วมมือกับสถานศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้าน

3. ความสัมพันธ์ของการเตรียมความพร้อมในการ ปรับตัวกับการคาดการณ์ผลกระทบไม่สอดคล้องกัน แม้ส่วนใหญ่ คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบแต่ก็ได้มีการเตรียมความพร้อม โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

โดยสืบเนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการสำรวจความ คิดเห็นของผู้ประกอบในนิคมอุตสาหกรรมแลหมอบัง โดยตรงที่สะท้อนถึงการคาดการณ์และการเตรียมความพร้อม ในการปรับตัวตามนโยบายการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออกของรัฐบาล ซึ่งเมื่อพิจารณาตามขนาด ของอุตสาหกรรมก็จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการคาดการณ์ และการเตรียมความพร้อมที่แตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงาน

ภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริม สนับสนุน หรือให้การช่วยเหลือเพื่อลดอุปสรรคและข้อจำกัดของการประกอบกิจการได้ อาทิ อุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีความพร้อมในด้านเงินทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม แต่ยังคงขาดองค์ความรู้ในการสร้างนวัตกรรมด้วยตนเอง ภาครัฐก็ควรมีแนวทางในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต สำหรับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่ส่วนใหญ่ยังคงมีข้อจำกัดทั้งองค์ความรู้ด้านการผลิต การตลาด และการค้า การพัฒนาทักษะแรงงาน การพัฒนาเทคโนโลยี และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือปัญหาด้านเงินทุน ดังนั้น ภาครัฐควรมีการให้การช่วยเหลือเพื่อลดข้อจำกัดดังกล่าว อาทิ เป็นตัวกลางในการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาในการให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และพัฒนาองค์ความรู้และทักษะแรงงาน อย่างมีเป้าหมายและมีการติดตามเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางปฏิบัติ และเปิดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่างๆ ของสถาบันการเงินผ่านโครงการการให้ความช่วยเหลือ อาทิ การนำเข้าเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทั้งในรูปของลิขสิทธิ์ หรือสิทธิบัตร ฯลฯ ซึ่งจะเป็นการช่วยให้อุตสาหกรรมเหล่านี้สามารถเตรียมความพร้อมหรือปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นตามมาจากการพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวได้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยเห็นว่าถ้าหากไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณก็ควรใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น เพื่อให้สามารถเป็นตัวแทนประชากรที่ดีรวมถึงการเพิ่มจำนวนตัวอย่างให้มากขึ้น และมีความหลากหลายทั้งในมิติของประเภทและขนาดของอุตสาหกรรม ตลอดจนพื้นที่เป้าหมายเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของรัฐบาล ซึ่งอาจรวมถึงสถานประกอบการที่อยู่นอกเขตนิคมอุตสาหกรรมด้วยก็ได้

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *กฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/Segmentation/Business/Pages/SMEs.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *ยกระดับทักษะคนไทย กลไกพัฒนาชาติ*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256306TheKnowledge_ThaiMeeNganTum.aspx
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2546). *หลักเศรษฐศาสตร์ I: จุลเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2539). *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: พิสิษฐ์เซ็นเตอร์การพิมพ์.
- พัฒนาะ พบสุภาพ และ ไอมิ นาคามูรา. (2562). *การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก*. สืบค้นจาก <http://rs.mfu.ac.th/obels/?p=1855>
- รัตนา สายคณิต และ พุทธกาล รัชธร. (2557). *เศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560, พฤษภาคม). *การพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก และระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?filename=esdps&nid=6677.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2560). สืบค้นจาก www.boi.go.th/upload/Investment_1612_28432.pdf.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560, 24 สิงหาคม). *ร่างยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี*. สืบค้นจาก https://spm.thaigov.go.th/FILEROOM/spmthaigov/DR_AWER004/GENERAL/DATA0000/00000362.PDF.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555, 2 มีนาคม). *เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง และการประมาณค่า*. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/Toneminute/files/55/A3-16.pdf>.
- สำนักงานศุลกากรมาบตาพุด. (2561, 22 มีนาคม). *โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก: กรณีจังหวัดระยอง*. สืบค้นจาก https://maphut.customs.go.th/data_files/2e3855f2ac3a6881fec4d1801623c4be.pdf
- สุรินทร์ หลวงนา. (ม.ป.ป.). *การคำนวณขนาดตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง*. สืบค้นจาก https://www.ubu.ac.th/web/files_up/08f2016052509464793.pdf.
- Davis, L. L. (1992). Instrument review: Getting the most from a panel of experts. *Applied Nursing Research*, 5, 194-197.
- Hambleton, R. K., Swaminathan, H., Algina, J., and Coulson, D. (1975, April). Criterion referenced testing and measurement: A review of technical issues and developments. *Symposium presented at the meeting of the American Educational Research Association*, Washington, D.C.
- Mason, E. S. (1939). Price and production policies of large-scale enterprise. *The American Economic Review*, 29(1), 61-74.

การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน
ของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
Managerial Accounting Principles Implementation on Performance Effectiveness
of Director of Financial Division Sub-District Municipality
in the Upper North–Eastern Area

มินทิตา ถึงฝั่ง^{1*} นุชรี พิทักษ์¹

Mintita Tuengfang^{1*} Nutcharee Pitak¹

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

(Received: June 2, 2021; Revised: July 15, 2021; Accepted: August 21, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 175 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ด้านการสื่อสาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน 2) การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ด้านสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้อำนวยการกองคลังจึงควรให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในการบริหารงานของตนเอง

คำสำคัญ: การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผู้อำนวยการกองคลัง

Abstract

The purpose of this research was to examine the relation and the effect of managerial accounting principles implementation with the performance effectiveness of director of financial division sub-district municipality in the upper north-eastern area. A questionnaire was used to collect data from 175 director of financial division. The statistics used for the data analysis were percentage, mean, standard division, multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The findings showed that: 1) the managerial accounting principles implementation in part of communication had positive relationships with and effects on performance effectiveness; and 2) the managerial accounting principles implementation in part of information had positive relationships with and effects on performance effectiveness. Therefore, director of financial division should focus on managerial accounting principles implementation for success in managerial performance.

Keywords: managerial accounting principles implementation, performance effectiveness, director of financial division

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพิจัยบัณฑิต

¹ Lecturers, Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Pitchayabundit College

ความเป็นมาของปัญหา

สภาพแวดล้อมในปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และมีการผลักดันให้เกิดการปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่องจึงมีหลากหลายแนวคิดและระบบการบริหารจัดการแบบใหม่ที่เกิดขึ้น ช่วยให้องค์กรสามารถเผชิญกับความท้าทายใหม่ที่เกิดขึ้นในทุกๆ องค์กรธุรกิจ ไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม เช่น ร้านค้า บริษัท ธนาคาร มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ จะต้องมีการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรแห่งนั้น และบุคลากร ที่มีหน้าที่ในการจัดการ คือผู้บริหารระดับต่างๆ ซึ่งต้องมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการวางแผน การจัดสรรทรัพยากร การสั่งการ และควบคุมการดำเนินงาน การบัญชีบริหารเป็นส่วนหนึ่งที่จะเตรียมสารสนเทศที่จำเป็นในการดำเนินงานขององค์กร และเน้นที่การตอบสนองสารสนเทศที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารเป็นหลัก โดยในแต่ละองค์กรนั้นจะมีการกระจายอำนาจมากหรือน้อยแตกต่างกันตามโครงสร้างขององค์กรที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบและลำดับการบังคับบัญชาของผู้บริหารในแต่ละคนหรือแสดงให้เห็นว่าใครทำงานขึ้นตรงกับใคร รวมทั้งชี้ให้เห็นว่าในแต่ละแผนกนั้นทำงานในลักษณะใด (นันทพร พิทยะ และ คณะ, 2552) ซึ่งสำนักงานเทศบาลตำบลมีผลงานของคลังโดยถือว่าเป็นส่วนงานหนึ่งที่มีความสำคัญต่อองค์กร มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารงานทางการเงินและบัญชี งานพัสดุและทรัพย์สิน งานพัฒนารายได้ งานแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน และงานธุรการ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2563) ซึ่งต้องมีการบริหารงาน การประสานงานควบคุมติดตามกับฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินการเป็นได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วนและทันกาล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้นหลักการบัญชีบริหารเป็นหลักการที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารฝ่ายกองคลังจะนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ในปัจจุบันได้

การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร (Managerial accounting principles implementation) เป็นการนำหลักการเกี่ยวกับการบัญชีบริหารมาปรับใช้ในการวางแผนควบคุมและการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างมีระบบให้เหมาะสมกับองค์กร โดยใช้หลักการของการบัญชีบริหาร

4 หลักการ (ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ, 2563) ได้แก่ ด้านการสื่อสาร (Communication) ด้านสารสนเทศ (Information) ด้านการวิเคราะห์ (Analyzed) และด้านการสร้างความเชื่อมั่น (Trust) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ปัจจุบันในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วสามารถเข้าถึงได้ทันต่อเหตุการณ์ให้การบริหารงานมีระบบลดความซ้ำซ้อน ซึ่งจะก่อให้เกิดคุณค่าแก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (Performance effectiveness) เป็นความสามารถของบุคคลในการปฏิบัติงานที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายหรือตามวัตถุประสงค์ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ รวมทั้งสร้างความสำเร็จถือเป็นการปฏิบัติงานหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ (สมพงษ์ เกษมสิน, 2549) ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรสืบเนื่องทรัพยากรให้น้อยที่สุด และสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรได้อย่างทัน่วงที่

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารมีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานหรือไม่อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ คือ การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร (Managerial accounting principles implementation) โดยใช้หลักการของการบัญชีบริหารของ วีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ (2563) ประกอบด้วย 1) ด้านการสื่อสาร (Communication: CM) 2) ด้านสารสนเทศ (Information: IF) 3) ด้านการวิเคราะห์ (Analyzed: AN) และ 4) ด้านการสร้างเชื่อมั่น (Trust: TR)

1.2 ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Performance effectiveness) โดยประยุกต์จากแนวคิดหลักการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมุ่งสู่ความสำเร็จของสมพงษ์ เกษมสิน (2549) ประกอบด้วย 1) ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Goal Accomplishment: GA) 2) ด้านมาตรฐานและความเชื่อถือได้ (Standardized and Reliable: SR) 3) ด้านความทันเวลาของผลลัพธ์ (Outcome Timeliness: OT) และ 4) ด้านความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง (Participant Satisfaction: PS)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 505 คน (เทศบาลในประเทศไทย, 2563)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 223 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) และการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 16 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 17 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อให้แก้ไขปรับปรุงข้อความให้เหมาะสม พร้อมทั้งพิจารณาความเหมาะสมสอดคล้องของรายการที่ถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 ทุกข้อ

3.3 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability test) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารมีค่าความเชื่อมั่น อยู่ระหว่าง 0.895 – 0.924 และ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.886 – 0.929

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 จัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

4.2 จัดส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ ในวันที่ 18 มกราคม 2564 จำนวน 223 ฉบับ ตามชื่อที่อยู่ของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม และขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับภายใน 20 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม

4.3 เมื่อครบกำหนดตามระยะเวลา ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา จำนวน 175 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 78.48 ของแบบสอบถามที่ส่งไป ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2001) ได้นำเสนอว่า

การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การบรรยายโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร และประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

1. ผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92.57 มีอายุอยู่ระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.43 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 78.86 และมีประสบการณ์ในการทำงานเป็นเวลา 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.71

2. ผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบล มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร อยู่ในระดับมาก

3. ผู้อำนวยการกองคลังเทศบาลตำบล มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานโดยรวม

ตัวแปร	PE	CM	IF	AN	TR	VIFs
\bar{X}	4.30	4.40	4.41	4.28	4.43	
S.D.	0.46	0.47	0.44	0.46	0.44	
PE	-	0.74**	0.76**	0.59**	0.56**	
CM		-	0.71**	0.57**	0.66**	2.88
IF			-	0.59**	0.47**	2.43
AN				-	0.74**	2.67
TR					-	2.91

** $p \leq .01$

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน อาจทำให้เกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบโดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร มีค่าตั้งแต่ 2.43-2.91 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารในแต่ละด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิผลในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.56 - 0.76 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (PE) ได้ดังนี้

$$PE = 0.22 + 0.31CM + 0.46IF + 0.08AN + 0.09TR$$

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณโดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิผลในการปฏิบัติงานโดยรวม

การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร	ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน		t	p-value
	B	Std. Error		
ค่าคงที่ (a)	0.22	0.24	0.91	.37
ด้านการสื่อสาร (CM)	0.31	0.07	4.23	.00*
ด้านสารสนเทศ (IF)	0.46	0.07	6.43	.00*
ด้านการวิเคราะห์ (AN)	0.08	0.07	1.12	.26
ด้านการสร้างความเชื่อมั่น (TR)	0.09	0.08	1.10	.27

$F = 84.409, p = .000, R^2 = 0.665, AdjR^2 = 0.657$

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ด้านการสื่อสาร (CM) และด้านสารสนเทศ (IF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (PE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อนำการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ด้านการสื่อสาร (CM) ด้านสารสนเทศ (IF) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (PE) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (AdjR²) เท่ากับ 0.657 โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$PE = 0.48 + 0.39CM + 0.49IF$$

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ที่มีต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการกองคลัง เทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ด้านการสื่อสาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน เนื่องจากการสื่อสาร เป็นความคิดแบบบูรณาการที่ให้ข้อมูลอย่างลึกซึ้งที่มีอิทธิพลอย่างทรงพลังทำให้เกิดการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสื่อสารจึงต้องมีการโน้มน้าวปรับแต่ง เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารได้ทั้งภายในและภายนอกอย่างเพียงพอที่เหมาะสม เชื่อถือได้ ทันเวลา เพื่อประสานงานที่แจ่มชัด รวดเร็วของการดำเนินงานให้การดำเนินการเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รักชาติ แดงเทโพธิ์ และ นริศรา แดงเทโพธิ์ (2562) พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานด้านการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจากการติดต่อสื่อสารมีความสำคัญที่จะสร้างความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภายในองค์กร ให้ได้ทราบถึงเป้าหมายสำคัญขององค์กร จึงทำให้พนักงานได้มีความเข้าใจและมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพและให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร จรัสอรุณฉาย และ ณัฐวงศ์ พูนพล (2562) พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ด้านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้นพนักงานสายสนับสนุนควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ด้านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร โดยพนักงานสายสนับสนุนควรให้ความสำคัญในการกำหนดคุณภาพของช่องทางการสื่อสารที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรที่มีความทันสมัยเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสื่อสารระหว่างกันด้วยความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน รวมถึงผู้มารับบริการกรณีเร่งด่วนด้วยความเต็มใจ

เสมอภาคเท่าเทียมกัน และสามารถนำข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการมาพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการเปิดใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานร่วมกัน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริหาร ตลอดจนได้รับความพึงพอใจจากผู้มารับบริการสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยา สรศักดิ์ (2562) ได้กล่าวถึงทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชีไว้ว่า ทักษะในการสื่อสารเป็นความสามารถในการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบในยุคสมัยใหม่ และเป็นการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม เป็นทีมเดียวกันส่งต่อข้อมูลการสื่อสารเกี่ยวกับการบัญชีไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญชาติ พรหมดง, นันทนา นิจอหอ และ นาดรพี ชัยมงคล (2561) กล่าวว่า การสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารนับเป็นสิ่งที่สำคัญในการบริหารงานขององค์กร เนื่องจากปัจจุบันการสื่อสารนั้นมีความสำคัญมากในยุคของข้อมูลข่าวสารที่ตรงได้รับการรับรู้และเข้าถึงอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การสื่อสารโดยการพูดนอกจากจะพูดแบบการเผชิญหน้า เช่น การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยโดยวิธีการประชุมแบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์จะช่วยให้องค์กรลดระยะเวลา สถานที่ และลดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นๆ ใ้รูปแบบการทำงานสโตร์ออฟฟิศออนไลน์เข้ามาช่วย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะทำให้การแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานดีขึ้นและช่วยลดความเสี่ยงความผิดพลาดจากการทำงาน ทำให้ทีมงานที่มีพลังงานเชิงบวกในการทำงานร่วมกันเพิ่มศักยภาพการแข่งขันขององค์กรในยุคธุรกิจดิจิทัลผู้บริหารที่ต้องการความสำเร็จ ควรหันมาให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรด้วยการสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนา ภูขมัง, สุวรรณ หวังเจริญเดช และนิกร ยาสมร (2560) พบว่า ทักษะการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านทักษะการสื่อสาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจากการสื่อสารเป็นทักษะที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากที่นักบัญชีต้องนำมาใช้ในการปฏิบัติงานทั้งภายในองค์กรและภายนอก

องค์กรเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรณิศา ดิษฐ์เสถียร (2560) พบว่า ความคาดหวังของผู้บริหารที่มีต่อนักบัญชีบริหารจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้ง 6 ท่าน โดยกล่าวว่า นักบัญชีบริหารต้องมีการติดต่อสื่อสารและเกี่ยวข้องในการทำงานกับหลายแผนก รวมถึงการนำเสนอข้อมูลแก่ผู้บริหาร หรือเพื่อนร่วมงานในแผนกอื่นๆ หรือการเพิ่มเติมความรู้ที่นอกเหนือจากวิชาการอย่างสม่ำเสมอ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ การออกกฎระเบียบจากหน่วยงานราชการ หรือความรู้ทางเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้ รวมทั้งการมีความรู้ทางการบริหารเพื่อให้ นักบัญชีบริหารเข้าใจถึงบริบทของการบริหารองค์กร

2. การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ด้านสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน เนื่องจากสารสนเทศที่มีความเกี่ยวข้องและตรงประเด็นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ โดยได้นำเสนอเกี่ยวกับสารสนเทศทั้งอดีต ปัจจุบัน อนาคต รวมถึงสารสนเทศทั้งที่เป็นด้านการเงินและไม่เป็นด้านการเงินจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสารสนเทศเป็นสิ่งที่มีมากที่สุดจึงควรมีสารสนเทศที่ไว้วางใจได้และเข้าถึงได้และตรงกับสภาพหรือสถานการณ์ที่จะต้องใช้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรนันท์ พรหมมา, อุทิศ พงษ์จิรัจฉินา และ นิตติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ (2562) พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เนื่องจากการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ สำหรับการสร้างตัวแบบในการวิเคราะห์ปัญหาและการตัดสินใจโดยสารสนเทศนี้เป็นการตัดสินใจต่อเหตุการณ์ที่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าหรือคาดการณ์ได้ยาก จึงได้มีการคิดค้นจัดทำขึ้นเป็นระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นระบบที่ส่งเสริมให้ผู้ใช้งานสามารถทำการตัดสินใจได้ด้วยความสามารถลาดทั้งในการบริหารงาน รวมทั้งด้านการเงินและช่วยในการตัดสินใจแก่ผู้บริหารในกิจกรรมทางธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงหทัย ใจภักดี, จรวัย สวัสดิ์ และมณีรัตน์ วงษ์ขี้ม (2561) พบว่า การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ ด้านการ

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา สาระดี, ศรีรุ่งรัตน์ สุตสมบุญธรรม และอัครวิเศษ รอบคอบ (2560) กล่าวว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นกระบวนการในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเสริมสร้างเป็นระบบสารสนเทศสำหรับงานด้านต่างๆ ภายในธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ โดยระบบงานที่สามารถนำมาผ่านกระบวนการประยุกต์ใช้ภายในธุรกิจให้ได้มาซึ่งประโยชน์เพื่อให้การดำเนินงานในแต่ละวันของธุรกิจมีศักยภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำ และทันต่อเหตุการณ์มากขึ้น กระบวนการในการทำงานที่ดีของเทคโนโลยีจึงต้องมีการประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความถูกต้องแม่นยำและความน่าเชื่อถือได้ เพื่อลดความผิดพลาดในกระบวนการทำงานของธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง (2558) พบว่า ปัจจัยที่กั้นความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากระบบสารสนเทศมีความสำคัญในการบริหารจัดการภายในองค์กร เพราะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันสิ่งแวดล้อมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และมีการแข่งขันทางธุรกิจสูง องค์กรที่มีระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงข้อมูลได้เร็วเท่านั้นถึงจะอยู่รอดได้ในปัจจุบัน

สรุปผลการวิจัย

การประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร ด้านการสื่อสารและด้านสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารในทุกๆ ด้าน ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการบริหารงานของบุคลากรและองค์กรให้ทันตามเป้าหมายที่วางไว้

2. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของการสร้างและคงไว้ซึ่งคุณค่าขององค์กรตามเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นการนำไปใช้ในการตัดสินใจ แก้ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้น และช่วยประมาณความน่าจะเป็นได้

3. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาด้านมาตรฐานที่รับรองโดยทั่วไปตามระเบียบที่กำหนด เพื่อให้มีมาตรฐานและมีความเชื่อถือ ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน

2. ควรมีการศึกษากการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลในเขตภูมิภาคอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบในการพัฒนาประสิทธิภาพในการประยุกต์ใช้หลักการบัญชีบริหาร

เอกสารอ้างอิง

- กรณิศา ดิษฐ์เสถียร. (2560). *คุณสมบัตินักบริหารในประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2563, 23 ธันวาคม). *อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบสำนักคลัง*. สืบค้นจาก http://www.dla.go.th/upload/document/type2/2020/12/24638_1_1608009960181.pdf.
- จันทิมา สาระดี, ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบุญ และ อัครวิเศษ รอบคอบ. (2560). ผลกระทบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อความเชื่อถือในการปฏิบัติงานทางการบัญชีของธุรกิจพลาสติกในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 9(4), 110-119.

จีรพันธ์ พรหมมา, อุทิศ พงษ์จิรวัดนา และ นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่กับประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 11(1), 67-75.

ดวงหทัย ใจภักดี, จรวย สาวิณี และ มณีรัตน์ วงษ์ขิม. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 10(1), 143-153.

เทศบาลในประเทศไทย. (2563, 3 พฤศจิกายน). *รายชื่อเทศบาลในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki>.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: หจก. สามัญบิตชีเนส อาร์ แอนด์ ดี.

ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ. (2563, 15 ตุลาคม). *หลักการของการบัญชีบริหาร*. สืบค้นจาก <https://www.tf.ac.th/Article/Detail/126276>.

นันทนา ภูษมัง, สุวรรณ หวังเจริญเดช และ นิกร ยาสมร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 9(4), 147-155.

นันทพร พิทยะ และ คณะ. (2552). *การบัญชีบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

ประภัสสร จรัสอรุณฉาย และ ณัฐวงศ์ พูนพล. (2562). ผลกระทบกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของพนักงานสายสนับสนุน กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(1), 1-13.

- รัชชาติ แดงเทพโพธิ์ และ นริศรา แดงเทพโพธิ์. (2562). ผลกระทบของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักวิชาการโสตทัศนศึกษาในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(4), 81-92.
- ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง. (2558). ประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 8(3), 1051-1062.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2549). *การบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สัญชาติ พรหมดง, นันทนา นิจอหอ และนาถพี ชัยมงคล. (2561). การสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(1), 1-10.
- อริยา สรศักดิ์ดา. (2562). *สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล เพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- Aaker, D. A., V. Kumar and G.S. Day. (2001). *Marketing Research* (7thed.). New York: John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making* (4thed.). New York: John Wiley & Son.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Presentation of Semiotic Thainess Through the Content of Tourism Authority of Thailand's Online Marketing Video Clip

ธนธร สันติชาติ^{1*} พิทักษ์ ศิริวงศ์²

Thanathorn Santichat^{1*} Phitak Siriwong²

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

(Received: July 2, 2021; Revised: August 16, 2021; Accepted: September 24, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเว็บไซต์ยูทูป Amazing Thailand ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 10 เรื่อง ที่มีจำนวนยอดวิวมากกว่า 500,000 วิว โดยผลการศึกษาพบว่า 1) รูปแบบเนื้อหาด้านความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 9 รูปแบบ ได้แก่ (1) อาหารไทย (2) ศิลปะไทย (3) วิถีชีวิตไทย (4) สุขภาพดีแบบไทย (5) งานเทศกาลแบบไทย (6) ภูมิปัญญาไทย (7) ความสนุกแบบไทย (8) สัตว์ไทย และ (9) ยานพาหนะไทย 2) รูปแบบของดนตรีและเพลงประกอบโฆษณามีจังหวะเร็วและสนุกสนานเข้ากับลักษณะนิสัยของ คนไทย รวมทั้งมีเครื่องดนตรีไทยเข้ามาผสมเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของแต่ละภาค 3) รูปแบบภาษาและข้อความมีการใช้ คำซ้ำและคำคล้องจองตามโครงสร้างของภาษาไทยเพื่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย รวมทั้งมีการใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของแต่ละภาค และ 4) รูปแบบการเล่าเรื่องมีการใช้โครงเรื่องและแก่นความคิดหลักเกี่ยวกับความรักในระหว่างการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน และการได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยว มีการใช้ฉากสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในประเทศไทย และมีการใช้สัญลักษณ์พิเศษเพื่อที่สื่อคล้องและสื่อถึงแก่นความคิดหลักของเรื่อง โดยผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องออกแบบสื่อโฆษณาทางการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอความเป็นไทยให้เกิดการจดจำได้ง่ายและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

คำสำคัญ: ความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ โฆษณาทางการตลาดการท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research was to study the format of presenting the semiotic Thainess through the content of the Tourism Authority of Thailand's online marketing video clip. This research is a qualitative research using content analysis method and data were collected by analyzing content from the Tourism Authority of Thailand's YouTube website, Amazing Thailand, amounting to 10 topics with the number of more than 500,000 views. The results of the study found that: 1) the content style of the semiotic Thainess can be divided into 9 forms: (1) Thai food, (2) Thai art, (3) Thai way of life, (4) Thai wellness, (5) Thai Events & Festivals, (6) Thai wisdom, (7) Thai fun, (8) Thai animals, and (9) Thai vehicles; 2) the style of the music and the music for the advertisement has a fast rhythm and fun, in harmony with the personality of the Thai people including Thai musical instruments mixed to convey the uniqueness of each region; 3) Language and text styles use repetitions and rhyming words according to the structure

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการนิทรรศการและการประชุม คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

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

² Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University

of the Thai language for easy recognition including the use of local language to convey the identity of each region; and 4) The narrative style uses the plot and main themes about love during travel, travel to relax from work to get a different experience from tourism, use the scenes of beautiful tourist attractions in Thailand, and use special symbols to correspond and convey the main idea of the story. The results of this research can be used as a guideline for those involved in designing advertising media for tourism marketing to present a Thai identity to be easily remembered and to encourage more travel in the country.

Keywords: semiotic Thainess, tourism marketing advertisement

ความเป็นมาของปัญหา

การดำเนินงานทางการตลาดสมัยใหม่เพื่อให้ประสบความสำเร็จนั้น นอกจากจะต้องให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด การกำหนดราคาที่ตั้งใจแล้ว ยังจำเป็นจะต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารไปยังผู้เกี่ยวข้องต่างๆ อีกด้วย โดยการสื่อสารทางการตลาดสามารถทำได้ด้วยการใช้คำพูด รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว การรับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้งห้า หรือสื่อสารผ่านเครื่องมือบางอย่างเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ เป็นการช่วยกระตุ้นการขาย และเพิ่มความพึงพอใจจนเกิดเป็นความจงรักภักดีให้กับตราสินค้าที่ถือว่ามีบทบาทสำคัญมากสำหรับการทำการตลาดยุคใหม่ โดยเครื่องมือสื่อสารที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดคือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง ผู้ประกอบการสามารถใช้เครื่องมือเหล่านี้ติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง (Kotler and Keller, 2016) โดยเฉพาะการโฆษณาที่ถือเป็นเครื่องมือสื่อสารสำคัญที่ช่วยในการนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก มีความเป็นสากล รวมทั้งช่วยกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

สื่อโฆษณาที่มีสัญลักษณ์ในส่วนแก่นของเรื่อง รูปแบบเนื้อหา และองค์ประกอบของสาร จะทำหน้าที่ในการสร้างความหมายและคุณค่าเชิงสังคม เช่น ความอบอุ่น ความรัก มิตรภาพ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าทางความรู้สึก ทำให้เกิดอารมณ์ร่วม และเข้าใจความหมายและความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งนี้กับสิ่งนั้นอย่างเป็นเหตุผลมากขึ้น (พีรตัญญูมา และวิโรจน์ สุทธิสีมา, 2561) โดยการแสดงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาโฆษณาเป็นการสื่อความหมายโดยนัยที่ให้ผู้ชม

เกิดจินตภาพและแปลความหมายไปตามประสบการณ์ที่เคยรับรู้มาซึ่งช่วยให้โฆษณาเกิดมิติที่หลากหลายและทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมอย่างลึกซึ้งไปกับการดำเนินเรื่องราวในสื่อโฆษณานั้นๆ อีกทั้งการสร้างสัญลักษณ์ทางภาพและเสียงยังช่วยให้เกิดการจดจำในระยะยาวได้มากกว่าการอ่านเพียงตัวหนังสือ เนื่องจากทำให้ผู้ชมเกิดประสบการณ์โดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้งห้า (วีรพล เจียมวิสุทธิ, 2560) จึงทำให้สัญลักษณ์มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการสร้างเครื่องมือเพื่อส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ถือเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์ สร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยไปสู่สายตาชาวโลก โดยมีเป้าหมายในการกระตุ้นการเติบโตของนักท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างสมดุล และสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การตลาดการท่องเที่ยวที่มีความทันสมัยและน่าสนใจหลากหลายประเภททั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อตอบสนองเป้าหมายดังกล่าว โดยเฉพาะสื่อโฆษณาที่ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและช่องทางการนำเสนอจากการโฆษณาทางโทรทัศน์ในอดีตมาเป็นการสร้างโฆษณาลงสื่อออนไลน์ทางเว็บไซต์ยูทูปเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด สร้างการรับรู้ที่เพิ่มมากขึ้น และเหมาะกับวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่มีการเสพสื่อออนไลน์อยู่เป็นประจำ นอกจากนี้เนื้อหาของสื่อโฆษณาทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังได้มีการนำเสนอความเป็นไทยสอดแทรกเข้าไปในเรื่องโดยใช้สัญลักษณ์บางอย่างเพื่อแสดงออกถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยที่มีความโดดเด่นและน่าสนใจ อีกทั้งยังเน้นจุดขายที่ความเป็นไทย

และการเชิญชวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาสัมผัสวิถีชีวิตแบบไทยอย่างลึกซึ้ง (อุษา ศิลป์เรืองวิไล, 2561)

การนำเสนอความเป็นไทยผ่านสื่อโฆษณาออนไลน์เหล่านี้ถือเป็นช่องทางในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย และยังเป็นสิ่งเชื่อมโยงเชิงสัญลักษณ์ถึงเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจในประเทศไทยเข้าด้วยกันอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามสัญลักษณ์ของความเป็นไทยบางอย่างที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อโฆษณายังถูกสื่อสารออกมาไม่ชัดเจนเพียงพอและมีความซับซ้อน ทำให้เข้าใจได้ยาก และอาจจะยังไม่มีเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และนำมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารความเป็นไทยของโฆษณาทางการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรหรือบุคคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวได้นำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างเครื่องมือหรือสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ เข้าใจความหมายได้ง่าย และสามารถดึงดูดผู้ชมให้กลายเป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีวิทยาแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบเนื้อหาของสื่อสารการตลาดของคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการตลาดที่ปรากฏบนสื่อออนไลน์ซึ่งผลิตโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้ได้แก่ คลิปวิดีโอโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ทางช่อง Youtube Amazing Thailand ที่ใช้สำหรับประชาสัมพันธ์การตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ซึ่งจัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 10 คลิปวิดีโอ ที่มีรูปแบบการนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ครบทั้ง 4 ประเภทหลัก จากทั้งหมด 17 คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จนถึงปัจจุบันที่มีความยาวตั้งแต่ 1 นาทีขึ้นไป และมีจำนวนยอดวิว (Views) ไม่ต่ำกว่า 500,000 วิว เนื่องจากคลิปที่มีความยาวน้อยกว่า 1 นาที จะมีเนื้อหาเชิงสัญลักษณ์ไม่ครบถ้วนและไม่ชัดเจนเพียงพอ อีกทั้งคลิปที่มีจำนวนผู้รับชมมากกว่า 500,000 วิว แสดงถึงความน่าสนใจและโดดเด่นด้านเนื้อหา และยังประสบความสำเร็จในการสื่อสารไปยังผู้ชม อันได้แก่ 1) เทียววิถีไทย เก๋ไก๋ได้ไม่เหมือนกัน 2) Music Story เพลง "ยามรัก" 3) ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร (Discover Thainess) 4) กาลครั้งหนึ่ง เมื่ออารมณ์พาไป 5) ทำเที่ยวข้ามภาค ปี 2 6) Lady Set Go! ผู้หญิงอยากเที่ยว...ต้องไป 7) ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกซึ้ง 8) กอดกันไว้ให้หายเหนื่อย 9) ปักซี่ได้ ปักหมุด หยุดเวลา และ 10) สุขกลางใจ ไกลแค่เอื้อม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีการจำแนกการวิเคราะห์ได้เป็น 4 ประเภทหลัก คือ 1) รูปแบบเนื้อหา 2) รูปแบบดนตรีและเพลงประกอบโฆษณา 3) รูปแบบภาษาและข้อความในการโฆษณา และ 4) รูปแบบการเล่าเรื่อง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา โดยเก็บข้อมูลจากคลิปวิดีโอโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวออนไลน์ที่เป็นที่นิยมที่มาจากเว็บไซต์ยูทูป Amazing Thailand ซึ่งจัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม ถึง 25 เมษายน พ.ศ. 2564 เพื่อนำมาบันทึกลงรหัสสำหรับวิเคราะห์เนื้อหา (Coding sheet) และทำการวิเคราะห์สรุปข้อมูลตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่อไป

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งเป็น 3 ด้านประกอบด้วย

5.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) โดยการเก็บข้อมูลจากสื่อออนไลน์ Youtube Amazing Thailand จำนวนมากกว่า 1 คลิปวิดีโอ

5.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) โดยมีจำนวนผู้วิจัยตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปในการร่วมเก็บข้อมูล วิเคราะห์ และตีความสิ่งที่ปรากฏในชิ้นงาน

5.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านแนวคิดทฤษฎี (Theory triangulation) จากการทบทวนวรรณกรรม อาทิ ศัญญาวิทยา การสื่อสารการตลาด และความเป็นไทย แล้วนำแนวคิดผ่านการตีความโดยอธิบายจากปรากฏการณ์ที่ค้นพบจากการสังเกตข้อมูล โดยผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันตามแต่ละวัตถุประสงค์ โดยเทียบเคียงประเด็นการศึกษาที่สอดคล้องจนกว่าข้อมูลจะถึงจุดอิ่มตัว

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบบันทึกข้อมูล และวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเพื่อบันทึกข้อมูลภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีศัญญาวิทยา แนวคิดการสื่อสารการตลาด แนวคิดการเล่าเรื่อง และแนวคิดความเป็นไทย โดยแบ่งข้อมูลเป็น 4 รูปแบบหลัก ได้แก่

6.1 การวิเคราะห์รูปแบบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย โดยแบ่งย่อยออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ 1) อาหารไทย 2) ศิลปะไทย 3) วิถีชีวิตไทย 4) สุขภาพดีแบบไทย 5) งานเทศกาลแบบไทย 6) ภูมิปัญญาไทย 7) ความสนุกแบบฉบับไทย 8) สัตว์ไทย และ 9) ยานพาหนะไทย

6.2 การวิเคราะห์รูปแบบดนตรีและเพลงประกอบโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย

6.3 การวิเคราะห์รูปแบบภาษาและข้อความที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย

6.4 การวิเคราะห์รูปแบบการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย โดยแบ่งย่อยออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) โครงเรื่อง 2) แก่นความคิด 3) ตัวละคร 4) ฉาก 5) มุมมองการเล่าเรื่อง และ 6) สัญลักษณ์พิเศษ

จากนั้นจึงนำข้อมูลการวิเคราะห์ที่ใส่ลงในตารางแบบบันทึกข้อมูลแล้วมาสรุปใจความสำคัญตามแบบ

การเทียบเคียงรูปแบบ โดยเปรียบเทียบกับแนวคิดและทฤษฎีเพื่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์ทางความคิดดังกล่าว โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ขั้นตอน ได้แก่ (ฐิตานันท์ ชัยโฆษิตภิรมย์, 2560)

1) การลดทอนข้อมูล คือ กระบวนการคัดเลือกย่อความที่ทำให้เข้าใจง่าย โดยการสรุปจำแนกกลุ่มข้อมูล และแปลงข้อมูลให้พร้อมนำไปใช้งานในขั้นตอนต่อไป

2) การจัดรูปแบบข้อมูล คือ การสร้างรูปแบบข้อมูลที่สามารสื่อสารกับผู้อ่านให้เข้าใจโดยง่าย เช่น การแสดงข้อมูลด้วยแผนภาพ เป็นต้น

3) การร่างข้อสรุปและการยืนยัน คือ การตีความหมายและการทำความเข้าใจถึงรูปแบบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงของข้อมูลที่ได้รวบรวมมาเพื่อนำไปสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การนำเสนอความเป็นไทยเชิงศัญญาผ่านคลิปวิดีโอโฆษณาทางการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้ง 10 เรื่อง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. รูปแบบเนื้อหา (Content) ด้านความเป็นไทย ได้แก่

1.1 อาหารไทย (Thai food) โฆษณาทั้งหมดมีการสอดแทรกอาหาร ขนม หรือผลไม้ที่แสดงออกถึงความเป็นไทย อาทิ มีการนำเสนอทุเรียนและมังคุดเป็นตัวแทนของผลไม้ไทย เนื่องจากทั้งคู่ได้ชื่อว่าเป็นราชาและราชินีของผลไม้ไทย มีการนำเสนออาหารประเภท Street food ที่ทำได้อย่างรวดเร็วและทานง่าย เช่น ผัดไทย อาหารบั้งย่าง หรือขนมจีบซาลาเปา เนื่องจากอาหารประเภทนี้สื่อถึงลักษณะของคนไทยที่เป็นคนเรียบง่าย มีการนำเสนอของหวานแบบไทย เช่น ไอติมหมูนหรือ ฝอยทอง เนื่องจากเป็นของหวานที่คนไทยสมัยอดีตทานกันมานานและยังเป็นที่ยิยมจนถึงปัจจุบัน เป็นต้น ในบางสื่อยังมีการนำเสนออาหารที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละภูมิภาคด้วย เช่น ผลไม้หลากหลายชนิดที่สื่อถึงจุดเด่นของภาคตะวันออกที่มีความอุดมสมบูรณ์และคนไทยในภาคตะวันออกนิยมประกอบอาชีพทำสวนผลไม้เป็นหลัก อาหารทะเลที่สื่อถึงจุดเด่นของภาคใต้เนื่องจากคนไทยทางใต้มีวิถีชีวิตที่อยู่คู่กับทะเล น้ำพริกอ่อง แกงฮังเล และขันโตก

ที่สื่อถึงจุดเด่นของภาคเหนือเนื่องจากเป็นอาหารที่เป็นที่นิยมของชาวล้านนาในอดีตและมีรสชาติไม่จัด ต้มแซบที่สื่อถึงจุดเด่นของภาคอีสานเนื่องจากคนอีสานนิยมทานอาหารรสจัดจ้าน เป็นต้น

1.2 ศิลปะไทย (Thai arts) โฆษณาส่วนใหญ่มีการนำเสนอโดยใช้วัดไทยหรือเรือนไทยที่มีรูปแบบที่แตกต่างกันเนื่องจากวัดที่มีรูปทรงต่างๆ จะแสดงศิลปะวัฒนธรรมไทยในแต่ละภาคในแต่ละยุคสมัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งวัดยังแสดงถึงความเป็นเมืองศาสนาพุทธของประเทศไทย และแสดงถึงลักษณะนิสัยของคนไทยที่มีความเรียบง่าย มีศีลธรรมคุณธรรมที่ดี นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอโบราณสถานของไทยเนื่องจากสถานที่เหล่านี้ได้แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของศิลปะวัฒนธรรมสมัยอดีตผ่านโบราณสถานยุคต่างๆ และแสดงถึงประเทศไทยที่เป็นเมืองมรดกโลกอีกด้วย มีการนำเสนอเครื่องแต่งกายแบบไทยหรือผ้าไทยเนื่องจากเครื่องแต่งกายที่ทำจากผ้าไทยมีลวดลายที่สวยงามโดดเด่นไม่เหมือนชาติอื่น มีการนำเสนอการแสดงไทยในแต่ละภูมิภาค เช่น มโนราห์ รำไทย หรือการเชิดหุ่น เป็นต้น เนื่องจากเป็นการแสดงที่ได้รับความนิยมรับชมจากชาวไทยและชาวต่างชาติซึ่งเป็นศิลปะไทยที่มีความอ่อนช้อยงดงาม

1.3 วิถีชีวิตไทย (Thai way of life) โฆษณาทั้งหมดได้นำเสนอวิถีชีวิตและกิจกรรมท้องถิ่นที่แสดงออกถึงความ เป็นไทย เป็นวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น และเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ในแต่ละภาค เช่น การยกยอซึ่งเป็นวิถีชีวิตเด่นของชาวพืทลุงและเป็นหนึ่งเดียวในประเทศไทย การตกหมึกซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชาวประมงภาคใต้และเป็นกิจกรรมที่นิยมของนักท่องเที่ยว กิจกรรมไหว้พระ 9 วัดที่แสดงถึงวิถีชีวิตของพุทธศาสนิกชน การทำนาที่เป็นวิถีชีวิตเกษตรกรรมของคนไทยภาคกลางในสมัยก่อน และวิถีชีวิตตลาดบกและตลาดน้ำที่แสดงถึงความเป็นอยู่ของคนไทยสมัยอดีตที่มีการตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำและมีการค้าขายทางน้ำเป็นหลัก เป็นต้น อีกทั้งยังมีการนำเสนอลักษณะนิสัยส่วนใหญ่ของคนไทยที่มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย เช่น การใช้ควายในการทำนา เพราะความเป็นสัตว์ที่เชื่องช้า เป็นต้น มีการนำเสนอความเชื่อเรื่องความรัก เช่น การสวดมนต์ไหว้พระขอพรและการเสี่ยงเซียมซีเนื่องจากวัดถือเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนไทย

และเซียมซีซึ่งอยู่ในวัดก็ถือเป็นเครื่องเสี่ยงดวงเรื่องความรักที่เป็นที่นิยมและรู้จักกันดี

1.4 สุขภาพดีแบบไทย (Thai wellness) โฆษณาบางเรื่องมีการนำเสนอกิจกรรมทางสุขภาพที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของประเทศไทย ได้แก่ การนวดและการทำสปาไทย มีการแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการนวดแบบภูมิปัญญาไทย มีการตกแต่งบรรยากาศแบบไทยใช้สมุนไพรไทย และการแต่งกายของผู้ให้บริการที่ใช้ผ้าไทย นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอสุขอนามัยที่ดีในที่พัก เช่น ธรรมเนียมการถอดรองเท้าก่อนเข้าบ้าน ที่แสดงถึงนิสัยของคนไทยที่เป็นคนรักสะอาด เป็นต้น

1.5 งานเทศกาลแบบไทย (Thai events & festivals) โฆษณาบางชิ้นมีการนำเสนอเทศกาลงานประเพณีไทยท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงอันเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของแต่ละภาค มีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดคนให้เข้าร่วมงานได้ โดยแบ่งเป็นภาคอีสาน ได้แก่ ประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร ที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตแบบไทยที่มีความเชื่อในการขอฝน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ เทศกาลผีเสื้อปางสีดา จังหวัดสระแก้ว ที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าในประเทศไทย ภาคกลาง ได้แก่ ประเพณีรับบัว จังหวัดสมุทรปราการ ที่แสดงถึงความเชื่อทางศาสนาและวิถีชีวิตของพุทธศาสนิกชน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเทศกาลระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในหลายจังหวัดทั่วประเทศ ได้แก่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ เนื่องจากเป็นเทศกาลที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยึดใจของนักท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นไทยได้อย่างดี รวมทั้งยังสื่อถึงลักษณะนิสัยที่สนุกสนานของคนไทยอีกด้วย

1.6 ภูมิปัญญาไทย (Thai wisdom) โฆษณาส่วนใหญ่มีการนำเสนอสินค้าท้องถิ่นที่ถูกคิดค้นมาจากภูมิปัญญาไทย และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของประเทศไทย เช่น ผ้าไทยและผ้ามัดย้อมไทย เนื่องจากเป็นผ้าที่มีการสร้างลวดลายไทยขึ้นมาเฉพาะไม่เหมือนใครในโลกทำให้คนที่เห็นรู้ว่าเป็นสินค้าของไทย อีกทั้งลวดลายที่นำเสนอยังมีความแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละจังหวัด เครื่องปั้นดินเผาเนื่องจากเป็นอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ชาวไทยนิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีการนำเสนอให้เห็นถึงวิธีการปั้นบ้านในการปั้น เครื่องมือเครื่องใช้แบบง่ายๆ ตามภูมิปัญญาไทย รวมทั้งตะกร้า เสื่อสานและเครื่องสานต่างๆ เพราะเป็นอุปกรณ์

เครื่องใช้ที่พบเห็นได้ตามแหล่งท่องเที่ยวชนบทซึ่งแสดงถึงภูมิปัญญาไทยในการคิดลดทอนและสื่อถึงวิถีชีวิตแบบไทยที่มีการประดิษฐ์อุปกรณ์หรือเครื่องใช้ในบ้านด้วยตัวเอง เป็นต้น

1.7 ความสนุกแบบไทย (Thai fun) โฆษณาส่วนใหญ่มีการนำเสนอกิจกรรมที่แสดงถึงความสนุกสนานซึ่งสามารถทำได้ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย อาทิ กิจกรรมทางน้ำต่างๆ เช่น การดำน้ำ การเล่นกระดานโต้คลื่น หรือการล่องเรือ เนื่องจากเป็นกิจกรรมยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว สามารถเล่นพร้อมกันได้เป็นกลุ่ม และยังทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความสวยงามของธรรมชาติทางทะเล เป็นต้น กิจกรรมแนวผจญภัยและความเร็ว เช่น การตั้งแคมป์ การขับรถ ATV หรือการขี่จักรยานเสือภูเขาซึ่งเหมาะกับการทำร่วมกับการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ และสื่อถึงลักษณะนิสัยของคนไทยที่ชอบความท้าทายและความเสี่ยง เป็นต้น

1.8 สัตว์ไทย (Thai animals) โฆษณาส่วนใหญ่มีการนำเสนอโดยใช้สัตว์เข้ามาประกอบ อาทิ ช้างเล่นน้ำกับเจ้าของ ซึ่งแสดงถึงมิตรภาพและความผูกพันระหว่างสัตว์ป่ากับคนไทยมายาว และการนำเสนอช้างยังเป็นการสื่อสารถึงความน่ารักสนุกสนานของสัตว์ประจำชาติไทยอีกด้วย มีการแสดงให้เห็นถึงเกษตรกรไทยใช้ควายในการช่วยทำนาและมีวิถีชีวิตร่วมกับควายซึ่งสื่อถึงว่าควายเป็นสัตว์ที่มีความอดทน อยู่คู่กับคนไทยท้องถิ่นมานาน และแสดงถึงวิถีชีวิตชาวไทยชนบทที่เรียบง่าย การที่มีนักท่องเที่ยวไปล่องเรือดูปลาวาฬในทะเลซึ่งเป็นการสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของท้องทะเลไทย หรือการแสดงให้เห็นถึงลึงค์ช่วยเก็บมะพร้าวที่ต้องการสื่อถึงความผูกพันระหว่างชาวสวนกับสัตว์ และแสดงให้เห็นถึงความฉลาดของลิงไทย

1.9 ยานพาหนะแบบไทย (Thai vehicles) โฆษณาส่วนใหญ่นำเสนอยานพาหนะท้องถิ่นที่เกิดจากภูมิปัญญาไทยเพื่อใช้ในการขนส่งนักท่องเที่ยว อาทิ รถม้า และเกวียนไทยซึ่งเป็นยานพาหนะของคนสมัยอดีตแต่ยังคงดำรงอยู่ถึงปัจจุบันแสดงถึงความผูกพันระหว่างสัตว์และคน และมายังเป็นสัญลักษณ์ของความรวดเร็วอีกด้วย รถตุ๊กตุ๊กเนื่องจากเป็นยานพาหนะที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติและเป็นหนึ่งเดียวในโลกที่ไม่เหมือนใคร สามารถแสดงถึง

เอกลักษณ์ไทยได้อย่างดี หรือเรือหางยาวที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนไทยในเมืองปัจจุบันที่ยังคงมีความผูกพันกับสายน้ำลำคลองและแสดงลักษณะของเรือที่มีความเป็นไทยอย่างโดดเด่น เป็นต้น

จากผลการวิเคราะห์รูปแบบเนื้อหาด้านความเป็นไทยของโฆษณาสามารถสรุปได้ว่าโฆษณาบางเรื่องไม่ได้ใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารด้านความเป็นไทยครบทั้ง 9 ประเภท อาจด้วยเนื่องจากความยาวของวิดีโอโฆษณาที่ไม่มากพอให้สามารถไล่เนื้อหาไปทั้งหมดได้ หรืออาจเป็นเพราะโครงเรื่องหลักของโฆษณาที่มีการเน้นเฉพาะบางประเด็นทำให้ขาดการสื่อสารด้านความเป็นไทยในบางจุดไป และถ้าผู้ชมรับชมโฆษณาเพียงเรื่องเดียวอาจไม่เกิดการรับรู้ความเป็นไทยครบทั้ง 9 ประเภทได้ รวมทั้งการใช้สัญลักษณ์ด้านความเป็นไทย ในบางโฆษณามีความยากในการแปลความหมายหรือมีความหมายโดยนัยทำให้ผู้ชมตีความหมายออกมาไม่เหมือนกันซึ่งส่งผลให้โฆษณาเรื่องนั้นเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอสำหรับทุกกลุ่มเป้าหมาย

2. รูปแบบดนตรีและเพลงประกอบโฆษณา (Music) โฆษณาส่วนใหญ่มีการใช้ดนตรีและเพลงที่มีจังหวะเร็วและสนุกสนานประกอบการโฆษณาเนื่องจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจและติดตามได้ดี มีการใช้เครื่องดนตรีไทยเป็นส่วนประกอบในการสร้างจังหวะหรือทำนอง แต่อย่างไรก็ตามยังมีโฆษณาบางเรื่องที่ใช้ดนตรี จังหวะ และเพลงซ้ำเนื่องจากต้องการสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมให้คล้ายตามไปกับการดำเนินเรื่องราวและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศที่สวยงามรวมทั้งในบางเรื่องมีการแทรกเครื่องดนตรีไทยเข้าไปเพื่อสร้างจังหวะให้เกิดความสนุกสนานมากขึ้นเป็นการสื่อถึงความเป็นไทยและแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภาคอีกทางหนึ่ง เช่น การใช้เสียงแคนเพื่อสื่อถึงภาคอีสาน การใช้เสียงกลองยาว ฉิ่ง และฉาบ เพื่อสื่อถึงภาคกลาง เป็นต้น

จากผลการวิเคราะห์รูปแบบดนตรีและเพลงประกอบโฆษณาสามารถสรุปได้ว่าการใช้ดนตรีไทยที่มีจังหวะสนุกสนานประกอบเพลงโฆษณาเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่สำคัญที่ช่วยทำให้เกิดการรับรู้ความเป็นไทยและกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ดีกว่าจังหวะซ้ำ แต่โฆษณาในบางเรื่องมีการใช้เครื่องดนตรีสมัยใหม่เกือบตลอดทั้งเพลง

และไม่ได้มีการแทรกเครื่องดนตรีไทยเข้าไปในเพลงมากนัก เพื่อให้เกิดความทันสมัยและเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ ทำให้เสน่ห์และสัญลักษณ์ความเป็นไทยอาจจะถูกลดทอนลงไป

3. รูปแบบภาษาและข้อความในการโฆษณา (Language & Message) ภาษาหลักที่ใช้ในการโฆษณาคือภาษาไทยเนื่องจากเป็นโฆษณาสำหรับสื่อสารการตลาดในประเทศและกลุ่มเป้าหมายหลักคือนักท่องเที่ยวชาวไทย และมีการใช้ภาษาไทยท้องถิ่นของแต่ละภาคเพื่อแสดงความเชื่อมโยงกับเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในแต่ละภาคของไทย โดยมีการใช้ข้อความเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อชี้ให้เห็นความสวยงาม เช่น แกรนด์แคนยอนเมืองไทย หรือกุ้ยหลินเมืองไทย เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้มีชื่อเสียงระดับโลกเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวซึ่งถ้ามีการนำมาเปรียบเทียบแล้วจะทำให้สามารถจินตนาการลักษณะทางกายภาพและความสวยงามได้ง่ายขึ้น มีการใช้คำไทยแสดงที่มีความหมายแฝงหรือเพื่อแทนสัญลักษณ์บางอย่าง เช่น “ข้าวกันจิ้น” ซึ่งเป็นอาหารของภาคเหนือที่สื่อถึงการกินระหว่างคู่จิ้นในเนื้อเรื่องโฆษณา เป็นต้น โดยการนำเสนอคำแสดงเหล่านี้จะทำให้ภาษามีความน่าสนใจ น่าติดตาม และยังเป็นการชวนให้ผู้ฟังคิดตามเพื่อหาความหมายของคำเหล่านั้น รวมทั้งมีการใช้การเล่นคำเพื่อทำให้เกิดการจดจำ เช่น การเล่นคำว่า “ไทย” ปีท่องเที่ยววิถีไทย เริ่มเดินทางแบบไทย กับรถบัสไทย รถไฟไทย เรือไทย รถม้าไทย สามล้อไทย เกวียนไทย หรือสกายแล็บไทย เป็นต้น และมีการใช้คำคล้องจองเพื่อให้ภาษาไทยสละสลวยและจำง่าย เช่น “ข้ามไปเที่ยวได้ไปทั้ง ให้ลึกซึ้งทั่วไทย” เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาหรือข้อความที่แสดงถึงความตกขบขันของคนไทยด้วย เช่น กอดทุเรียนระวังหนาม เนื้อทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงของไทยและมีหนามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่จดจำได้ง่าย

จากผลการวิเคราะห์รูปแบบภาษาและข้อความของโฆษณาสามารถสรุปได้ว่าการใช้ภาษาไทยในโฆษณาที่มีลักษณะของคำซ้ำและคำคล้องจองจะช่วยให้เกิดการจดจำที่ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้นเหมาะกับสื่อด้านการตลาดที่เน้นการรับรู้และจดจำในระยะสั้น นอกจากนี้การใช้ภาษาท้องถิ่นแต่ละภาคถือเป็นการแสดงสัญลักษณ์ความเป็นไทยได้โดดเด่น

ยิ่งขึ้นซึ่งจะช่วยให้เกิดการจดจำเอกลักษณ์และต้องการไปท่องเที่ยวยังภูมิภาคนั้นๆ

4. รูปแบบการเล่าเรื่อง (Story telling) สามารถสรุปได้ ดังนี้

4.1 โครงเรื่อง (Plot) โครงเรื่องของโฆษณาส່วนใหญ่จะมีลักษณะการดำเนินเรื่องโดยตัวละครหลักที่ไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเมืองไทยเพื่อวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน เช่น การไปพักผ่อนจากการทำงาน ไปเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ หรือไปเพื่อให้เจอความรัก เป็นต้น มีฉากการนำเสนอเป็นจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่แสดงออกถึงความ เป็นไทย นอกจากนี้โฆษณางานบางเรื่องยังมีการดำเนินเรื่องโดยไม่ได้ใช้ตัวละครหลักแต่นำกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวเด่นๆ ในเมืองไทยที่หลากหลายโดยใช้เนื้อหาด้านความเป็นไทยในการนำเสนอ และมีการเชื่อมโยงกันจนถึงตอนจบของเรื่องเพื่อชักชวนกันไปเที่ยวเมืองไทย อีกทั้งยังมีการนำเสนอจุดเด่นด้านความเป็นไทยของแต่ละภาคที่แตกต่างกัน

4.2 แก่นความคิด (Theme) แก่นเรื่องของโฆษณาส່วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความรัก การจีบ หากู การคิดถึงคู่รัก หรือการสร้างมิตรภาพจากการท่องเที่ยว รวมทั้งเกี่ยวเนื่องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเกี่ยวข้องกับความรักหรือเป็นที่นิยมสำหรับคู่รัก นอกจากนี้ในบางเรื่องยังได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายจากการทำงาน และการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์แบบไทยๆ ที่แตกต่างไม่เหมือนใคร โดยแก่นความคิดทั้งหมดนี้มีความสอดคล้องกับค่านิยมในการเดินทางของคนไทยในปัจจุบัน และเป็นวิถีชีวิตที่เป็นลักษณะเด่นของคนไทย

4.3 ตัวละคร (Character) โฆษณาส່วนใหญ่จะมีตัวละครหลักเป็นคนไทยในการดำเนินเรื่องทั้งแบบตัวละครเดี่ยวและตัวละครกลุ่ม ซึ่งการมีตัวละครหลักจะช่วยสร้างความโดดเด่นให้กับการดำเนินเรื่อง ทำให้ผู้ชมมุ่งความสนใจไปที่ตัวละครเป็นหลัก เกิดการติดตามตัวละครนั้นอย่างใกล้ชิด และเกิดอารมณ์ร่วมกับตัวละครนั้น แต่มีบางเรื่องที่ไม่ได้มีตัวละครสำคัญเป็นคนดำเนินเรื่องแต่ใช้วิธีการเล่าเรื่องที่เน้นฉากเป็นหลักและมีตัวละครต่างๆ ไปประกอบ โดยที่การไม่มีตัวละครหลักจะทำให้ผู้ชมสนใจไปที่ฉากและเรื่องราวว่าเป็นหลักมากกว่าทำให้เหมาะสำหรับโฆษณาที่เน้น

ความสวยงามของฉาก และเน้นความสำคัญขององค์ประกอบอื่นๆ ในการดำเนินเรื่องราว

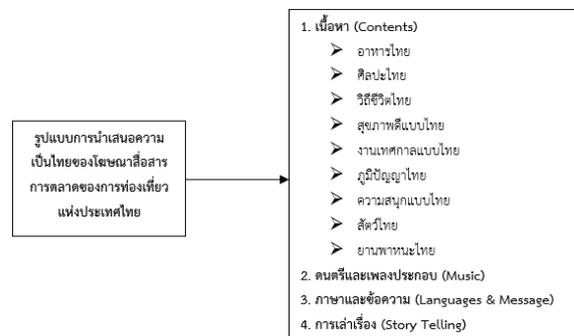
4.4 ฉาก (Setting) ฉากของโฆษณาทุกเรื่องจะมีความเกี่ยวเนื่องกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งที่มนุษย์สร้างขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพราะฉากของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติถือเป็นการแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย เช่น ภูเขา เกาะ ทะเล น้ำตก ป่า เป็นต้น ส่วนฉากที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นการแสดงออกถึงวิถีชีวิตเอกลักษณ์ความเป็นอยู่ และศิลปะวัฒนธรรมของคนไทย เช่น ตลาดบดตลาดน้ำซึ่งแสดงออกถึงวิถีชีวิตของคนไทยท้องถิ่นหรือฉากของวัดไทยและโบราณสถานที่เกี่ยวข้องถึงศิลปวัฒนธรรมไทยในสมัยอดีต เป็นต้น นอกจากนี้บางเรื่องยังมีฉากประดิษฐ์ที่สร้างขึ้นมาจากคอมพิวเตอร์กราฟิก เนื่องจากต้องการสร้างความทันสมัยและดึงดูดความสนใจมากขึ้น รวมทั้งมีการปรับแต่งสีส้มของฉากให้ดูเก่าโบราณเพื่อแสดงความเปรียบระหว่างช่วงเวลาในอดีตและในปัจจุบัน

4.5 มุมมองการเล่าเรื่อง (Point of views) โฆษณาส่วนใหญ่มีมุมมองในการเล่าแบบบุรุษที่ 3 คือมีผู้พากษ์เป็นผู้เล่าเรื่องทั้งหมดโดยอาจเป็นลักษณะของคำพูดที่มีจังหวะและดนตรีประกอบหรืออาจเล่าเรื่องเป็นเพลงประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและทำให้จดจำได้ง่าย และเกิดความสนุกสนานยิ่งขึ้น แต่บางเรื่องมีมุมมองการเล่าเรื่องแบบบุรุษที่ 1 คือ ตัวละครหลักหรือตัวละครสำคัญในเรื่องเป็นผู้เล่าถ่ายทอดเรื่องราวออกมาซึ่งจะทำให้ผู้ชมสามารถจินตนาการและคาดเดาเรื่องราวผ่านลักษณะนิสัยของตัวละครได้

4.6 สัญลักษณ์พิเศษ (Special symbol) โฆษณาส่วนใหญ่มีการใช้อาหารไทย เครื่องแต่งกายแบบไทย ภาษาท้องถิ่น และวิถีชีวิต เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของภาคต่างๆ ในประเทศไทย มีการใช้รูปแบบของยานพาหนะต่างๆ ที่สื่อถึงยุคสมัยในอดีตและแสดงถึงวิถีชีวิตของคนไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวมาตั้งแต่อดีต มีการใช้สถานที่ท่องเที่ยวที่สื่อถึงความรักความโรแมนติกและมีการใช้วัดไทยและโบราณสถานเพื่อสื่อถึงความเป็นศาสนาพุทธของประเทศไทยที่มีมาตั้งแต่อดีต

จากผลการวิเคราะห์รูปแบบการเล่าเรื่องของโฆษณาสามารถสรุปได้ว่าใคร่ครวญเรื่องและแก่นความความคิดหลักของโฆษณาจะมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่

และลักษณะนิสัยของคนไทย ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักคือคนไทยเข้าใจความหมายและวัตถุประสงค์ของเนื้อเรื่องโฆษณาได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการเน้นฉากสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีความสวยงามจะช่วยสร้างการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น และถ้ายังตัวละครหลักมีความโดดเด่นหรือมีชื่อเสียงก็จะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ดีในการสร้างการติดตามจากสาวกต่างๆ และช่วยให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวตามตัวละครนั้นๆ อีกด้วย



ภาพที่ 1 การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อภิปรายผล

1. การนำเสนอเนื้อหาด้านความเป็นไทยถูกแทรกเข้าไปในคลิปวิดีโอหลากหลายรูปแบบเพื่อสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับรู้ถึงเอกลักษณ์ไทยที่โดดเด่นและเป็นการดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่ มีการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักของท่องเที่ยว สื่อความหมายได้ง่ายในการนำเสนอ และสอดคล้องกับวิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขวัญชีวา ไตรพิริยะ, สมสุข หินวิมาน และพีระ จิระโสภณ (2561) ที่สรุปไว้ว่า อัตลักษณ์ความเป็นไทยในบริบทของการโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เน้นถูกประกอบสร้างให้มีความหมายที่หลากหลาย มีความเป็นลูกผสม และมีความลื่นไหลไปตามบริบทของสังคมอันเกิดจากการผสมผสานจากหลากหลายวัฒนธรรมแต่ยังคงมีกลิ่นอายของความเป็นไทยแบบดั้งเดิมอยู่

2. การใช้ดนตรีหรือเพลงประกอบที่มีจังหวะเร็วและสนุกสนานจะช่วยสร้างความน่าสนใจและช่วยดึงดูดให้คนเข้ามาชมและติดตามได้ และยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ร่วมไปกับเรื่องราวไม่น่าเบื่อซึ่งเข้ากับลักษณะนิสัยของคนไทยที่ชอบความสนุกสนาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจติพงษ์ ประชาชิต (2563) ที่สรุปไว้ว่า รูปแบบโฆษณาออนไลน์ที่มีข้อความที่น่าสนใจสามารถดึงดูดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้มากกว่ารูปแบบอื่นๆ และลักษณะของดนตรีที่ใช้ในโฆษณามีทั้งแบบดนตรีช้าและเร็วประกอบกัน ซึ่งดนตรีเร็วๆ สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้มากกว่าการใช้ดนตรีแบบช้า

3. การใช้คำหรือข้อความภาษาไทยในโฆษณาที่มีลักษณะของการเล่นคำ การใช้คำซ้ำ และการใช้คำคล้องจองถูกนำมาเป็นจุดเด่นเพื่อให้เกิดการสัมผัสเชื่อมต่อกับคำที่สวຍงาม ทำให้เกิดการใช้คำเชิงสัญลักษณ์ในการเปรียบเทียบ และง่ายต่อการจดจำและการสื่อสารไปยังผู้รับชม ซึ่งเป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของการโฆษณาที่จะทำให้ผู้ชมไม่เบื่อ ทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วมได้ง่าย จดจำเรื่องราวได้ง่ายขึ้น และสร้างการบอกต่อไปยังผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา จุงกลาง และขวัญจิรา เสนา (2563) ที่ได้ผลการศึกษาว่า การเน้นการกล่าวซ้ำในจำนวนโฆษณาทั้งในตัวอักษรและในเสียงพากย์เพื่อจะให้เกิดการจดจำได้มากขึ้น และการเน้นใช้ข้อความเปรียบเทียบในโฆษณาจะใช้เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้สึกในการใช้งานของสินค้า

4. โครงเรื่องและแก่นหลักของโฆษณาควรเน้นที่การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยที่มีความสวยงามซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนไทยและนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนหย่อนใจและชอบในสิ่งแปลกใหม่ที่น่าสนใจ โดยมีการสอดแทรกสัญลักษณ์ของความเป็นไทยที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเข้าใจง่ายที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และสังคมใกล้ตัว ซึ่งจะช่วยให้เกิดการติดตามและเป็นการสื่อสารทางการตลาดเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสริมศักดิ์ ขุนพล และพาริดา เจาะเาะ (2562) ที่กล่าวว่า การผลิตสื่อโฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีการเล่าเรื่องตามแนวคิดแบบฮอลลีวูด คลาสสิกยังคงใช้ได้ดี แต่ต้องดัดแปลงบทโฆษณาให้เข้าใจง่าย ดูไม่ซับซ้อน เข้ากับ

ยุคสมัยและสอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย อันส่งผลต่อการเลือกตัดสินใจเดินทางไปที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่สรุปได้ว่ารูปแบบเนื้อหาโฆษณาบางเรื่องไม่ได้มีการนำเสนอสัญลักษณ์ความเป็นไทยครบทั้ง 9 ประเภท และบางอย่างมีความซับซ้อนในการตีความหมาย ดังนั้นผู้สร้างโฆษณาทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวควรออกแบบเนื้อหาให้มีความครอบคลุมทุกด้านเพื่อสื่อสารความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และครบถ้วนทุกมิติ อีกทั้งยังเป็นการชูเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่มีความโดดเด่นแต่ละด้านเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นที่ยึดจำของนักท่องเที่ยว

2. จากผลการวิจัยที่สรุปว่าโครงเรื่องและแก่นเรื่องหลักของโฆษณาควรมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมของไทย ดังนั้นภาครัฐและเอกชนสามารถนำรูปแบบกลยุทธ์นี้ไปปรับใช้เป็นแนวทางการสร้างโครงเรื่องเนื้อหา และองค์ประกอบอื่นๆ ของโฆษณาทางการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตามมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวไทย และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยควรทำการศึกษาต่อจากการศึกษาครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นไปที่การเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมที่มีความลึกซึ้งมากขึ้นด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำวิดีโอโฆษณาคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และยังสามารถสำรวจและวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ชมโฆษณาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

2. การศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยควรใช้วิดีโอโฆษณาทางการท่องเที่ยวสำหรับตลาดต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อศึกษามุมมองด้านความเป็นไทยของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กิจติพงษ์ ประชาชาติ. (2563). การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อโฆษณาดิจิทัลส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวภูยจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารรัตนปัญญา*, 5(1), 51-66.
- ขวัญชีวา ไตรพิริยะ, สมสุข หินนิมาน, และ พีระ จิระโสภณ. (2561). การวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์และการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทยในโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 14(1), 83-95.
- ฐิตานันท์ ชัยเมฆิตกรมย์. (2560). การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มหางานสำหรับฟรีแลนซ์ออนไลน์: กรณีศึกษาแฟนเพจเฟซบุ๊ก Fastwork (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- พีรอนย์ บุญมา, และ วิโรจน์ สุทธิสีมา. (2561). การวิเคราะห์สัญญาของนักกีฬาในภาพยนตร์โฆษณาไทย. บทความนำเสนอ ณ การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 13 มหาวิทยาลัยรังสิต, กรุงเทพฯ.
- วีรพล เจียมวิสุทธิ. (2560). สัญลักษณ์กับการสื่อสารอัตลักษณ์ในตราเครื่องหมายสัญลักษณ์การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก. *Veridian E-Journal*, 10(1), 2077-2092.
- เสริมศักดิ์ ขุนพล, และ ฟารีดา เจาะเอาะ. (2562). การส่งเสริมทรัพยากรวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อภาพยนตร์โฆษณาของชุมชนระโนด จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(2), 231-243.
- อัจฉรา จุงกลาง, และ ขวัญจิรา เสนา. (2563). การใช้ภาษาในสื่อโฆษณารถยนต์ญี่ปุ่น: กรณีรถยนต์ TOYOTA PRIUS กับรถยนต์ HONDA FIT. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยรังสิต*, 15(2), 203-219.
- อุษา ศิลป์เรืองวิไล. (2561). เสน่ห์การท่องเที่ยวผ่านการวิเคราะห์ภาพถ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เผยแพร่ผ่านสังคมออนไลน์ภายใต้กรอบแนวคิดของสำนักสัญญาวิทยา: กรณีศึกษา กระบี่ กรุงเทพมหานคร โคราซ พัทยา และอยุธยา. *วารสารวิชามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 8(3), 70-86.
- Kotler, P., and Keller K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education.

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถ จังหวัดนครพนม
Gastronomy Tourism Potential of Atsamart Community,
Nakhon Phanom Province, Thailand

จิราภรณ์ พรหมเทพ¹ ดุษฎี ช้วยสุข¹

Chirabhorn Phomthep¹ Dudsadee Chuaysook¹

Corresponding's Email: chirabhorn@npu.ac.th¹, dudsadee@npu.ac.th¹

(Received: June 9, 2021; Revised: September 27, 2021; Accepted: November 22, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถ และเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และประชาชนชาวบ้านใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนอาจสามารถ จังหวัดนครพนม เป็นถิ่นที่อยู่ของชนเผ่าไทแสก มีเอกลักษณ์ ในด้านพื้นที่และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ มีทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ตัวเมือง มีการเดินทางที่สะดวกสบาย วัฒนธรรมการกินอาหารที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ มีแหล่งวัตถุดิบอยู่ในชุมชน และประเพณีไทแสกเด่นชัดที่โดดเด่น แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงควรมีการจัดทำองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน การสนับสนุนให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์และสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นชุมชนริมฝั่งแม่น้ำโขง ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การนำเอกลักษณ์ของในชุมชนมาเป็นจุดขายหลัก การฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีการถ่ายภาพ และการใช้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นในการบอกต่อเป็นเรื่องราวของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนอาจสามารถแก่นักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาหารพื้นถิ่น การท่องเที่ยวชุมชน

Abstract

The purpose of this research was to examine the potential regarding gastronomy tourism of the Atsamart community and to propose guidelines in promoting gastronomy tourism of the community as a tourist destination. The qualitative research methodology was employed through in-depth interviews and focus group discussions. The informants were the tourism-related representatives of the government and private sector, tourism entrepreneurs, and local philosophers. The data were analyzed by using content analysis.

The study has revealed that the Atsamart community Nakhon Phanom province is the habitation of the Tai Saek tribe indicating the geographical identity and way of life. The location is convenient to downtown. The eating culture relies on natural ingredients originated from the local community and the tradition of Tai Saek Ten Sak dance is remarkable. According to the guidelines for the development of gastronomy tourism potential, the creation of a body of knowledge about the local food representing the community's uniqueness is necessary. The food packaging design should be encouraged to be unique so that it can reflect the identity of local communities along the Mekong river. The relevant stakeholders need to provide support for product development and gastronomy tourism activities

¹ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม

¹ Lecturers, Tourism and Service Industry, Tourism and Service Industry and College, Nakhon Phanom University

considered to be the unique selling point. The training of photography technology and the use of value to local foods for storytelling are suggested for the gastronomy tourism potential of the Atsamart community.

Keywords: gastronomy tourism, local gastronomy, community-based tourism

ความเป็นมาของปัญหา

แนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เน้นการนำทรัพยากรที่มีในพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า และมีความยั่งยืน รวมทั้งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของพื้นที่ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” นับเป็นหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ด้วยอาหารนั้นคือหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว หรือกล่าวได้ว่าอาหารเป็นองค์ประกอบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการนำเสนอเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้ และยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Herrera, Herranz and Arilla, 2012; ภัทรพร พันธุ์, 2558) จากสถิติพบว่านักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มค่อนข้างสูง คิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายที่แหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) และมักจะค้นหาอาหารท้องถิ่นระหว่างการเดินทาง อย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยการลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าลงหันมาเพิ่มการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ประเทศไทยได้มีการผลักดันให้มีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยผ่านการปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรแบบ Smart Farming ตลอดจนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แนวทางการพัฒนาแบบ Thailand 4.0 ซึ่งกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพร้อมไปกับการพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร หรือ Food Innopolis โดยจะมุ่งเน้นประสบการณ์สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น แบบ Authentic Local Tourism และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็น

มิตรกับสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) เป็นการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน การกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ทั้งพื้นที่เมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ก่อให้เกิดเป็นการสร้างงานให้กับชุมชนผ่านการใช้ทรัพยากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผสานกับการ ต่อยอดเรื่องราวผ่านทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่ามีจุดเด่น เป็นที่นิยมของคนทั้งในและต่างประเทศ และมีภาครัฐทำหน้าที่ให้การสนับสนุนอย่างเหมาะสม (TAT Review, 2018) และในขณะเดียวกัน “อาหาร” คือหนึ่งในผลิตทางการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงมีความเกี่ยวข้องกับชุมชน อาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ ตัวอย่างเช่น ในประเทศมาเลเซีย นั้น การท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ดีมีคุณภาพในการส่งเสริมประเทศ ส่งผลให้ชุมชนมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ การท่องเที่ยวใน ชนบทมีส่วนร่วมในการบรรลุนโยบายของรัฐบาลในการสร้างโอกาสในการทำงาน และขจัดความยากจนในชุมชนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมองว่าเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน (Amir, Ghapar, Jamal and Ahmad, 2015) อีกทั้งการท่องเที่ยวชุมชนยังเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในประเทศกำลังพัฒนา โดยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นกลยุทธ์ในการลดความยากจน ทำให้ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ทักษะ และความตระหนักรู้ที่จำเป็น เพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ (Razzaq, Mohamad, Kader, Mustafad, Hadi, Hamzah and Khalifah, 2013)

ชุมชนอาจสามารถ จังหวัดนครพนม เป็นหนึ่งในสถานที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม เนื่องจากมีที่ตั้งที่อยู่ใกล้ตัวเมือง เดินทางสะดวกมีพื้นที่ติดแม่น้ำโขงสามารถมองเห็นทิวทัศน์ที่สวยงามของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ชุมชนอาจสามารถ มีชื่อเสียงเกี่ยวกับอาหารอร่อย บรรยากาศดี อีกทั้ง ชุมชนอาจสามารถ ยังเป็นถิ่นที่อยู่ของชนเผ่าไทแสก ซึ่งเป็นหนึ่งในแปดชนเผ่าที่สำคัญของจังหวัดนครพนม มีวิถีความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรมที่น่าสนใจ รวมทั้งวัฒนธรรมการกินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และในปัจจุบันชุมชนได้มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณี พร้อมกับพัฒนาพื้นที่ชุมชนอาจสามารถให้เป็นชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาเทคโนโลยีอาหาร การพัฒนาเทคโนโลยีสุขภาพ และการสร้างวิสาหกิจชุมชน (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2561)

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พร้อมทั้งเสนอทางเลือกในการพัฒนาให้ชุมชนอาจสามารถให้เป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างรายได้ในพื้นที่และเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมอาหารของชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถ
2. เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ แนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวชุมชน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนภาคีรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม ตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชน และประจักษ์ชาวบ้าน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวนทั้งสิ้น 12 กลุ่มตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสังเกต และการสนทนากลุ่ม โดยศึกษาในประเด็น 1) สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ชุมชนอาจสามารถ และ 2) ศักยภาพของพื้นที่ในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2 ประเด็น ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของชุมชนอาจสามารถ (SWOT analysis) และศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการสนทนากลุ่ม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (In-dept interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 12 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนตัวแทนผู้ประกอบการอาหารในชุมชนอาจสามารถ ตัวแทนผู้ประกอบการด้านที่พักและโฮมสเตย์ มัคคุเทศก์ ปรากฏชุมชน และตัวแทนของประชาชนในพื้นที่

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในกรอบการวิจัย เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนอาจสามารถ จังหวัดนครพนม

1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ชุมชนอาจสามารถ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนอาจสามารถนั้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา

จะเป็นกลุ่มเฉพาะที่มาเที่ยวเพื่อชิมรสชาติอาหารในชุมชน อาจสามารถ ซึ่งวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหาร คือ ปลาแม่น้ำโขงที่ชาวบ้านหาได้ และจากการเลี้ยงปลา ในกระชังริมแม่น้ำโขง โดยลักษณะเด่นของการเลี้ยงปลาของ ชุมชน คือเลี้ยงปลาในน้ำไหล เป็นการเลี้ยงในแม่น้ำโขงทำให้ รสชาติดีแตกต่างจากที่อื่นๆ ชุมชนอาจสามารถยังมีความ โดดเด่นในเรื่องของอาหาร ที่ทำจากปลาแม่น้ำโขง อาทิ เมนู ปลาจ่อม (ทำจากปลาเผา ปลาเริม และปลาคัง เป็นปลาที่หา ได้ง่ายในพื้นที่) ปลาเนื้ออ่อนทอด ปลาห่อพอยล์ แกงขนุนใส่ กระจุกอ่อนหนุ ปูแดงยัดไส้ (อั่วกะปู้) และเมี่ยงไทแสก (เมี่ยง ตาสวด) ซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่นที่ใช้วัตถุดิบในการประกอบ อาหารจากในชุมชนได้แก่ สมุนไพรท้องถิ่น เช่น ใบชะพลู กระหล่ำ หอมแดง พริกสด มะเขือเทศ มะเฟือง มะเดื่อ โดยที่ วัตถุดิบเหล่านี้ ต่างเป็นสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

1.2 ศักยภาพของพื้นที่ในการเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและ ภายนอกของชุมชนอาจสามารถ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของ ชุมชนอาจสามารถในการเป็นจุดหมายปลายทางของการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้

จุดแข็ง (S)

1) วัตถุดิบในการประกอบอาหารสามารถหาได้ง่าย ในชุมชน โดยคนในชุมชนเป็นเจ้าของ

2) มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ได้แก่ วัฒนธรรมการแต่งกายเป็นของตัวเองตามเอกลักษณ์ของ ไทแสก บ้านอาจสามารถ การสื่อสารที่ใช้ภาษาพื้นถิ่น (ภาษา แสก) และมีประเพณีแสกเด่นสาก ประเพณีกินเตรด และการ แข่งขันเรือยาว

3) ชุมชนมีอาหารประจำชนเผ่าที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ เมี่ยงตาสวด ปลาจ่อม

4) มีกลุ่มอาชีพที่หลากหลาย เช่น กลุ่มวิสาหกิจ การเลี้ยงปลาในกระชังน้ำโขง เกษตรกรรม งานหัตถกรรม กลุ่มร้านอาหารจ่อม ซึ่งมีแหล่งวัตถุดิบอยู่ในชุมชนที่สนับสนุน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

5) มีศาลโองมู่ ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจมาช้านานตาม ความเชื่อของชุมชนอาจสามารถ อีกทั้งยังมีศูนย์วัฒนธรรม (บ้านโบราณ) ที่รวบรวมเกี่ยวกับประวัติและเรื่องราวของ ชนเผ่าไทแสก

6) ทิวทัศน์ริมฝั่งโขงที่สวยงาม และบรรยากาศของ ชุมชนริมแม่น้ำโขงที่มีระเบียบ

7) ท่าเลที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เขตเมือง มีความ สะดวกสบายในการเดินทาง

8) ชุมชนอาจสามารถเป็นที่ตั้งของธุรกิจร้านอาหาร ท้องถิ่น ที่ยังคงเอกลักษณ์และบรรยากาศชุมชนริมฝั่งโขง จังหวัดนครพนม

9) ที่ตั้งของหมู่บ้านอยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งส่งผลให้มีโอกาสที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยว (ไทย/ลาว/เวียดนาม) เมื่อมีการเปิดรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ

จุดอ่อน (W)

1) ภาพลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นยังไม่มี ความโดดเด่น
2) งบประมาณในการสนับสนุนในการจัดการด้าน การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่เพียงพอ

3) คนในชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งยังมีความรู้เรื่องของการบริหาร จัดการเรื่องของการท่องเที่ยวที่ยังไม่เพียงพอ

4) ยังไม่มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่แน่นอน จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่ได้รับ ความนิยมมากนัก

5) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนยังมีเฉพาะ กลุ่มผู้นำและปราชญ์ของชุมชน

โอกาส (O)

1) นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยที่เน้น รูปแบบการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New normal) ภายใต้ กรอบเรื่อง Health & Hygiene, Safety & Security Domestic และ Sustainability ซึ่งเน้นเรื่องสุขอนามัย การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ วัฒนธรรม และอาหาร

2) เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารที่รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

อุปสรรค (T)

1) ภัยธรรมชาติ เช่น น้ำโขงลดปริมาณลง ส่งผลให้ออกซิเจนในน้ำลดลงทำให้ปลาตาย

2) การสร้างเขื่อนกั้นลำน้ำโขงของประเทศจีน ส่งผลให้น้ำโขงลดลง กระทบต่อคนในชุมชนที่มีอาชีพเลี้ยงปลาน้ำโขงในกระชัง

3) สถานการณ์เกี่ยวกับโรคระบาด COVID-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารในชุมชน

1.2.2 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 9 ด้าน

ในการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถ จังหวัดนครพนม ได้ประยุกต์แนวคิดจากการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ ญานณา บุญประกอบ, จักรวาล วงศ์มณี, สิริพร เขตเจนการ, และ โยธิน แสงวงดี (2560); การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560); Sormaza, Akmese, Gunes and Aras, (2016); Kivela & Crofts (2006); Sahin (2015); ÇaliŞkan and Yilmaz (2016) และ The World Tourism Organization (2016) และ ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ Lin, Pearson and Cai (2011); Harrington and Ottenbacher (2010); Onur and Onur (2016) และ Guzel and Apaydin (2016) ซึ่งได้ประยุกต์แนวคิดต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้

1) ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ด้านอาหารของท้องถิ่น

ชุมชนอาจสามารถเป็นชุมชนที่อยู่อาศัยริมแม่น้ำโขง ซึ่งมีชนเผ่าไทแสกออาศัยอยู่ในหมู่ที่ 5 และ 6 ถือได้ว่าเป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านชาติพันธุ์จาก 8 ชนเผ่าของจังหวัดนครพนม มีเอกลักษณ์ ด้านวิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งโขง ทั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ประเพณีวัฒนธรรม การแต่งกาย ภาษา รวมทั้งวิถีการกินอาหารที่ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชนเผ่า อัตลักษณ์ของอาหารชุมชนอาจสามารถคือกลิ่นอายของความเป็นอาหารพื้นบ้านของไทแสก กรรมวิธีการผลิตที่อาศัย ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วัตถุดิบที่ได้จากชุมชน เช่น ปลาจากแม่น้ำโขงที่ได้จากการประมงของคนในชุมชนที่ทำกระชังปลาในแม่น้ำโขงเพื่อเลี้ยงปลาจำหน่าย ทำให้เกิดรายได้ในชุมชน

อาหารของชุมชนที่ขึ้นชื่อ มีดังนี้

(1) เมี่ยงไทแสก (เมี่ยงตาสวด) วัตถุดิบ ทำจากปลาร้าปรุงสุก ปรุงรส เครื่องเคียงทำจาก สมุนไพรท้องถิ่นที่สามารถหาได้ในพื้นที่ เช่น ใบชะพลู กระหล่ำ หอมแดง พริกสด มะเขือเทศ มะเฟือง มะเดื่อ ขนมะจิ้น และแคบหมู ซึ่งชื่อของอาหารประเภทนี้เป็นลักษณะของการกินอาหารที่ต้องอ้าปากกว้างให้สามารถกินได้ จึงทำให้ลูกตาโตขึ้น เป็นภาษาที่ชาวไทแสกใช้เรียกเมี่ยงไทแสกว่า เมี่ยงตาสวด



ภาพที่ 1 เมี่ยงตาสวด

(2) ปลาจุ่มอาจสามารถ เป็นเมนูที่ขึ้นชื่อและสร้างชื่อเสียงให้กับชาวบ้านอาจสามารถ เพราะปลาจุ่มอาจสามารถคือต้นตำรับของอาหารประเภทนี้ ประกอบกับร้านอาหารปลาจุ่มที่บ้านอาจสามารถ มีจำนวน 10 ร้านให้เลือกชิม และราคาไม่แพง วัตถุดิบของเมนูปลาจุ่ม คือทำจากปลาเนื้ออ่อน เช่น ปลาเผา ปลาคัง เป็นต้น ซึ่งปลาที่เป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ชาวบ้านจะเลี้ยงเองทำให้เนื้อนุ่มรสชาติหวาน



ภาพที่ 2 ปลาจุ่ม

(3) ปลาห่อฟอยล์ เป็นเมนูที่ทำจากปลาเนื้ออ่อนปรุงด้วยเครื่องปรุงท้องถิ่นเช่น ตะไคร้ ใบมะกรูด ขิง ข่า เต้าเจี้ยว ห่อด้วยกระดาษฟอยล์ลวกสุกแล้วนำไปเผาไฟอ่อนซึ่งเมนูนี้เป็นเมนูที่ได้มีการปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตให้เป็นไปตามยุคสมัยปัจจุบัน



ภาพที่ 3 ปลาห่อฟอยล์

(4) แกงขนุนใส่กระดูกอ่อนหมู วัตถุดิบทำจากขนุนดิบกระดูกซี่โครงหมู ชนิดอ่อน ปรุงรสด้วยน้ำปลา ร้า และวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ตะไคร้ ใบมะกรูด

(5) ปูแดงยัดไส้ (อั่วกะปู้) วัตถุดิบ ทำจากปูแดง กุ้งเส้น ตะไคร้ ใบมะกรูด กะทิ พริกไทย



ภาพที่ 4 ปูแดงยัดไส้ (อั่วกะปู้)

ชุมชนอาจสามารถถือได้เป็นชุมชนที่มีคุณค่าทางเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่โดดเด่น มีการสืบทอดพิธีกรรมทางความเชื่อของชุมชน การแสดงของชุมชน ผ่านการจัดกิจกรรมของชุมชนอาจสามารถกลุ่มไทแสกทุกปี ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคมของทุกปี และถือได้ว่าเป็นประเพณีที่สำคัญของจังหวัดนครพนม นั่นคือ ประเพณี พิธีบวงสรวง “โองมู่” โดยมีการแสดง “แสกเต็นสาก” ซึ่งในการจัดกิจกรรม

และประเพณีดังกล่าว จะมีการนำอาหารที่มีในชุมชนมาเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของการจัดพิธีกรรมทางความเชื่อของชุมชน

2) ด้านความคุ้มค่าและปริมาณของอาหาร

พบว่า ราคาที่จำหน่ายนั้น มีราคาที่ไม่แพง สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม อีกทั้งปริมาณของอาหารที่มีจำนวนที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลให้ราคาในการจำหน่ายอาหารแก่นักท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบอยู่ในพื้นที่ไม่ต้องมีการหาซื้อจากภายนอกทั้งหมด และวัตถุดิบที่มีอยู่นั้นก็เป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ

3) ด้านแหล่งวัตถุดิบ

แหล่งวัตถุดิบหลักมาจากชุมชน และพ่อค้าคนกลาง วัตถุดิบหลักที่มาจากชุมชน ได้แก่ ปลาจากแม่น้ำโขง พืชผักสมุนไพรพื้นบ้าน และของป่าที่ชาวบ้านเข้าไปหาของป่าตามฤดูกาล และชุมชนยังมีการประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมและการเพาะเลี้ยงปลาน้ำโขงในกระชัง ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบหลักและมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายในชุมชนได้มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจเพาะเลี้ยงปลาน้ำโขง เพื่อไว้จำหน่ายให้กับร้านอาหารในพื้นที่และร้านอาหารใกล้เคียง จึงทำให้ชุมชนได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มีความสดใหม่ตลอดการให้บริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งคนในชุมชนยังนิยมปลูกผักปลอดสารพิษไว้รับประทานและจำหน่ายด้วย

4) ด้านผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ชุมชนบ้านอาจสามารถมีการรวมกลุ่มในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ รวมทั้งการสั่งซื้อวัสดุบางส่วนจากภายนอกชุมชน ซึ่งการรวมกลุ่มนี้ ได้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนในรูปแบบขายส่งและขายปลีก ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พวงกุญแจ นกแสก กระเป๋านกแสก รวมทั้งยังมีผลิตภัณฑ์อาหารในบางฤดูกาล เช่น น้ำพริกต่างๆ เป็นต้น

5) ด้านที่พักแรม

ชุมชนบ้านอาจสามารถมีที่พักแบบโฮมสเตย์ทั้งหมด 5 หลัง และสามารถพักได้หลังละ 10 คน รองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 50 คน โดยมี 3 หลังที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ปี 2558-2561 นอกจากนี้ในบริเวณใกล้เคียงชุมชนยังมีโรงแรมขนาดใหญ่เปิดให้บริการ

6) ด้านกิจกรรมในรูปแบบเฉพาะ และกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ชุมชน มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ผูกแขนบายศรี เป็นวัฒนธรรมของชาวไทยแสดเมื่อมีผู้มาเยี่ยมเยือนในหมู่บ้านของตนเองจะเป็นการทำพิธีเพื่อเป็นการต้อนรับแก่ผู้มาเยือนและแสดงถึงวัฒนธรรมที่เป็นมาและสืบต่อกันมาตั้งแต่อดีต กิจกรรมการศึกษาวัฒนธรรมของชาวไทยแสด กิจกรรมชมการสาธิตการประกอบอาหารจากปลาแม่น้ำโขง กิจกรรมชมการสาธิตแสดต้นสาก เป็นการเดินบวงสรวงโองมู่ การเยี่ยมชมสวนสมุนไพร การเยี่ยมชมการสาธิตการทำพวงกุญแจ กิจกรรมการสาธิตการทำเมี่ยงไทแสดหรือ “เมี่ยงตาสวด” นอกจากนี้ยังมีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวแหล่งอื่นๆ ใกล้เคียงได้หลายแหล่ง เป็นเส้นทางจักรยานของจังหวัดนครพนม ประกอบกับเป็นพื้นที่ตั้งของสะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม – คำม่วน) แต่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

7) ด้านประสบการณ์ที่ได้รับ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การร่วมกิจกรรมสาธิต การทำเมี่ยงตาสวดร่วมกับคนในชุมชน นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินอาหารของชุมชน ความรู้เกี่ยวกับสรรพคุณของวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร ระหว่างการร่วมกิจกรรม นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ดี และเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อของชุมชนอาจสามารถไทแสดที่มีความเกี่ยวข้องของวัฒนธรรมการกินและความเป็นอยู่จากปราชญ์ของชุมชน รวมทั้งการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งโขง

8) ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนออาหาร

พบว่า ยังไม่มีความโดดเด่นมากนัก เช่น เมนูปลาจุ่มเพื่อความสะดวกและรวดเร็วจึงใช้หม้อไฟฟ้าในการให้บริการนักท่องเที่ยว การจัดวางอาหารยังไม่มีความแปลกใหม่ ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เมนูเมี่ยงตาสวด เป็นเมนูที่ถือว่ามี ความโดดเด่น ซึ่งชุมชนมีความพยายามใช้วัสดุจากธรรมชาติ ในการตกแต่งจานอาหารเพื่อให้สะดุดตา แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในภาพรวมยังถือว่ามี ความโดดเด่น แต่อย่างไร ก็ควรจะมีการพัฒนาในด้านภาพลักษณ์ของอาหารเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

9) ด้านการคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงสถานที่

การเดินทางไปยังชุมชนอาจสามารถ มีความสะดวกสบาย เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เขตเมือง และถนนสายหลักของจังหวัดนครพนม พร้อมทั้งมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางด้วยตนเองทั้งแบบส่วนตัวและเป็นหมู่คณะ และนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการรถเช่าเพื่อเดินทางไปยังชุมชนได้ โดยเลือกใช้บริการรถเช่าในท่าอากาศยานนครพนม ทั้งในรูปแบบเช่าเฉพาะรถยนต์ และเช่ารถพร้อมคนขับ

2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จากการศึกษาข้อมูลและศักยภาพของชุมชนอาจสามารถในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นควรมีการพัฒนาศักยภาพในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการให้เกิดคุณภาพและคุณค่า เพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างชุมชนในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งมีแนวทางดังนี้

1) การจัดทำองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนอาจสามารถ เพื่อเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารของชุมชน จัดทำแหล่งเก็บข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างทั่วถึงและไม่สูญหาย

2) ควรมีการใช้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นในการบอกต่อเป็นเรื่องราว (Story telling) ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนอาจสามารถ

3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของอาหารควรที่จะใช้ความเป็นเอกลักษณ์ที่มีของชุมชนและสื่อความเป็นชุมชนริมฝั่งแม่น้ำโขง รวมทั้งการนำศิลปะการตกแต่งจานอาหารมาประยุกต์ใช้กับอาหารของชุมชนที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว ใช้อุปกรณ์ให้กลมกลืนกับสภาพของท้องถิ่น เช่น ใช้หม้อดินแทนการใช้หม้อไฟฟ้า จานใส่อาหารนำไปตกแต่ง ตกแต่ง หรือใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น เพื่อนำเสนออาหารพื้นถิ่นแก่นักท่องเที่ยวผ่านความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในการรับประทานอาหารของชุมชนอาจสามารถอย่างแท้จริง

4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดประชุม สัมมนา หรือการจัดงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการประสานความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม ให้เกิดการทำงานร่วมกัน

5) การส่งเสริมความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน รวมทั้งการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีการถ่ายภาพ เพื่อให้ผู้ประกอบการอาหารในชุมชนได้ใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ การรีวิวอาหารผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เป็นการขยายฐานตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนมด้วย

อภิปรายผล

ชุมชนอาจสามารถเป็นหนึ่งในถิ่นที่อยู่ของกลุ่มชนเผ่าไทแสกในจังหวัดนครพนม เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีประวัติความเป็นมาเก่าแก่ มีเอกลักษณ์ด้านประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อที่ยังคงอยู่โดดเด่นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว วัฒนธรรม มีอัตลักษณ์ ด้านอาหารของท้องถิ่น ประกอบด้วย วัฒนธรรมการกินที่สืบทอดกันมา มีอาหารพื้นเมืองและอาหารชนเผ่าไทแสก รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทิวทัศน์ริมฝั่งโขงที่สวยงาม และบรรยากาศของชุมชนริมแม่น้ำโขง ที่มีการจัดระเบียบ นับเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามา สอดคล้องกับการศึกษาของพิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน จะต้องมียุทธศาสตร์ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับ Harrington and Ottenbacher (2010) กล่าวว่า การเลือกพื้นที่ที่จะเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ด้านอาหารนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์หรือองค์ประกอบด้านวัฒนธรรม อันได้แก่ ประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ ประเพณี และความเชื่อ และชุมชนอาจสามารถยังเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบของตนเองในพื้นที่ทั้งกระซังเลี้ยงปลาในแม่น้ำโขงพื้นที่เกษตรกรรมริมฝั่งแม่น้ำโขง รวมทั้งมีที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Guzel and Apaydin (2016) ที่กล่าวว่าเมืองที่มีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีองค์ประกอบในด้านที่พักในชุมชน ด้าน

เกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นั้นยังต้องมีการพัฒนาโดยจะต้องใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหลักเกณฑ์ในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังที่ ญาณภา บุญประกอบ และคณะ (2560) และชมพูท ภาณุภาส, ปัญญาพร ธนาวิธานันท์ และกึ่งกนก เสาวภาวงศ์ (2564) ที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์อาหารว่า ควรจะมีการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ดีให้นักท่องเที่ยว โดยวิธีการนี้เป็นการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนไปพร้อมๆ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ด้านกิจกรรมในรูปแบบเฉพาะ และกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า ชุมชนอาจสามารถ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ของชุมชน มีกิจกรรมที่หลากหลาย และยังให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้าน อันได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน สอดคล้องกับ ภัทรพร พันธุ์ (2558) ที่กล่าวถึงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นจะต้องใช้แนวคิดประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการนำมาเป็นหลักในการจัดกิจกรรม และด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการที่นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกิดจากเอกลักษณ์ของชุมชนอาจสามารถ พบว่า สอดคล้องกับ Kivela and Crotts (2006) ที่กล่าวว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวและการเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมอาหาร เกิดจากวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น และมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมอาหาร และภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Bertan (2020) กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะต้องมีความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศ บุคลากร ส่วนผสม การนำเสนออาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบที่น่าสนใจ และผลิตภัณฑ์ของร้านอาหาร

แนวทางในการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนอาจสามารถ อันได้แก่ 1) การจัดทำองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน 2) การบอกต่อเป็นเรื่องราว (Story telling) ซึ่งทั้ง 2 ประเด็นนี้สอดคล้องกับการศึกษา

ของภูานภา บุญประกอบ และคณะ (2560) ศรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสสา โกเศษะโยธิน (2560) ที่กล่าวถึง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่า ควรจะมีการ นำแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์มาปรับใช้ การสร้างความร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่ โดยทำเชื่อมโยงใน ลักษณะของกลุ่มวิสาหกิจ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ รวมทั้งการ พัฒนาลิขสิทธิ์ด้านการท่องเที่ยวและบริการให้เกิดคุณค่า และชุมชนสามารถรักษาบรรยากาศ สภาพแวดล้อม วิถีชีวิต ดั้งเดิม คงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้ 3) การออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ของอาหารควรที่จะใช้ความเป็นเอกลักษณ์ที่มี ของ ชุมชนและสื่อความเป็นชุมชนริมฝั่งแม่น้ำโขง สอดคล้องกับ กฤติยา แก้วสะอาด (2564) ที่กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ จะต้องมีการวิเคราะห์และนำอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่มา ใช้ รวมทั้งการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาที่เป็น รากฐานของชุมชน เป็นการสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน และประเทศได้ และอาจก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ ที่สร้างศักยภาพให้คนในชุมชนได้มีอาชีพ มีรายได้เพิ่มขึ้นได้ อย่างยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้แนวทางในการให้ความรู้ด้าน เทคโนโลยีกับผู้ประกอบการหรือคนในชุมชน ยังสอดคล้องกับ Razzaq et al. (2013) ที่กล่าวว่าหนึ่งในบทบาทการพัฒนา การท่องเที่ยวคือการพัฒนาด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ความรู้ ทักษะ และความตระหนักรู้ของคนในท้องถิ่นได้รับการพัฒนา ผ่านแนวทางการเรียนรู้จากประสบการณ์อย่างแท้จริง

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็นตาม วัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน พบว่า ชุมชนอาจสามารถ จังหวัดนครพนม เป็นหนึ่งในพื้นที่ ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นชุมชนที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ไทแสก อาศัยอยู่ มีทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ตัวเมือง การเดินทางสะดวกสบาย มีวัฒนธรรมการกินอาหารที่เป็นรูปแบบเฉพาะตัวแหล่งวัตถุดิบ จากธรรมชาติและการผลิตของคนในพื้นที่ ทำให้วัตถุดิบ มีความสดใหม่ และปลอดภัย อาหารขึ้นชื่อได้แก่ เมี่ยงไทแสก หรือเมี่ยงตาสวด ปลาจุ่มอาจสามารถ และปลาห่อพอยล์ ประเพณีที่มีความโดดเด่น คือ ประเพณีแหกเต็นสาก

2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนอาจสามารถ ควรจะพัฒนาให้ชุมชนเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการพัฒนาด้านการนำเสนออาหาร ให้มีภาพลักษณ์ที่แปลกใหม่ กลมกลืนกับสภาพของชุมชน เพื่อสร้างจุดขายที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทแสก รวมทั้งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยบูรณาการ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เชิงอาหารในเขตจังหวัดนครพนม
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงทางการ ท่องเที่ยวที่หลากหลายในเขตจังหวัดนครพนม เพื่อให้เกิด เส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานด้าน การท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เชิงอาหารในภาพรวมต่อไป
4. การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินของกลุ่มชนเผ่า ในจังหวัดนครพนม เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการผลิตผลงาน วิชาการ ประจำปีงบประมาณ 2563 จากวิทยาลัยการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (20 กรกฎาคม 2561). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564*. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=312&filename=index
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กฤติยา แก้วสะอาด. (2564). ภาพประกอบสู่การสร้างสรรค ผลิตภัณท์ของที่ระลึกกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้ง. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(57). 1-9.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (24 กรกฎาคม 2560). *Food Will Keep Us Alive*. TAT Review. สืบค้นจาก: <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017>
- ชมพูนุท ภาณุภาส, ปัญจพร ธนาวิชานันท์ และกิ่งกนก เสาวภาวงศ์. (2564). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามอัตลักษณ์พื้นที่นครแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 27(2). 46-61.
- ญาณภา บุญประกอบ, จักรวาล วงศ์มณี, สิทธิพร เขตเจนการ และโยธิน แสงวงดี. (2560). อาหารพื้นถิ่นกับกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครึ่ง จังหวัดชัยนาท. *วิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(ฉบับพิเศษ). 93-108.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกโคกรัง จังหวัดพังงา. *Veridian E-Journal*, 7(3). 653-665.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *เทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27-37.
- สริตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสสา โกเศยะโยธิน. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. *วารสารวิจัยและการพัฒนา มหาวิทยาลัย นราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(2). 184-195.
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (24 มิถุนายน 2561). จังหวัดนครพนมร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มหาวิทยาลัยศิลปากร สร้างชุมชนต้นแบบ ไทแสกโมเดลรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่. สืบค้นจาก http://thainews.prd.go.th/website_th/news/print_new/TNSOC61061400168
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ปี 2560 - 2564*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- Amir, A.F., Ghapar, A. A., A. Jamal, S., and Ahmad, K. N. (2015). Sustainable tourism development: A study on community resilience for rural tourism in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168(1), 116-122. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.10.217
- Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 21(1), 1-5. doi: 10.1016/j.ijgfs.2020.100232
- Çalişkan, O., and Yilmaz, G. (2016). *Gastronomy and Tourism*. Global Issues and Trends in Tourism, Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Valentina-Albanese/publication/314594718_Opinion_Mining_to_Analyze_Perception_of_a_Touristic_Destination/links/58c398d6aca272e36dd04f11/Opinion-Mining-to-Analyze-Perception-of-a-Touristic-Destination.pdf
- Guzel, B. and Apaydin, M. (2016). *Gastronomy Tourism: Motivations and Destinations*. Global Issues and Trends in Tourism. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/312914762_Gastronomy_Tourism_Motivations_and_Destinations
- Herrera, C. F., Herranz, B. J., and Arilla, J. M. P. (2012). *Gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world*. Madrid, Spain.: World Tourism Organization Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/283579436_Gastronomy's_importance_in_the_development_of_tourism_destinations_in_the_world_Ref_Revista_Global_Report_on_Food_Tourism_AM_Reports_Volume_four_World_Tourism_Organization_UNWTO_2012_pp_6-9

- Harrington, R. J., and Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism: A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32. doi: 10.1080/15428052.2010.490765
- Kivela, J. and Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality and tourism research*, 30(3), 354-377. doi: 10.1177/1096348006286797.
- Onur, N., and Onur, F. (2016). *Potential of Gastronomy Tourism within Culture Tourism and Developing*. Global Issues and Trends in Tourism, Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Valentina-Albanese/publication/314594718_Opinion_Mining_to_Analyze_Perception_of_a_Touristic_Destination/links/58c398d6aca272e36dd04f11/Opinion-Mining-to-Analyze-Perception-of-a-Touristic-Destination.pdf#page=479
- Razzaq, A. R. A., Mohamad, N.H., A.Kader, S. S. S., Mustafad, M. Z. M., Ab.Hadi, M.Y., Hamzah, H. and Khalifah, Z. (2013). Developing Human Capital for Rural Community Tourism: Using Experiential Learning Approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93(1), 1835-1839. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.126
- Sahin, G. G. (2015). Gastronomy Tourism as an Alternative Tourism: An Assessment on the Gastronomy Tourism Potential of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(9), 79-105.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Güneş, E., and Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 3, 725- 730. doi: 10.1016/S2212-5671(16)30286-6.
- The World Tourism Organization. (2016). *UNWTO Gastronomy Network Action Plan 2016-2017*. Retrieved from https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/46789/gastronomy_action_plan_print_2_es_web_0.pdf
- TAT Review. (2018). *Tourism Go Local ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต*. สืบค้นจาก <https://www.Tatreviewmagazine.com/article/tourism-go-local/>
- Lin, Y. C., Pearson, T. E., and Cai, L. A. (2011). Food as a form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective. *SAGE Journals*, 11(1), 30-48. doi: 10.1057/thr.2010.2

การประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยว
ในอุทยานแห่งชาติแม่ง่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน
Tourism Attraction Carrying Capacity Assessment
in Mae Ngao National Park, Mae Hong Son Province

ชวลิต อภิหิรัญตระกูล^{1*} ต๋อลารพ์ คำโย²

Chawalit Aphihirantrakun^{1*} Torlarp Kamyo²

Corresponding author's E-mail: tak_6066@hotmail.com¹, torlarp66@yahoo.com²

(Received: July 6, 2021; Revised: September 13, 2021; Accepted: November 10, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่ง่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในอุทยานแห่งชาติแม่ง่า โดยได้ทำการศึกษา ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา และด้านสังคมจิตวิทยา จากการศึกษ พบว่า ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 94,365 คน/ปี ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 316,629 คน/ปี และจากสถิติจำนวน นักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560-2563 พบว่าในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 9,217 คน คิดเป็นร้อยละ 9.77 ของขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ และร้อยละ 2.91 ของขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งมีผลกระทบน้อยหรือจำนวนนักท่องเที่ยวยังต่ำกว่าขีดความสามารถในการรองรับได้ ทั้ง 2 ด้านนี้ สำหรับขีด ความสามารถในการรองรับได้ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา พบว่า การปกคลุมของรากไม้ไผ่ล้อยู่ที่ร้อยละ 34.62 ซึ่งระดับความ รุนแรงของรากไม้ไผ่ล้อยู่ในระดับปานกลาง และการ ปกคลุมของพันธุ์พืชได้ทำการศึกษารณนี้ไม่พุ่ม พบว่า ปลายสาน (*Eurya acuminata* DC.) มีผลกระทบมาก และกะอวม (*Acronychia pedunculata* (L.) Miq.) มีผลกระทบรุนแรง สำหรับกรณี้กล้าไม้ (Seedling) พบว่า *Litsea* sp. มีผลกระทบมาก และข้าวสารป่า (*Pavetta tomentosa* Roxb. ex Sm.) มีผลกระทบรุนแรง และขีด ความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยา พบว่า การรับรู้ถึงความรู้สึกแออัดต่อการมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่ง่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีค่าร้อยละ 14.70 ซึ่งมีผลกระทบอยู่ระดับน้อยหรือจำนวนนักท่องเที่ยวไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับ ได้ด้านสังคมจิตวิทยานี้ด้วย

คำสำคัญ: การประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ การท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติแม่ง่า

Abstract

This research aimed to assess the carrying capacity of tourist attractions in Mae Ngao National Park, Mae Hong Son Province. For supporting the number of of tourists who come to use the service within the Mae Ngao National Park. Data collection was conducted by assessing the physical carrying capacity, facility carrying capacity, ecological carrying capacity and social-psychological carrying capacity. From the study, it was found that physical carrying capacity can accommodate 94,365 persons/year. Facility carrying capacity can accommodate 316,629 persons / year. From the statistics of the number of tourists from 2560-2563, it was found that in 2561, the number of tourists was the most at 9,217 persons. Accounted for 9.77 percent of physical carrying capacity. And 2.91% of the facility carrying capacity. Which has little impact or the number of tourists is still lower than the carrying capacity both

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการป่าไม้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ - แพร่ เฉลิมพระเกียรติ, แพร่

² อาจารย์ประจำสาขาเกษตรป่าไม้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ - แพร่ เฉลิมพระเกียรติ, แพร่

¹ Master's Candidate, Forest management, Maejo University Phrae Campus, Phrae

² Lecturer, Department of Agroforestry, Maejo University Phrae Campus, Phrae

of two these sides. For bio-physical or ecological carrying capacity found that root cover emerged at 34.62%. This was at a medium level of root exposure severity. The vegetation cover studied from sapling showed that *Eurya acuminata* DC. was highly impacted while *Acronychia pedunculata* (L.) Miq. was impacted at a severe level. In the case of seedling, it was found that *Litsea* sp. was at a high level of impact, and *Pavetta tomentosa* Roxb. ex Sm. was at a severe level of impact. Lastly, the results of social-psychological carrying capacity assessment collected by using questionnaire revealed. That the informants perceived the crowding of tourist visiting at Mae Ngao National Park at a low level (14.70%). The number of tourists does not exceed the social-psychological carrying capacity.

Keywords: carrying capacity assessment, tourism, Mae Ngao national park

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติกำลังเป็นที่นิยม โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติ จากสถิตินักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ ประจำปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 20,819,396 คน (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2562) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาประกอบกิจกรรมต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อพื้นที่และระบบนิเวศจนทำให้เสื่อมโทรมลงไป ดังนั้น การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ (Carrying Capacity: CC) ก็เพื่อกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมและไม่กระทบกับพื้นที่หรือระบบนิเวศนั้นๆ มากจนเกินไป

อุทยานแห่งชาติแม่เงา มีเนื้อที่ 139,242 ไร่ ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย โดยในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอยู่เป็นประจำ ทั้งนี้ อุทยานแห่งชาติแม่เงายังไม่มีแผนการจัดการพื้นที่ในการประกอบกิจกรรมนันทนาการ (Resource management) และการจัดการจำนวนนักท่องเที่ยว (Visitor management) ที่เข้ามาใช้ประโยชน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพื้นที่และระบบนิเวศในอุทยานแห่งชาติแม่เงา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เพื่อประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติแม่เงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษาประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงา ตำบลแม่สวด อำเภอสบเมย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 90% (ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 10% หรือ 0.10) ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 99 คน แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ในช่วงทำการศึกษา มีนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงาน้อยลงทำให้สามารถเก็บแบบสอบถามได้เพียง 41 คน

3. เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้แนวคิดการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ 4 ด้าน ดังนี้

3.1 ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity: PCC) เป็นการพิจารณาพื้นที่การใช้ประโยชน์กิจกรรมนันทนาการปัจจัยชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การใช้ประโยชน์กิจกรรมนันทนาการ ได้พิจารณาตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ เพื่อหาจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่พื้นที่สามารถรองรับการใช้ประโยชน์ (บันลือศักดิ์ วงษ์ภักดี, 2552) ในการศึกษาวิจัยนี้ใช้ตัวชี้วัด 2 ปัจจัย คือ พื้นที่ เล่นน้ำ และเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่ามอнокข้าว-คอยปุยหลวง เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมและมีการใช้ประโยชน์ของพื้นที่มาก ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ในอนาคต

3.2 ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility Carrying Capacity: FCC) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกับชีตความสามารถด้านการจัดการ หมายถึง ถนน ที่จอดรถ บ้านพัก เป็นต้น เกี่ยวกับการระบบการจัดการและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปกติจะสามารถขยายชีตความสามารถประเภทนี้เพิ่มมากขึ้นได้ แต่ต้องคำนึงถึงชีตความสามารถด้านอื่นๆ เช่น ด้านนิเวศและคุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยวด้วย (อารีรัตน์ ภาคพิชญเจริญ, 2548) อุทยานแห่งชาติแม่เงาจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักค้างแรมระหว่างเดินทางเพื่อจะไปต่อยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในการศึกษาวิจัยนี้ใช้ตัวชี้วัดอยู่ 3 ปัจจัย ได้แก่ ห้องน้ำ-ห้องสุขา ลานจอดรถ และลานกางเต็นท์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยว

3.3 ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา (Bio-physical or Ecological Carrying Capacity, ECC) เป็นการประเมินถึงระดับกิจกรรมนันทนาการและการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง ที่แหล่งนันทนาการสามารถรองรับได้โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบกับทรัพยากรชีวภาพและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ (พิมพัลภัส ชันหลวง, 2545) เป็นการศึกษาถึงความสามารถในการรองรับได้ โดยไม่เกิดอันตรายหรือผลเสียหายถาวรต่อระบบนิเวศนั้นๆ (ดรรชนี เอมพันธุ์, 2546) ในการเดินป่าเพื่อการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อรากไม้และพันธุ์พืชบริเวณริมทางเดิน การศึกษาวิจัยนี้จึงใช้ตัวชี้วัดอยู่ 2 ปัจจัย ได้แก่ การปกคลุมของรากไม้ไผ่ และการปกคลุมของพันธุ์พืช

3.4 ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านสังคมจิตวิทยา (Social-Psychological Carrying Capacity: SPCC) เป็นการมุ่งเน้นการกำหนดการยอมรับได้ของการใช้ประโยชน์ที่มีผลกระทบจากการพบปะผู้คนอื่นๆ ในขณะที่ประกอบกิจกรรม ปริมาณของการพบปะทำให้รู้สึกแออัดหรือไม่ ความแออัด คือ การแสดงถึงการรับรู้หรือความรู้สึกที่มีต่อความหนาแน่นของจำนวนคนต่อพื้นที่บริเวณใดบริเวณหนึ่ง (นิอรจิตตรง, 2560) การศึกษานี้ใช้ปัจจัยชี้วัดด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติแม่เงา โดยใช้เกณฑ์ด้านความพึงพอใจ ความรู้สึกแออัด และความรู้สึกไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อทำการประเมินจากระดับผลกระทบเป็นร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวหรือจำนวนแบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (PCC) เป็นการคำนวณหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่นันทนาการนั้นๆ ได้แก่ พื้นที่เล่นน้ำและเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าภายในอุทยานแห่งชาติแม่เงาสามารถหาค่าได้ดังนี้

$$PCC = (A \times Rf)/a$$

A = จำนวนเนื้อที่ซึ่งสามารถใช้รองรับกิจกรรมนันทนาการนั้นๆ

a = จำนวนเนื้อที่ที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้เพื่อประกอบกิจกรรม (ตร.ม./คน)

Rf = จำนวนรอบที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถเปิดให้ใช้ประโยชน์ได้ในเวลาที่กำหนด Rf สามารถคำนวณได้จากจำนวนเวลาที่เปิดให้ใช้ประโยชน์ (TT) ต่อเวลาที่ต้องใช้ในการประกอบกิจกรรมแต่ละครั้ง (Ta) ดังนี้

$$Rf = TT/Ta$$

โดยจำแนกผลกระทบไว้ 3 ระดับ คือ ระดับน้อยมีนักท่องเที่ยวเข้าใช้พื้นที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ระดับปานกลางมีนักท่องเที่ยวเข้าใช้พื้นที่ระหว่างร้อยละ 50-80 และระดับมากมีนักท่องเที่ยวเข้าใช้พื้นที่มากกว่าร้อยละ 80 (Kongkaew, Butrat, Pongsuwan, and Boupech, 2013)

4.2 ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (FCC) คำนวณได้จากรอบการใช้ประโยชน์กับจำนวนหรือขนาดพื้นที่ในการใช้ประโยชน์ของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นๆ หรือต่อหน่วยชนิดของการใช้ประโยชน์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลห้องน้ำ – ห้องสุขา และพื้นที่ลานจอดรถ (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2549) ดังนี้

4.2.1 ห้องน้ำ – ห้องสุขา

FCC ห้องสุขา (คน/วัน) = จำนวนรอบการใช้ประโยชน์ (รอบ/วัน) × จำนวนห้องสุขา

4.2.2 พื้นที่ลานจอดรถ

FCC พื้นที่ลานจอดรถ (คนต่อวัน) = จำนวนนักท่องเที่ยว (คนต่อรอบ) × จำนวนรอบในการชม (รอบต่อวัน)

สำหรับลานกางเต็นท์ (บันลือศักดิ์ วงษ์ภักดี, 2552) ดังนี้

4.2.3 ลานกางเต็นท์

FCC พื้นที่ลานกางเต็นท์ (คนต่อวัน) = [ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.) ÷ ค่ามาตรฐาน 10 ตร.ม./เต็นท์] × 3 คน/เต็นท์

โดยนำ FCC ที่ได้มาคำนวณหาร้อยละของผลกระทบ และจำแนกผลกระทบของ FCC ไว้ 4 ระดับ คือ 1) ระดับมีผลกระทบน้อย มีร้อยละการใช้ประโยชน์น้อยกว่า 50 2) ระดับผลกระทบปานกลาง มีร้อยละการใช้ประโยชน์เท่ากับ 50-80 3) ระดับผลกระทบมากมีร้อยละการใช้ประโยชน์เท่ากับ 81-100 และ 4) ระดับผลกระทบรุนแรงมีร้อยละการใช้ประโยชน์มากกว่า 100 (Kongkaew et al., 2013)

4.3 ซีดความสามารถในการรองรับได้ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา (ECC) ในการศึกษาวิจัยนี้มีปัจจัยชี้วัด 2 ปัจจัย คือ

4.3.1 การปกคลุมของรากไม้ไผ่ (% RtExp) ทำการศึกษาในเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว- ดอยปู่หลาง โดยการสุ่มวางแปลงโดยใช้ตาข่ายลวด ขนาด 50 x 50 ซม. (400 ช่อง ขนาดช่องละ 2.5 x 2.5 ซม.) โดยทำการวางแปลงห่างกัน 250 ม. และคำนวณร้อยละการปกคลุมของรากไม้ไผ่ (% RtExp) แต่ละช่วง 250 ม. ที่สุ่มตัวอย่าง (หิรัญ หิรัญรัตนพงศ์ และคณะ, 2560) โดยวิเคราะห์ข้อมูลดังสมการ (Bateson and Hui, 1992) ดังนี้

$$\% \text{ RtExp} = \left(\frac{\text{พื้นที่รากไม้} / \text{พื้นที่ทางเดิน}}{\text{พื้นที่ทางเดิน}} \right) \times 100$$

$$= \frac{\text{AvgRtWd} \times \text{NetWd} \times \text{NoRtMet}}{\text{NoTrailMet} \times \text{MetArea}} \times 100$$

โดยที่ % RtExp คือ ร้อยละการปกคลุมของรากไม้ไผ่

AvgRtWd คือ ขนาดของรากไม้เฉลี่ย

NetWd คือ ความกว้างของตาข่ายลวดแต่ละช่อง (0.025 ม.)

NoRtMet คือ จำนวนช่องตาข่ายที่พบรากไม้ (ตร.ม.)

NoTrailMet คือ จำนวนช่องของตาข่ายทั้งหมดเท่ากับ (จำนวนแปลง x 400 ช่อง)

MetArea คือ พื้นที่ของตาข่ายแต่ละช่อง (0.025 x 0.025 ตร.ม.)

โดยจำแนกผลกระทบไว้ 3 ระดับ คือ 1) ระดับมีผลกระทบน้อยถึงไม่มีผลกระทบมีร้อยละการปกคลุมของ

รากไม้ไผ่น้อยกว่าร้อยละ 25 2) ระดับผลกระทบปานกลางมีร้อยละการปกคลุมของรากไม้ไผ่ เท่ากับร้อยละ 25-50 3) ระดับผลกระทบรุนแรง มีร้อยละการปกคลุมของรากไม้ไผ่มากกว่าร้อยละ 50 (หิรัญ หิรัญรัตนพงศ์ และคณะ, 2560)

4.3.2 การปกคลุมของพันธุ์พืช โดยการวางแปลงขนาด 4x4 ม. สำหรับไม้หนุ่ม (Sapling) ที่มีความโตเส้นผ่าศูนย์กลางที่ความสูงระดับอก (130 ซม.) (Diameter at Breast Height: DBH.) น้อยกว่า 4.5 ซม. ความสูง 130 ซม. ขึ้นไป วางแปลงตัวอย่างขนาด 1 x 1 ม. สำหรับกล้าไม้ (Seedling) ที่มีความสูงน้อยกว่า 130 ซม. จำนวนอย่างละ 6 จุด โดยจำแนกเป็นแปลงที่อยู่บริเวณริมเส้นทางจำนวน 3 แปลงต่อจุด และแปลงป่าธรรมชาติที่อยู่ห่างจากเส้นทางเดินเข้าไปประมาณ 10 ม. จำนวน 3 แปลงต่อจุด เพื่อศึกษา ติดตามการเปลี่ยนแปลงของค่าความสำคัญของพันธุ์พืช (เฉพาะค่ารวมของค่าความถี่สัมพัทธ์และความหนาแน่นสัมพัทธ์) ของแต่ละชนิด เพื่อใช้ตัวชี้วัดผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชนิดนั้นๆ โดยจำแนกผลกระทบเป็น 4 ระดับ คือ 1) ผลกระทบน้อย ระดับผลกระทบน้อยกว่า ร้อยละ 25 2) ผลกระทบปานกลาง ระดับผลกระทบอยู่ระหว่างร้อยละ 25-50 3) ผลกระทบมาก ระดับผลกระทบอยู่ระหว่างร้อยละ 51-80 และ 4) ผลกระทบรุนแรง ระดับผลกระทบมากกว่า ร้อยละ 80 (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2549)

4.4 ซีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสังคมจิตวิทยา (SPCC) ทำการศึกษาว่า นักท่องเที่ยวมีผู้รู้สึกอึดอัดหรือแออัดมากน้อยเพียงใด รวมถึงด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงาโดยให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงาทำแบบสอบถามถึงระดับการรับรู้ความรู้สึกพึงพอใจ อึดอัด/แออัดมากน้อยเพียงใด ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ผลกระทบน้อย ระดับผลกระทบน้อยกว่าร้อยละ 20 ผลกระทบปานกลาง คือ ผลกระทบน้อย ระดับผลกระทบระหว่างร้อยละ 20 - 50 และ ผลกระทบมาก ระดับผลกระทบมากกว่าร้อยละ 50 และ กำหนดให้ระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวน้อยมีจำนวนนักท่องเที่ยว หรือประชาชนในพื้นที่รู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าร้อยละ 50 ของแบบสอบถามจัดว่าเกินขีดความสามารถในการรองรับได้ (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2549)

ผลการวิจัย

โดยแต่ละปีอุทยานแห่งชาติแม่เงา เปิดให้มีการท่องเที่ยวตั้งแต่ 1 ตุลาคม – 31 พฤษภาคม (8 เดือน) และนักท่องเที่ยวจะนิยมมาใช้บริการในช่วงวันหยุด (ใน 8 เดือน มีวันหยุด 81 วัน) ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ

ทำการศึกษาวิจัยใน 2 ปีวิจัย คือ

1.1 PCC พื้นที่เล่นน้ำน้ำเงา พื้นที่เล่นน้ำจำนวน 1,250 ตารางเมตร (16 ตร.ม./คน) ในช่วงของการศึกษาคั้งนี้ นักท่องเที่ยวใช้เวลาเล่นน้ำเฉลี่ย 45 นาที/รอบ และเวลาให้บริการ 08.30 – 16.30 น. ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะเล่นน้ำได้ 11 รอบ/วัน (79 คน/รอบ) จะได้ PCC พื้นที่เล่นน้ำ น้ำเงา จำนวน 869 คน/วัน (70,389 คน/ปี)

1.2 PCC เส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-ดอยปู่หลวง มีทางเดินกว้างเฉลี่ย 0.62 ม. ระยะทาง 26.3 กม. ใช้เวลาในการเดิน 3 วันๆ ละ 6 ชม. รวม 18 ชม. โดยเทียบกับค่ามาตรฐานของเส้นทางศึกษาธรรมชาติมีค่าเท่ากับ 15 คน/เส้นทาง 1 กม. และเส้นทางเดินป่านี้ใช้เวลาเฉลี่ย 1,080 นาที/รอบ ดังนั้น จำนวนรอบ คือ 0.75 รอบ/วัน จะได้ PCC เส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-ดอยปู่หลวง จำนวน 296 คน/วัน (23,976 คน/ปี)

สรุปได้ว่า ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ ของอุทยานแห่งชาติแม่เงา สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 94,365 คน/ปี

2. ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม

ทำการศึกษาวิจัยใน 3 ปีวิจัย คือ

2.1 FCC ห้องน้ำ-ห้องสุขา มีค่าเฉลี่ยการใช้ห้องน้ำ-ห้องสุขา 15 นาที/รอบ และเวลาให้บริการ 08.30 - 16.30 น. ดังนั้น จะมีการใช้ทั้งสิ้น 36 รอบ/วัน ผลการศึกษา 6 จุด ดังนี้ 1) จุดน้ำสองสีมี 3 ห้อง FCC เท่ากับ 108 คน/วัน (8,748 คน/ปี) 2) จุดสบงามี 2 ห้อง FCC เท่ากับ 72 คน/วัน (5,832 คน/ปี) 3) จุดด่านตรวจมี 2 ห้อง FCC เท่ากับ 72 คน/วัน (5,832 คน/ปี) 4) จุดที่ทำการมี 2 ห้อง FCC เท่ากับ 72 คน/วัน (5,832 คน/ปี) 5) จุดศูนย์กัญชามี 1 ห้อง FCC เท่ากับ 36 คน/วัน (2,916 คน/ปี) และ 6) จุดน้ำงามีห้องสุขาชาย 3 ห้อง FCC เท่ากับ 108 คน/วัน (8,748 คน/ปี) ห้องอาบน้ำชาย 2 ห้อง

FCC เท่ากับ 72 คน/วัน (5,832 คน/ปี) ห้องสุขาหญิง 3 ห้อง FCC เท่ากับ 108 คน/วัน (8,748 คน/ปี) ห้องอาบน้ำหญิง 2 ห้อง FCC เท่ากับ 72 คน/วัน (5,832 คน/ปี) จะได้ FCC ห้องน้ำ - ห้องสุขา จำนวน 58,320 คน/ปี

2.2 FCC ลานจอดรถ งานวิจัยนี้ค่าเฉลี่ยการใช้ลานจอดรถตลอด 24 ชั่วโมง เท่ากับ 3 รอบ/วัน รถยนต์ส่วนบุคคล 4 ที่นั่ง ขนาดพื้นที่จอดรถ 12 ตร.ม./คัน และขนาดพื้นที่จอดรถจักรยานยนต์ 2.40 ตร.ม./คัน (ประกาศกฎกระทรวง ฉบับที่ 41, 2537) ผลการศึกษา 3 จุด ดังนี้ 1) จุดน้ำสองสี FCC เท่ากับ 390 คน/วัน (31,590 คน/ปี) 2) จุดที่ทำการ FCC เท่ากับ 72 คน/วัน (5,832 คน/ปี) และ 3) จุดน้ำเงา FCC เท่ากับ 582 คน/วัน (47,142 คน/ปี) จะได้ FCC ลานจอดรถ 84,864 คน/ปี

2.3 FCC ลานกางเต็นท์ ใช้เกณฑ์มาตรฐานพื้นที่กางเต็นท์ 10 ตร.ม./เต็นท์ 3 คน ผลการศึกษา 4 จุด ดังนี้ 1) จุดน้ำงามีขนาดพื้นที่ 3,200 ตร.ม. จะมี FCC เท่ากับ 960 คน/วัน (77,760 คน/ปี) 2) จุดน้ำสองสี มีขนาดพื้นที่ 1,500 ตร.ม. จะมี FCC เท่ากับ 450 คน/วัน (36,450 คน/ปี) 3) จุดม่อนกองข้าว มีขนาดพื้นที่ 1,600 ตร.ม. จะมี FCC เท่ากับ 480 คน/วัน (38,880 คน/ปี) และ 4) จุดดอยปู่หลวง มีขนาดพื้นที่ 850 ตร.ม. จะมี FCC เท่ากับ 255 คน/วัน (20,655 คน/ปี) ดังนั้น ลานกางเต็นท์รองรับนักท่องเที่ยวได้ 173,745 คน/ปี

สรุปได้ว่า ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติแม่เงา สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น 316,629 คน/ปี

3. ชีตความสามารถในการรองรับได้ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา

ทำการศึกษาวิจัยใน 2 ปีวิจัย คือ

3.1 การปกคลุมของรากไม้ไผ่ ผลการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-ดอยปู่หลวง ได้วางแผนทั้งสิ้น 106 แปลงๆ ละ 400 ช่อง (42,400 ช่อง) พบรากไม้ไผ่ จำนวน 12,654 ช่อง โดยรากไม้มีขนาดเฉลี่ย 0.029 ม. และสามารถคำนวณร้อยละการปกคลุมของรากไม้ไผ่ในเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-ดอยปู่หลวง ร้อยละ 34.62

3.2 การปกคลุมของพันธุ์พืช รายละเอียดดังแสดงตามตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าความสำคัญทางนิเวศ ความหนาแน่นสัมพัทธ์ ความถี่สัมพัทธ์ และค่าความสำคัญของพันธุ์ไม้ ของไม้หนุ่ม บริเวณริมทางเดินและป่าธรรมชาติ (ลึก 10 ม.) ในเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-คอยบ่ยหลวง

ลำดับ	ชนิดพันธุ์	ความหนาแน่นสัมพัทธ์ (RD)		ความถี่สัมพัทธ์ (RF)		ค่าความสำคัญของพันธุ์ไม้ (100%)	
		ริมทาง	ลึก 10 ม.	ริมทาง	ลึก 10 ม.	ริมทาง	ลึก 10 ม.
1	ก้างปลา	19.35	4	13.33	5.26	16.34	4.63
2	หัสคุณ	19.35	4	13.33	5.26	16.34	4.63
3	ปลายसान	14.52	2	3.33	2.63	8.93	2.32
4	เอนอ้า	6.45	2	10	2.63	8.23	2.32
5	ค่างคว	8.06	2	6.67	2.63	7.37	2.32
6	เกิดขาว	4.84	4	6.67	2.63	5.76	3.32
7	ปอแต่บ	3.23	-	6.67	-	4.95	-
8	แหลบูก	3.23	10	6.67	7.89	4.95	8.95
9	ก้อสร้อย	3.23	-	6.67	-	4.95	-
10	พะวา	3.23	-	3.33	-	3.28	-
11	ข้าวสารป่า	3.23	18	3.33	10.53	3.28	14.27
12	กะอวม	3.23	-	3.33	-	3.28	-
13	พนมสวรรค์	1.61	2	3.33	2.63	2.47	2.32
14	มันปู	1.61	14	3.33	13.16	2.47	13.58
15	พญารากดำ	1.61	-	3.33	-	2.47	-
16	เหมือดคนดง	1.61	2	3.33	2.63	2.47	2.32
17	คอไก่	1.61	-	3.33	-	2.47	-
18	สุรามะริด	-	6	-	7.89	-	6.95
19	หว่าเขา	-	6	-	7.89	-	6.95
20	กล้วยฤาษี	-	6	-	5.26	-	5.63
21	ก้อลิ้ม	-	12	-	10.53	-	11.27
22	ทะไล้	-	4	-	5.26	-	4.63
23	<i>Ficus sp.</i>	-	4	-	5.26	-	4.63

หมายเหตุ: - ไม่พบชนิดนี้ในแปลงตัวอย่าง

จากตารางที่ 1 พบไม้หนุ่มในพื้นที่ริมทางเดิน 17 ชนิด ค่าความหนาแน่นสัมพัทธ์สูงสุดเท่ากัน คือ ก้างปลา (*Phyllanthus reticulatus* Poir) และหัสคุณ (*Micromelum minutum* Wight & Arn.) มีค่า 19.35% รองลงมา คือ ปลายसान (*Eurya acuminata* DC.) มีค่า 14.52% ส่วนค่าความถี่สัมพัทธ์พบว่า ก้างปลา (*Phyllanthus reticulatus* Poir) และหัสคุณ (*Micromelum minutum* Wight & Arn.) ยังคงมีค่าสูงสุดเท่ากันที่ 13.33% รองลงมาคือ เอนอ้า (*Osbeckia stellata* Ham.) มีค่า 10% และผลการสำรวจไม้หนุ่มในแปลงลึก 10 ม. หรือป่าธรรมชาติ พบ 17 ชนิด พบว่า ชนิดที่มีค่า

ความหนาแน่นสัมพัทธ์สูงสุด คือ ข้าวสารป่า (*Pavetta tomentosa* Roxb.ex Sm.) มีค่า 18% รองลงมาคือ มันปู (*Glochidion littorale* Blume Baill.) มีค่า 14% และก้อลิ้ม (*Castanopsis indica* (Roxb. ex Lindl.) A. DC.) มีค่า 12% สำหรับค่าความถี่สัมพัทธ์ นั้น พบว่า มันปู (*Glochidion littorale* Blume Baill.) มีค่ามากที่สุดที่ 13.16% รองลงมาเป็น ก้อลิ้ม (*Castanopsis indica* (Roxb. ex Lindl.) A. DC.) และข้าวสารป่า (*Pavetta tomentosa* Roxb. ex Sm.) มีค่าเท่ากันที่ 10.53%

ตารางที่ 2 ค่าความสำคัญทางนิเวศ ความหนาแน่นสัมพัทธ์ ความถี่สัมพัทธ์ และค่าความสำคัญของพันธุ์ไม้ ของกล้าไม้บริเวณริมทางเดินและป่าธรรมชาติ (ลึก 10 ม.) ในเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-คอยบุญหลวง

ลำดับ	ชนิดพันธุ์	ความหนาแน่นสัมพัทธ์ (RD)		ความถี่สัมพัทธ์ (RF)		ค่าความสำคัญของพันธุ์ไม้ (100%)	
		ริมทาง	ลึก 10 ม.	ริมทาง	ลึก 10 ม.	ริมทาง	ลึก 10 ม.
1	<i>Litsea</i> sp.	20.51	5.66	14.29	10.53	17.40	8.10
2	ข้าวสารป่า	15.28	-	14.29	-	14.84	-
3	กระพี้จั่น	15.28	-	7.14	-	11.26	-
4	ค่างคาว	5.13	-	7.14	-	6.14	-
5	بيب	5.13	1.89	7.14	5.26	6.14	3.58
6	ก้อเดือย	5.13	11.32	7.14	10.53	6.14	10.93
7	หัสศคุณ	5.13	3.77	3.57	3.57	4.35	3.67
8	ชมพู่ป่า	2.56	-	3.57	-	3.07	-
9	คอไก่	2.56	-	3.57	-	3.07	-
10	<i>Ficus</i> sp.	2.56	-	3.57	-	3.07	-
11	<i>Euphoebia</i> sp.	2.56	-	3.57	-	3.07	-
12	ดีหมี	2.56	-	3.57	-	3.07	-
13	ประดู่ขาว	2.56	-	3.57	-	3.07	-
14	ก้อเม่น	2.56	1.89	3.57	3.57	3.07	2.73
15	มะขามแป	2.56	-	3.57	-	3.07	-
16	ปลายสาน	2.56	-	3.57	-	3.07	-
17	แข่งกวาง	2.56	1.89	3.57	5.26	3.07	3.58
18	เอนอ้า	2.56	10.53	3.57	5.26	3.07	7.90
19	ปอแต๊บ	-	35.85	-	15.79	-	25.82
20	กอมขม	-	7.55	-	10.53	-	9.04
21	เหมือดคณดง	-	3.77	-	10.53	-	7.15
22	แหลนุก	-	1.89	-	5.26	-	3.58
23	ก้อลิม	-	1.89	-	5.26	-	3.58

หมายเหตุ: - ไม่พบชนิดนี้ในแปลงตัวอย่าง

จากตารางที่ 2 กล้าไม้ในพื้นที่ริมทางเดินพบ 18 ชนิด มีค่าความหนาแน่นสัมพัทธ์สูงสุด คือ *Litsea* sp. มีค่า 20.51% รองลงมาคือ ข้าวสารป่า (*Pavetta tomentosa* Roxb. ex Sm.) และกระพี้จั่น (*Millettia brandisiana* Kurz.) มีค่าเท่ากับ 15.38% ส่วนค่าความถี่สัมพัทธ์สูงสุดพบว่า *Litsea* sp. และข้าวสารป่า (*Pavetta tomentosa* Roxb. ex Sm.) มีค่าสูงสุดเท่ากันที่ 14.29% สำหรับในแปลงป่าธรรมชาติมี 11 ชนิด พบว่า ค่าความหนาแน่นสัมพัทธ์สูงสุด คือ ปอแต๊บ

(*Macaranga kurzii* (Kuntze.) Pax & K. Hoffm.) มีค่า 35.85% รองลงมาเป็นก้อเดือย (*Castanopsis acuminatissima* (Blume)) มีค่า 11.32% และเอนอ้า (*Osbeckia stellata* Ham.) มีค่า 10.53% ส่วนค่าความถี่สัมพัทธ์สูงสุด คือ ปอแต๊บ (*Macaranga kurzii* (Kuntze.) Pax & K. Hoffm.) มีค่า 15.79% *Litsea* sp. ก้อเดือย (*Castanopsis acuminatissima* (Blume)) กอมขม (*Picrasma javanica* Blume) และเหมือดคณดง (*Helicia formosa* Hemsl.) มีค่าเท่ากับ 10.53%

4. ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสังคมจิตวิทยา

ตารางที่ 3 ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ ภายในอุทยานแห่งชาติแม่เงา

รายการ	ระดับการรับรู้ (ร้อยละ)				
	พึงพอใจมากที่สุด / ไม่รู้สึก 애อัด	พึงพอใจมาก / แออัดน้อย	พึงพอใจปานกลาง / แออัด	พึงพอใจน้อย / แออัดมาก	พึงพอใจน้อยมาก / แออัดมากที่สุด
1. สถานที่และแหล่งท่องเที่ยว	73.37	15.22	11.41	-	-
2. ความสะอาดของอาคารสถานที่ ห้องน้ำ-ห้องสุขาและแหล่งท่องเที่ยว	73.37	17.39	8.15	1.09	-
3. บรรยากาศที่ดีเหมาะกับการพักผ่อนหย่อนใจ	76.50	15.30	6.56	1.09	0.55
4. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเมื่ออยู่ในสถานที่แห่งนี้	71.82	17.68	8.29	2.21	-
5. อุปกรณ์ในการกู้ภัยทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัย	69.83	20.11	6.70	3.35	-
6. เจ้าหน้าที่ชุดกู้ภัยมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน	51.14	43.18	5.11	-	0.57
7. ท่านพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้	44.12	42.35	12.35	1.18	-
8. ท่านได้รับความสุขเมื่อได้มาท่องเที่ยวในที่แห่งนี้	37.04	46.91	12.96	2.47	0.62
9. ในสายตาของท่านสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีคุณค่าและได้รับความนิยม	29.13	34.95	14.56	1.94	19.42
10. การมาท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างสนองความต้องการของท่าน	33.65	34.62	11.54	-	20.19
11. การมาท่องเที่ยวในครั้งนี้เป็นจุดตัดสินใจที่ถูกต้องของท่าน	32.71	37.38	11.21	-	18.69
12. ความประทับใจในประสบการณ์การมาท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่าง	56.18	35.96	6.74	1.12	-
13. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมต่อการให้บริการ	67.93	26.09	4.89	1.09	-
14. เจ้าหน้าที่มีความเป็นมิตรไมตรีในการให้บริการ	57.80	30.06	8.67	3.47	-
15. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือได้ทันที เมื่อมีปัญหา	86.39	6.28	6.28	1.05	-
16. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ/ข้อมูลทั้งด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง	73.77	19.67	3.28	3.28	-
17. เจ้าหน้าที่มีความรู้และทักษะในการให้บริการ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจ	69.83	24.58	1.68	3.35	0.56
18. ท่านได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ทันทีที่ร้องขอ	58.99	33.71	5.06	2.25	-
19. คุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่ทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจ	44.38	37.87	17.75	-	-
20. ที่พักมีความเพียงพอต่อการให้บริการ	11.70	16.37	14.04	23.39	1.17
21. ลานกางเต็นท์มีความเพียงพอต่อการให้บริการ	53.98	38.64	5.11	2.27	0.00
22. ร้านอาหาร/ขายของที่ระลึกมีเพียงพอต่อการให้บริการ	-	-	-	56.14	43.86
23. ประสบการณ์การมาท่องเที่ยวในครั้งนี้มีมากกว่าที่คาดหวังไว้	86.84	8.42	3.16	1.05	0.53
24. บริเวณลานจอดรถมีความเพียงพอ	81.08	12.97	3.24	2.16	0.54
25. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในวันนี้มีความเหมาะสมกับสถานที่	88.07	4.55	3.41	1.14	2.84
26. ห้องน้ำห้องสุขามีความสะอาดและมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	90.45	8.04	1.51	-	-
27. ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงานี้อีกในอนาคต	79.79	12.77	6.38	1.06	-
28. ท่านรู้สึกสนุกสนานต่อการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่าง	89.95	4.23	1.59	4.23	-
29. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่าง	53.67	38.42	6.78	1.13	-
30. โดยรวมแล้วท่านมีความรู้สึกอย่างไรในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	90.45	8.04	1.51	-	-
ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)	61.13	23.06	7.00	4.05	3.65

หมายเหตุ: - ไม่มีระดับการรับรู้

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกพึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 90.45 พึงพอใจในห้องน้ำห้องสุขามีความสะอาดและมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ สำหรับความพึงพอใจน้อยร้อยละ 56.14 ความพึงพอใจน้อยมากถึงร้อยละ 43.86 ในร้านอาหาร/ชายของที่ระลึกมีเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งร้อยละค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 61.13 พึงพอใจมาก ร้อยละ 23.06 และพึงพอใจปานกลางหรือเริ่มรู้สึกแอดไปจนถึงพึงพอใจน้อยมากหรือรู้สึกแอดมากที่สุดรวมร้อยละ 14.70

อภิปรายผล

ในการศึกษาถึงขีดความสามารถรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยทำการศึกษา 4 ด้าน ดังนี้

1. ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ

ตารางที่ 4 ผลการประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (PCC) ของอุทยานแห่งชาติแม่เงา

ปี พ.ศ.	ค่า PCC (ค่า PAOT)	ระดับการให้บริการ (คน, PAOT)	ค่าร้อยละที่เป็นสัดส่วนกับขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ (PCC (%))		
			< 50% ผลกระทบ น้อย	50 - 80% ผลกระทบ ปานกลาง	> 80% ผลกระทบ มาก
2560		5,427	5.75		
2561		9,217	9.77		
2562		6,411	6.79		
2563		4,033	4.27		
PCC รวม	94,365		< 47,183	47,183 -75,492	> 75,492

3. ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 6 ผลการประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา (ECC) ของอุทยานแห่งชาติแม่เงา

ระดับผลกระทบ และขีดความสามารถ ในการรองรับได้	ค่ามาตรฐาน	ค่าร้อยละที่เป็นสัดส่วนกับขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา (ECC (%))							
		ไม้หนุ่ม (Sapling)				กล้าไม้ (Seedling)			
		เหมีอดคนดง	เกิดขาว	ปลายสาน	กะอวม	หัสคุด	ปีบ	<i>Litsea sp.</i>	ข้าวสารป่า
ผลกระทบน้อย	< 25 %	6.08				15.63			
ผลกระทบปานกลาง	25-50 %		42.40				41.73		
ผลกระทบมาก	51-80 %			74.06				53.48	
ผลกระทบรุนแรง	> 80 %				100				100

จากตารางที่ 4 นักท่องเที่ยวมากที่สุดในปี 2561 จำนวน 9,217 คน คิดเป็นร้อยละ 9.77 ของค่า PCC ซึ่งมีผลกระทบน้อยหรือนักท่องเที่ยวไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านกายภาพ

2. ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 5 ผลการประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม (FCC) ของอุทยานแห่งชาติแม่เงา

ปี พ.ศ.	ค่า FCC (ค่า PAOT)	ระดับการให้บริการ (คน, PAOT)	ค่าร้อยละที่เป็นสัดส่วนกับขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม (FCC (%))			
			< 50% ผลกระทบ น้อย	50-80% ผลกระทบ ปานกลาง	81-100% ผลกระทบ มาก	> 100% ผลกระทบ รุนแรง
2560		5,427	1.71			
2561		9,217	2.91			
2562		6,411	2.02			
2563		4,033	1.27			
FCC รวม	316,629		< 158,315	158,315 - 253,304	253,304 - 316,629	> 316,629

จากตารางที่ 5 นักท่องเที่ยวมากที่สุดในปี 2561 จำนวน 9,217 คน คิดเป็นร้อยละ 2.91 ของค่า FCC ซึ่งมีผลกระทบน้อย หรือนักท่องเที่ยวไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 6 ร้อยละการปกคลุมของรากไม้ไผ่ในเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-ดอยปู่หลวง อยู่ที่ร้อยละ 34.62 ซึ่งมีผลกระทบปานกลาง และปัจจัยการปกคลุมของพันธุ์พืชที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว กรณีไม้หนุ่ม พบว่า ปลายสาน (*Eurya acuminata* DC.) มีค่าร้อยละ 74.06 ได้รับผลกระทบมาก และกะอวม (*Acronychia pedunculata* (L.) Miq.) มีค่าร้อยละ 100 ได้รับผลกระทบรุนแรง สำหรับกรณีกล้วยไม้ พบว่า *Litsea* sp. มีค่าร้อยละ 53.48

ได้รับผลกระทบมากและข้าวสารป่า (*Pavetta tomentosa* Roxb. ex Sm.) มีค่าร้อยละ 100 ได้รับผลกระทบระดับรุนแรง ดังนั้น ชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา มีผลกระทบต่อพันธุ์ไม้บางชนิดอยู่ในระดับมาก บางชนิดอยู่ในรุนแรง จะต้องมีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวหรือลดจำนวนรอบในการเดินเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-ดอยปู่หลวง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของระบบนิเวศในพื้นที่ต่อไป

4. ชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยา

ตารางที่ 7 ผลการประเมินชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยา (SPCC) ของอุทยานแห่งชาติแม่เงา

รายการ	ร้อยละ	ค่าร้อยละที่เป็นสัดส่วนกับชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยา (SPCC(%))		
		< 20 %	20-50 %	> 50 %
การรับรู้ความพึงพอใจหรือรู้สึกแออัดของนักท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติแม่เงา	14.70	✓		

จากตารางที่ 7 การรับรู้ความพึงพอใจหรือรู้สึกแออัดของนักท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติแม่เงา คิดเป็นร้อยละ 14.70 ซึ่งอยู่ในผลกระทบน้อย เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและเงียบสงบ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบถึงความพร้อมของสถานที่ ทำให้ภาพรวมชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยาอยู่ในระดับที่ต่ำ หมายความว่า ปริมาณนักท่องเที่ยวยังไม่เกินชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยา

(*Acronychia pedunculata* (L.) Miq.) มีผลกระทบรุนแรงสำหรับกรณีกล้วยไม้ (Seedling) พบว่า *Litsea* sp. มีผลกระทบมาก และข้าวสารป่า (*Pavetta tomentosa* Roxb. ex Sm.) มีผลกระทบรุนแรง และชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยา พบว่า การรับรู้ถึงความรู้สึกแออัดต่อการมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีค่าร้อยละ 14.70 ซึ่งมีผลกระทบอยู่ระดับน้อยหรือจำนวนนักท่องเที่ยวไม่เกินชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคมจิตวิทยา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ชีตความสามารถในการรองรับด้านกายภาพอยู่ที่ 94,365 คนปี ชีตความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อมที่ 316,929 คนปี ซึ่งมีผลกระทบน้อยหรือจำนวนนักท่องเที่ยวยังต่ำกว่าชีตความสามารถในการรองรับได้ ทั้ง 2 ด้านนี้ สำหรับชีตความสามารถในการรองรับด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา พบว่า การปกคลุมของรากไม้ไผ่อยู่ที่ร้อยละ 34.62 ซึ่งระดับความรุนแรงของรากไม้ไผ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งระดับความรุนแรงของรากไม้ไผ่อยู่ในระดับปานกลาง และการปกคลุมของพันธุ์พืชได้ทำการศึกษากกรณีไม้หนุ่ม พบว่า ปลายสาน (*Eurya acuminata* DC.) มีผลกระทบมาก และกะอวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ชีตความสามารถในการรองรับด้านชีวภาพหรือนิเวศวิทยา มีผลกระทบต่อพันธุ์ไม้บางชนิดอยู่ในระดับมาก บางชนิดอยู่ในระดับรุนแรง ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางให้มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว โดยลดจำนวนนักท่องเที่ยวหรือลดจำนวนรอบในการเดินเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่าม่อนกองข้าว-ดอยปู่หลวง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของระบบนิเวศในพื้นที่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. (2549). รายงานฉบับสุดท้าย โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. สืบค้นจาก <http://park.dnp.go.th/file/ขีดความสามารถ%20ช.เอราวัณ.pdf>.
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. (2562). สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2560 – 2563. สืบค้นจาก <http://portal.dnp.go.th/Content/rescue?contentId=17712>.
- ดร.ชนัน เอมพันธุ์. (2546). หลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. เอกสารประกอบการสอนวิชา 308511. ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิอร จิตรจง. (2560). การประเมินขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาสก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บรรลือศักดิ์ วงษ์ภักดี. (2552). ขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พิมพ์ลภัส ชันหลวง. (2545). ผลกระทบทางจิตวิทยาและการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับทางจิตวิทยาของแหล่งนันทนาการประเภทน้ำตก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- หิรัญ หิรัญรัตน์พงศ, เอกนรินทร์ ธนะกิจไพรินทร์, จิรัชยา ชานาญไพร และปิยนาท ชุนศรี. (2560). การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ (ส่วนรอยพระพุทธรูปบาทพลวง). *วารสารวิทยาศาสตร์บูรพา* 22(3). 557-568. สืบค้นจาก <http://ojslib3.buu.in.th/index.php/science/issue/view/620>
- อารีรัตน์ ภาคพิชญเจริญ. (2548). ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทย จังหวัดสมุทรสงคราม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- Bateson, J. and Hui, M. (1992). The Ecological Validity of Photographic Slides and Videotapes in Simulating the Service Setting. *Journal of Consumer Research*, 19, 271-281.
- Kongkaew, C., Butrat, P., Pongsuwan, N., and Boupech, P. (2013). Carrying Capacity and Tourism Management Measures for Shallow Reef at Khai Nok Island, PhangNga Province. *Environment and Natural Resources Journal*, 11(1), 70-87. Retrieved from <https://www.thaiscience.info/Journals/Article/ENRJ/10892145.pdf>
- Yamane, T. (1973). *Statistics, An Introductory Analysis*, (2nd ed.). New York: Harper and Row.

การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ
ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ระลอก 3

Managing the Service Quality Gap of the Multinational Corporation Hotel Business Group
at Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province Amid the Crisis
of the Third Wave of COVID-19 Pandemic

ภฤศญา ปิยนุสรณ์^{1*} ระชานนท์ ทวีผล²

Phrutsaya Piyanusorn^{1*} Rachanon Taweephol²

Corresponding author's E-mail: mr.bozo@msn.com¹

(Received: May 18, 2021; Revised: October 13, 2021; Accepted: November 8, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและข้อจำกัดในการจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติและ 2) วิเคราะห์การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้มีประสบการณ์การจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรมจากกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ 5 เครือข่าย จำนวนทั้งหมด 10 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) การปรับลดอัตรากำลังคนเพื่อรักษาดำเนินการของโรงแรม ทำให้เกิดปัญหาจำนวนผู้ให้บริการไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวก 2) การต้องเตรียมความพร้อมในการจัดการช่องว่างของคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 2.1) ด้านความคิดเห็นของผู้รับบริการที่โรงแรมได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม เพื่อนำมาใช้พยากรณ์และกำหนดรูปแบบการบริการ 2.2) ด้านการออกแบบมาตรฐานการให้บริการด้วยการปฏิบัติตามมาตรการด้านสาธารณสุขทั้งมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและเครือข่ายสากลแต่ละกลุ่ม 2.3) ด้านศักยภาพการให้บริการผ่านการมอบหมายการปฏิบัติงานจากที่บ้าน และการส่งเสริมสมรรถนะของผู้ให้บริการด้วยหลักการเพิ่มทักษะใหม่ที่ต้องกรต้องการและการต่อยอดทักษะเดิมให้มีความชำนาญ 2.4) ด้านการสื่อสารที่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมกับกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับรัฐบาล 2.5) ด้านการรับรู้ความพึงพอใจผ่านแบบฟอร์มเพื่อรวบรวมความเห็นที่มีต่อการบริการและการสำรวจข้อมูลผ่านกลุ่มเว็บไซต์ทั่วไป

คำสำคัญ: การจัดการภาวะวิกฤต ช่องว่างคุณภาพบริการ ธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ โคโรนา-19

Abstract

This research aimed to: 1) study problems and limitations in the service quality management of hotel business groups of multinational corporations; and 2) analysis of service quality gap of the multinational hotel business. It is qualitative research using the phenomenological method. Data were collected through in-depth interviews from key informants who are experienced in hotel human resource management and development from five international hotel business groups, totaling 10 people. The finding found that: 1) Manpower reduction to maintain hotel costs, caused the problem of an insufficient number of service providers to service; and 2) The need of preparation to manage the gaps in the five aspects of service quality, which are: 2.1) the opinions of the clients that the hotel collected data on behaviour to be used to forecast and define service models; 2.2) design of service standards by implementing public health measures, both SHA: Amazing Thailand Safety & Health and each international network; 2.3) the potential of service providing through Work From Home and promoting the performance of service providers with the principles of Reskills and Upskills;

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Lecturer, International Logistic Management Department at Faculty of Management Sciences, Silpakorn University

² Lecturer, Hotel Management Department at Faculty of Management Sciences, Silpakorn University

2.4) communication with public relations via social media along with the promotion activities with the government; and
2.5) on the perception of satisfaction through the form to collect comments on the service and survey information through the general website group.

Keywords: crisis management, service quality gap, hotel business of multinational corporations, COVID-19

ความเป็นมาของปัญหา

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยระลอก 3 ช่วงต้นเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ทำให้สูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 1.2 หมื่นล้านบาททั่วประเทศ รวมทั้งยังคาดว่าจะมีการยกเลิกการเดินทางร้อยละ 20 คิดเป็นมูลค่าอาจลดลง 2,400 ล้านบาท ตัวแปรสำคัญมีสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจยุติการเดินทาง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจะต้องมีความยืดหยุ่นด้านการยกเลิกหรือเลื่อนช่วงเวลาการเข้าพักออกไปแบบไม่มีกำหนด ทิศทางของกลุ่มโรงแรมในเขตภาคตะวันตก โดยเฉพาะพื้นที่ยอดนิยมอย่างอำเภอหัวหินพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่ยังคงกังวลการให้บริการด้านสุขอนามัยมากขึ้นถึงร้อยละ 15-20 (พรไพลิน จุลพันธ์, 2564) ในขณะที่การปรับตัวของกลุ่มธุรกิจโรงแรมที่มีการลงทุนแบบบรรษัทภิบาลข้ามชาติในประเทศไทยด้วยระบบการบริหารเครือข่ายนานาชาติผู้ประกอบการจะต้องเตรียมตัวให้พร้อมหลังการแพร่ระบาดของโควิดหรือสิ้นสุดลง โดยเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารห้องพักรายวันให้กลายเป็นบริการแบบรายเดือน ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพบริการในยุคการดำเนินชีวิตวิถีปกติใหม่ หรือ New Normal ที่จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้มากที่สุด (จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์, 2564)

ถึงแม้ว่าปัญหาด้านสุขภาพจากไวรัสโควิด-19 ยังคงเป็นสิ่งที่ยังคงกังวลกับการมาเยือนของกลุ่มชาวต่างชาติ จากข้อมูลข่าวสารของนานาชาติที่มีการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นในแต่ละวัน นอกจากนี้จะเกิดการยกเลิกเที่ยวบินและการจองโรงแรมแล้ว ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าการแพร่ระบาดที่เกิดขึ้นจากที่โรงแรมหลายพื้นที่ไม่ใช่แค่การขาดมาตรการรับมือกับความเสี่ยง แต่นั่นเป็นความล้มเหลวของความไม่เป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการและผู้ประกอบการที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ (Zhiyong et al., 2020) ในขณะที่การปรับตัวของโรงแรมในยุคโควิด-19 ต้องใช้

ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแก้ไขกระบวนการให้บริการด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยด้วยต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก อาทิ การนำโปรแกรมประยุกต์บนมือถือเข้ามาทดแทนการใช้คีย์การ์ดแบบดั้งเดิม ซึ่งจะช่วยลดการสัมผัสภายในโรงแรมกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารในกรณีที่ผู้รับบริการต้องการความช่วยเหลือหรือมีข้อคำถามสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอดเวลา ในขณะเดียวกันการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ยังเป็นสิ่งที่ยังคงสำคัญสำหรับผู้บริหารตัดสินใจคัดเลือกแรงงานที่มีสมรรถนะเหมาะสม ตลอดจนการเพิ่มทักษะและความรู้ตามนโยบายของโรงแรม (วิภา บารมี, 2564)

นอกจากนี้ ช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจบริการยังคงพบข้อจำกัด จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างด้วยการลดจำนวนบุคลากร ส่งผลให้มีจำนวนผู้ให้บริการที่ไม่เพียงพอในบางช่วงเวลา เกิดความล่าช้าของกระบวนการให้บริการ และผู้รับบริการที่มาใช้บริการพร้อมกันครั้งละมากๆ จึงต้องรอคอยการบริการด้วยระยะเวลาที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งความคาดหวังของผู้รับบริการที่ให้ความสำคัญกับธุรกิจที่สามารถตอบสนองการบริการได้อย่างรวดเร็วที่สุด (ญานิศ แก้วขำ และ เจจิรา ราชบุตร, 2561) ถึงแม้ว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ชาวต่างชาติในเขตอำเภอหัวหินลดลงมากกว่าร้อยละ 50 ดังนั้นผู้ประกอบการจึงหันมาเลือกกลุ่มผู้รับบริการชาวไทยเพื่อทดแทนรายได้ที่สูญเสียร่วมกับการใช้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA: Amazing Thailand Safety & Health) ของกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อเป็นเครื่องหมายยืนยันความปลอดภัยถูกนำมาแสดง ณ จุดรับรอง และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจไปสู่การบริการรูปแบบใหม่ อาทิ การบริการรายการอาหารถึงที่บ้าน การแก้ไขตกแต่งพื้นที่ส่วนกลางด้วยการตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงามเหมาะสมกับกิจกรรมการถ่ายภาพ (ระชานนท์ ทวีผล และคณะ, 2564)

การปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย ตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่เป็นกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ การลงทุนมูลค่าสูงภายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางผู้บริหารโรงแรมแต่ละตราสินค้าจะต้องประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด อีกทั้งการจัดการช่องว่างการของคุณภาพบริการต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาองค์ประกอบทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก กระบวนการปฏิบัติงาน และสมรรถนะของผู้ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประเด็นปัญหาเรื่อง "การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอก 3" ข้อค้นพบจากผลการศึกษาคือจะอธิบายข้อจำกัดและรูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโรงแรมที่เกิดขึ้น นำไปใช้เป็นแนวทางแก่ผู้ที่ต้องการศึกษาเพื่อแก้ไขอุปสรรคต่อการบริหารทรัพยากรต่างๆ ภายในโรงแรม อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าและการบริการให้มีความปลอดภัยจากวิกฤตการณ์ระดับสากล อีกทั้งการจัดการคุณภาพบริการจะช่วยเรียกความเชื่อมั่นของกลุ่มผู้รับบริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่กำลังจะกลับมาหลังการแพร่ระบาดสิ้นสุดลง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อจำกัดในการจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอก 3
2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอก 3

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดวิธีวิทยาสำหรับการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาแบบกระบวนทัศน์ทางเลือกด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นแนวทางการศึกษาหาความหมายจากประสบการณ์จริง มุมมอง และทัศนคติของแต่ละบุคคลที่อาจมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน มุ่งให้ความสำคัญกับคุณค่าการรับรู้ภายในตัวบุคคลผ่านวิธีการค้นหาความจริงที่ไม่มีกรอบการตีความล่วงหน้าด้วยการสื่อสารระดับบุคคล ผู้วิจัยจึงมีความยึดหยุ่นจากกรอบแนวคิดทฤษฎีหรือโครงข่ายชุดความรู้ เพื่อให้ผลการศึกษานำเสนอตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้เคียงความจริงในแต่ละสภาพแวดล้อมมากที่สุด จากนั้นใช้หลักการตีความให้เกิดความเข้าใจในคุณค่าผ่านแนวทางอรรถปริวรรต (Hermeneutic phenomenology) โดยใช้สิ่งที่เป็นอยู่ ณ ขณะนั้น มาประกอบการพิจารณาตามเงื่อนไขของช่วงเวลาที่กำหนด ข้อค้นพบที่ได้จะมีความหลากหลายในแต่ละบุคคลที่สามารถแปลความหมายได้ ซึ่งกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การย่อยข้อมูลจากการถอดเทปเสียงการสนทนาอยู่ในรูปแบบกลุ่มข้อมูลตัวอักษร 2) การจัดหมวดหมู่ของข้อมูลผ่านวิธีการพรรณนา และ 3) การค้นหาข้อสรุปผ่านการตีความจากตัวของนักวิจัยให้เป็นไปตามข้อคำถามและวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (อัญญาพลเดลีอง, 2556)

2. การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key information) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ให้สอดคล้องกับวิธีปรากฏการณ์วิทยา กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละท่านเป็นอาสาสมัครที่จะต้องมีส่วนร่วมที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับงานที่ควบคุมทรัพยากรต่างๆ และมีส่วนร่วมในการบริหารงานตามนโยบายของกลุ่มโรงแรมประเภทบริษัทที่มีกลุ่มตราสินค้าระดับนานาชาติที่ขยายเครือข่ายไปทั่วโลก รวมทั้งมีการดำเนินกิจการในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้มีประสบการณ์การจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรมไม่น้อยกว่า 10 ปี โรงแรมละ 2 คน รวมทั้งหมด 10 คน ปฏิบัติงานในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส

โควิด-19 ตั้งแต่ระลอกแรกในประเทศไทย จนถึงระลอกที่ 3 ในกลุ่มโรงแรมบรุษที่มียอดค่าสูงสุด 5 ลำดับของโลก อ้างอิงจากการจัดลำดับกลุ่มโรงแรมในปี ค.ศ. 2020 (Haigh, 2021) ได้แก่ 1) เครือฮิลตัน (Hilton) 2) เครือแมริออท (Marriott International Inc.) 3) เครือไฮแอท (HYATT) 4) เครือไอเอชจี (IHG Hotels & Resorts) และ 5) เครือแอกคอร์ด (Accor) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยข้อคำถามปลายเปิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมด้วยเนื้อหาที่เหมือนกันทุกคน

3. วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลเพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลที่ได้ศึกษาตามลำดับวัตถุประสงค์ของ Denzin (1989) ด้วยหลักการทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) ป้องกันการแปลงสาร ที่ผู้วิจัยอาจเกิดการตีความที่คลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูลประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data) เป็นวิธีการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่างๆ ทั้งสถานที่ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ต่างกันจากโรงแรมแต่ละเครือข่ายทั้ง 5 แห่ง ซึ่งเป็นการขยายประเด็นข้อสรุปและการเติมเต็มข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้นจากความแตกต่างที่ค้นพบ 2) การตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigators) เป็นวิธีการพิสูจน์ด้วยการตีความของผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยจำนวน 6 คน ที่มีส่วนร่วมในการรวบรวมข้อมูล ข้อสรุปที่ถูกรับรู้เรียงจากมุมมองที่ต่างกันจะช่วยให้ผลลัพธ์จากการศึกษามีน้ำหนักมากกว่าการวิเคราะห์ผลเพียงคนเดียว 3) การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory) เป็นวิธีการพิสูจน์ข้อค้นพบความถูกต้องของผลลัพธ์จากการศึกษาด้วยการนำไปเปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ สามารถอธิบายความสอดคล้องหรือขัดแย้ง ตลอดจนการค้นพบประเด็นต่อยอดที่แตกต่างออกไปจากแนวคิดทฤษฎีแบบดั้งเดิม

ผลการวิจัย

1. ปัญหาและข้อจำกัดในการจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบรุษที่ข้ามชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอก 3 ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มธุรกิจโรงแรมบรุษที่ข้ามชาติอย่างโรงแรมเครือไอเอชจี (IHG) และไฮแอท (HYATT) ได้เผชิญหน้ากับปัญหาที่คล้ายคลึงกันจากการกำหนดนโยบายลดจำนวนผู้ให้บริการแผนกปฏิบัติการต่างๆ เช่น งานบริการส่วนหน้า งานแม่บ้าน งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น เพื่อเป็นการลดต้นทุนด้านแรงงานในช่วงการแพร่ระบาด ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้รับบริการชาวไทยและชาวต่างชาติลดลงอย่างต่อเนื่อง การคัดเลือกบุคลากรครั้งใหม่สำหรับการกลับมาเปิดให้บริการตามปกติในช่วงเดือนมิถุนายน จะต้องประเมินจากประสบการณ์การปฏิบัติงาน ทักษะการบริการทางวิชาชีพเฉพาะแผนก พฤติกรรมและทัศนคติ เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรในจำนวนจำกัดและมีคุณภาพที่เหมาะสม รวมทั้งผู้ควบคุมการปฏิบัติงานได้มอบหมายภาระงานเพิ่มเติมให้กับผู้ให้บริการในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่มียอดการจองห้องพักเป็นจำนวนมาก ทำให้กลุ่มผู้ให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งปัญหาการร้องเรียนเรื่องความสะอาดที่ผู้ให้บริการขาดความรอบคอบในการตรวจสอบความเรียบร้อยของพื้นที่ พร้อมกับ การย้ำเตือนผู้ให้บริการไม่หลงลืมการล้างมือและทำความสะอาดร่างกายเป็นประจำ นอกจากนี้ โรงแรมเครือแอกคอร์ด (Accor) อธิบายรายได้จากห้องอาหารลดลงร้อยละ 50 เนื่องจากการจัดโต๊ะ-เก้าอี้แบบเว้นระยะห่าง ทำให้จำนวนที่นั่งของผู้รับบริการภายในห้องอาหารลดลงไปกว่าสถานการณ์ปกติ

ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ให้บริการในโรงแรมส่วนใหญ่ต้องใช้ความพยายามในการสื่อสารเกี่ยวกับการขอความร่วมมือให้ผู้รับบริการยินยอมที่จะสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า ก่อนเข้าใช้บริการในแผนกต่างๆ ของโรงแรม รวมถึงกรณีที่ใช้บริการห้องอาหารจะต้องมีการสวมถุงมือพลาสติกทุกครั้ง ข้อจำกัดที่พบเกิดจากผู้รับบริการชาวไทยไม่ยอมปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด เนื่องด้วยมุมมองที่มีต่อกระบวนการเหล่านี้เป็นขั้นตอนที่ถูกเพิ่มเข้ามาสร้างความยุ่งยากต่อการเข้ารับบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงแก้ไขข้อจำกัดกรณีนี้ด้วยการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสวมหน้ากากอนามัย หรือแม้กระทั่งการอำนวยความสะดวกอาหารเข้าแบบบุฟเฟต์มาให้ผู้รับบริการที่โต๊ะตกหนักการเดินไปตกด้วยตนเอง เนื่องจากผู้รับบริการไม่ต้องการสวมถุงมือ สำหรับ

โรงแรมเครือฮิลตัน (Hilton) ได้รับข้อเรียกร้องเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ อาทิ บริการเสริมและอัตราส่วนลดค่าห้องพัก มีสาเหตุมาจากมูลค่าในการใช้บริการของผู้รับบริการชาวไทยอยู่ในระดับปานกลางไม่สูงมาก เช่นเดียวกับทางโรงแรมเครือแมริออท (Marriott) ที่ผู้บริหารและฝ่ายการตลาดต้องเรียนรู้ความต้องการในกิจกรรมของกลุ่มผู้รับบริการชาวไทยส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวและเข้ามาพักในเขตอำเภอหัวหิน จะนิยมการถ่ายภาพกับพื้นที่ชายหาด รวมทั้งพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโรงแรมที่มีการจัดสรรพื้นที่ที่มีการออกแบบที่สวยงามและแปลกตา เพื่อนำไปเผยแพร่ลงในสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่างอินสตาแกรม (Instagram)

2. วิเคราะห์การจัดการคุณภาพบริการ ของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 วิกฤตการณ์ ระลอก 3 โดยอ้างอิงแนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman et al. (1988) เพื่ออธิบายเกี่ยวกับช่องว่างทั้ง 5 ด้านดังต่อไปนี้

2.1 การจัดการคุณภาพบริการด้านความคิดเห็นของผู้รับบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการชาวไทยเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดใหม่ โรงแรมเครือฮิลตันและแอคคอร์ด ได้มีการเรียนรู้ด้วยวิธีการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการรับบริการในแผนกต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ปฏิบัติการตอบสนองในแต่ละขั้นตอน ที่จะต้องให้ความสำคัญกับความสะอาดของพื้นที่ เริ่มต้นตั้งแต่การดูแลก่อนการเข้าพัก ระหว่างการเข้าพัก และหลังการเข้าพัก ในขณะเดียวกันผู้บริหารจะต้องมีการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวประเทศไทย อาทิ สถิติการเดินทางและรายจ่ายที่เกิดขึ้น การป้องกันการแพร่ระบาดในโรงแรมเทรนด์การท่องเที่ยวยุคใหม่ หลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ลึกลับที่สุด ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ ทางโรงแรมเครือไฮแอทนำมาใช้ในการออกแบบสินค้าและบริการของโรงแรมให้มีความร่วมสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ เริ่มต้นตั้งแต่การออกแบบลักษณะของห้องพักให้มีความปลอดภัยด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้บริการจำเป็นต้องสัมผัสเพียงไม่กี่รายการ การเพิ่มรายการอาหารเพื่อเสริมภูมิทัศน์ด้านทานแก่งร่างกาย กิจกรรมการบริการส่งเสริมด้านสุขภาพความงามและการออกกำลังกายใน

โรงแรม ในขณะที่โรงแรมเครือไอเอชจีได้กล่าวถึงความท้าทายของกลุ่มตลาดผู้รับบริการชาวไทยที่เดินมาใช้บริการในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2563 เป็นกลุ่มที่ต้องการการดูแลเอาใจใส่ค่อนข้างสูง มีความคาดหวังการบริการพิเศษเพิ่มเติมที่อยู่นอกเหนือกับการบริการที่กำหนดเอาไว้ในสื่อประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกับโรงแรมเครือแมริออท ต้องเผชิญกับการรับมือกับความคาดหวังของผู้รับบริการกลุ่ม Gen X กับ Gen Y ชาวไทย เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างรอยต่อของการเข้ามาของเทคโนโลยี เริ่มมีรายได้ที่มั่นคง คำนึงถึงความคุ้มค่าด้านค่าใช้จ่าย เบื้องหน้าง่าย และมีการเปลี่ยนใจรวดเร็ว การทำความเข้าใจในพฤติกรรมของทั้ง 2 กลุ่มนั้น ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและภูมิหลังของผู้รับบริการแบบรายบุคคลจากระบบการลงทะเบียนของทางโรงแรม

2.2 การจัดการคุณภาพบริการด้านการออกแบบมาตรฐานการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมบริษัทข้ามชาติส่วนใหญ่จะเพิ่มแนวทางการปฏิบัติงานสำหรับผู้ให้บริการในทุกแผนกด้วยมาตรการสาธารณสุข เช่น การล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ การเว้นระยะห่างทางสังคม การทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลางและจุดสัมผัสทุก 2 - 4 ชั่วโมง เป็นต้น ในส่วนของงานห้องพักนั้น แผนกแม่บ้านจะต้องสวมถุงมือทุกขั้นตอนการทำความสะอาด การใช้น้ำยาฆ่าเชื้อไวรัส พร้อมกับกำกับการแจ้งมาตรฐานความปลอดภัยให้แก่ผู้รับบริการให้ทราบถึงลำดับขั้นตอนที่แนวทางการใช้บริการได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานตราสัญลักษณ์ไฮเอชเอ (SHA) โดยเฉพาะทางเครือข่ายแอคคอร์ด ได้มีการรวบรวมข้อมูลการสำรวจห้องพักของผู้รับบริการ เพื่อจัดเตรียมคำร้องขอเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกเอาไว้ล่วงหน้า พร้อมกับประสานงานกับกลุ่มบริษัทประกันภัยโควิด-19 เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการทุกคน ในขณะที่โรงแรมเครือไอเอชจี ได้มีการนำมาตรฐานการบริการเฉพาะของเครือข่ายสากลจากสหราชอาณาจักรที่ถูกบัญญัติใหม่ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 “Culture of Clean 5S” สำหรับการรับมือกับการแพร่ระบาดครั้งนี้ ได้แก่

- 1) Survey แผนกแม่บ้านสำรวจภาพห้องพักแจ้งไปยังเสมียนเพื่อแจ้งแผนกช่างสำหรับซ่อมบำรุง
- 2) Service การปฏิบัติตามมาตรฐานของเครือไอเอชจี เริ่มต้นด้วยการปฐมนิเทศชี้แจง

การปฏิบัติงานภายใต้สภาวะการแพร่ระบาด 3) Shine การใช้ น้ำยาเคมีทำความสะอาดในทุกจุดสัมผัสและผ้าแยกสีทำความสะอาดแต่ละจุดสัมผัสบ่อย อาทิ สีชมพู ใช้สำหรับลิฟต์ ลูกบิดประตู สุขภัณฑ์ในห้องน้ำ สีฟ้า ใช้กับกระจกหรือแก้ว 4) Stage การสำรวจความสะอาดจากการลงน้ำยาฆ่าเชื้อใน บริเวณต่างๆ ของห้องพัก 5) Self Intersect การประเมินคุณภาพด้วยผู้ตรวจสอบภาคกลางคืนก่อนส่งต่อห้องพักเข้าสู่ระบบ เช่นเดียวกับทางโรงแรมเครือฮิลตัน ที่ใช้มาตรฐานจาก เครือข่ายจากสหรัฐอเมริกาอย่าง “Hilton Clean Stay” ที่มีความคล้ายคลึงกับมาตรฐานตราสัญลักษณ์เอสเอสเอ ที่มีการใช้น้ำยาทำความสะอาดชนิดเข้มข้นในการเช็ดทำความสะอาดจุดสัมผัสที่ผู้รับบริการมีโอกาสสัมผัสกับเชื้อไวรัส

2.3 การจัดการคุณภาพบริการด้านศักยภาพการ ให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารของโรงแรมมีการ มอบหมายภาระงานให้ปฏิบัติงานจากที่บ้าน (Work From Home) ในบางตำแหน่ง ตามช่วงระยะเวลาการแพร่ระบาดใน ระลอก 1-2 โดยเฉพาะโรงแรมเครือฮิลตัน แอคคอร์ และ ไอเอสซี ที่สะท้อนปัญหาความรู้ของผู้ให้บริการลดลง ดังนั้น ทางผู้บริหารได้มีการเลือกใช้ช่องทางออนไลน์ อาทิ โปรแกรม ZOOM Cloud Meeting, Google Meeting, Microsoft Team สำหรับการนัดประชุมที่จะช่วยลดการพบปะกันสมาชิกคน อื่นๆ ในเชิงกายภาพที่มีโอกาสแพร่เชื้อไวรัสจากการรวมตัวกัน ของสมาชิกในองค์กร ร่วมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการ สร้างกลุ่มไลน์ (Line) สำหรับแจ้งเรื่องราวสำคัญเกี่ยวกับ มาตรการป้องกันโควิด-19 การมอบหมายภาระงานเร่งด่วนให้ สมาชิกได้ทราบล่วงหน้า การแจ้งซ่อมสิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณต่างๆ ในขณะที่เดียวกันโรงแรมเครือไอเอสซี ยังคงใช้ โปรแกรมสำเร็จที่พัฒนาภายใต้เครือข่ายอย่างระบบ Purchase Pass เพื่อติดต่อสั่งซื้อวัตถุดิบและสิ่งของจากกลุ่ม ผู้ขายปัจจัยการผลิต อีกหนึ่งการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ผ่าน ด้วยโปรแกรมที่สร้างขึ้นผ่านระบบออนไลน์ ร่วมกับการรับ สมัครบุคลากรใหม่ผ่านอีเมลและการสัมภาษณ์ผ่านระบบ ออนไลน์ ซึ่งเป็นการลดปริมาณของบุคคลภายในโรงแรมที่ อาจมีโอกาสเข้ามาแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 แก่สมาชิกคนอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามทางโรงแรมเครือแอคคอร์ทกลับมองว่า การ ปรับเปลี่ยนอัตรากำลังบุคลากรในช่วงการแพร่ระบาดแต่ละ รอบเป็นโอกาสที่โรงแรมจะพัฒนาทรัพยากรบุคคล พร้อมทั้ง

การนำหลักการสร้างทักษะใหม่ทดแทนแรงงานที่ขาดหาย (Reskills) เพื่อเพิ่มโอกาสให้แก่ผู้รับบริการได้เรียนรู้การ ปฏิบัติงานข้ามแผนก และหลักการต่อยอดทักษะการ ปฏิบัติงานดั้งเดิมที่เป็นอยู่ (Upskills) เพื่อการส่งเสริมความ ชำนาญมากยิ่งขึ้น สำหรับทางโรงแรมเครือไฮแอท ได้มีการ สำรวจความต้องการของผู้ให้บริการในหัวข้อที่แต่ละบุคคล ต้องการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะตนเอง เช่นเดียวกับทางเครือ แอคคอร์ที่ที่มีการเตรียมความพร้อมกับการฝึกอบรมผู้ให้บริการ ให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้แก่ สาเหตุของ การเกิดโรค การป้องกัน การเฝ้าสังเกตอาการผู้ป่วย ระดับ อาการหรือความรุนแรง การเฝ้าระวังรักษา และการกักตัว

2.4 การจัดการคุณภาพบริการด้านการสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมบริษัทข้ามชาติส่วนใหญ่ จะเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) และ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวสินค้าและบริการของทางโรงแรม ซึ่งเป็น สื่อสังคมออนไลน์ที่มีคุณสมบัติการโต้ตอบกับผู้รับบริการ ผ่านกล่องข้อความได้ตลอด 24 ชั่วโมง หรือการจัดส่งกิจกรรม ส่งเสริมการขายแบบกระจายบัญชีรายชื่อได้พร้อมกัน ทางผู้ดูแลระบบยังสามารถตั้งค่าการส่งข้อความแบบอัตโนมัติ ในรูปแบบประโยคสั้นๆ โดยเนื้อหาอาจจะต้องประกอบไปด้วย ข้อความ ภาพถ่าย และคลิปวิดีโอที่บ่งบอกถึงการบริการที่มี ความปลอดภัย เพื่อเรียกความเชื่อมั่นและสนับสนุนการ ตัดสินใจในการใช้บริการ สำหรับทางโรงแรมเครือฮิลตันได้มีการ เพิ่มช่องทางการสื่อสารเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผ่านจอทีวีภายในห้องพักที่ให้ความรู้ สักในการรับชมดิจิทัลบอร์ด เพื่อเน้นย้ำมาตรการ “Clean Stay Experience” ร่วมกับการติดตั้งระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อให้ผู้รับบริการที่ต้องการสัมผัสกับประสบการณ์ แบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) ได้รับทราบถึงความปลอดภัย ที่ผู้รับบริการจะต้องปฏิบัติตาม พร้อมข้อความแจ้งเตือนจาก ทางโรงแรมตั้งแต่เริ่มการลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) จนถึงลงทะเบียนออกจากห้องพัก (Check Out) รวมทั้งการ นำเอาระบบตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ทางการท่องเที่ยว (OTA: Online Travel Agent) เพื่อเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ การจัดจำหน่ายห้องพัก 3 ลำดับที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ Agoda, Booking และ Traveloka นอกจากนี้ การเข้าร่วม

กิจกรรมส่งเสริมการขายกับโครงการต่างๆ กับทางรัฐบาลตามเงื่อนไขด้วยมูลค่า ระยะเวลาการเข้าพัก และกลุ่มเป้าหมาย อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน สิทธิพิเศษสำหรับประชาชนทั่วไปในการใช้ส่วนลดค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเที่ยวบินโดยสาร และค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว หรือโครงการกำลังใจ สิทธิพิเศษสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ด้วยอัตราค่าบริการท่องเที่ยวจำนวน 2 วัน 1 คืน มูลค่าไม่เกิน 2,000 บาท

2.5 การจัดการคุณภาพบริการด้านการรับรู้ความพึงพอใจ ผลการศึกษาพบว่า การสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการบริการด้วยแบบสอบถาม ทางโรงแรมบริษัทข้ามชาติแต่ละแห่งจะเลือกใช้เครื่องมือที่แตกต่างกันไปตามศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับทางโรงแรมเครือแอมริคอตได้พัฒนาโปรแกรมประยุกต์อย่าง “Best Point” ที่สามารถรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีการลงทะเบียนเอาไว้เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์คุณลักษณะของการบริการในแต่ละประเด็น เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ความปลอดภัย การบริการ อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ในขณะที่โรงแรมเครือแอดคอร์ทจะเลือกศึกษาประเด็นด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวกับจุดประสงค์การเข้าพัก ขนาดของห้องพัก และความต้องการการบริการเสริมอื่นๆ ผลลัพธ์จากการสำรวจจะเป็นข้อมูลที่ฝ่ายการตลาดสามารถนำไปออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในส่วนของโรงแรมในเครือไฮแอทได้มีการส่งเสริมประเมินความพึงพอใจในการเข้าพักส่งต่อไปยังอีเมลล์ของผู้รับบริการ พร้อมให้ความสำคัญกับการแสดงเจตนาการเคารพความเป็นส่วนตัว เพื่อให้ผู้รับบริการทราบว่าทางโรงแรมจะนำเอาข้อมูลไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่มีเจตนาในการเผยแพร่หรือส่งต่อไปยังหน่วยงานอื่น โดยจะมีการเชื่อมโยงเครือข่ายไปยังฐานข้อมูลแบบการตอบสนองทันที (Realtime) แผนกบริการต่างๆ สามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขปัญหาตามข้อเสนอแนะไม่ให้เกิดกลับมาเกิดขึ้นซ้ำ เมื่อผู้รับบริการรายเดิมกลับมาใช้บริการ แต่สำหรับโรงแรมเครือแอดคอร์ทจะมีวิธีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้รับบริการทันทีระหว่างรอกระบวนการลงทะเบียนออกจากห้องพัก ทางแผนกบริการส่วนหน้าจะส่งแท็บเล็ต พีซี เพื่อประเมินค่าคะแนนผ่านฟอร์มของกูเกิล (Google Form) นอกจากนี้ โรงแรมเครือฮิลตัน ยังใช้วิธีการรวบรวมข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบของ

ผู้รับบริการที่เคยมาเข้าพักอาศัยด้วยการสุ่มแบบสะดวกจากสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ทีวีทั่วไประยะ และ กลุ่มโอทีเอ (OTA)

อภิปรายผล

1. ปัญหาและข้อจำกัดในการจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอก 3 ผลการศึกษาพบว่า ความวิตกกังวลของการแพร่ระบาดใหม่ในแต่ละรอบในประเทศไทย ทำให้ผู้รับบริการบางส่วนที่เกิดความวิตกกังวลตัดสินใจยกเลิกสำรองห้องพักเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้โรงแรมต้องสูญเสียรายได้มูลค่ามหาศาลเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี หนึ่งในวิธีการรักษาต้นทุนด้วยการปรับลดจำนวนผู้ให้บริการเท่าที่จำเป็น เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดในช่วงที่โรงแรมมีรายได้ลดลง โดยการบริหารอัตรากำลังคนของแต่ละแผนกให้เพียงพอต่อในช่วงวันหยุดยาวที่มีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากกว่าปกติ รวมทั้งผู้ให้บริการจะต้องดูแลรักษาสุขอนามัยของตนเองก่อนอันดับแรก เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การสวมถุงมือ การเว้นระยะห่างระหว่างปฏิบัติหน้าที่ เป็นต้น เนื่องจากจะต้องมีการดูแลกลุ่มผู้รับบริการอย่างใกล้ชิด ทำให้การบริการแสดงถึงความกระตือรือร้นระหว่างบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim et al. (2021) พบว่า การจัดการโรงแรมในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสช่วงโควิด-19 ด้วยการนำเข้าหุ่นยนต์เข้ามาทดแทนแรงงานมนุษย์ที่มีโอกาสเป็นพาหะของการแพร่ระบาด อีกทั้งยังสามารถปฏิบัติหน้าที่ตามโปรแกรมคำสั่งได้ตรงต่อเวลาไม่ล่าช้า แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่หุ่นยนต์เหล่านี้ยังไม่สามารถชดเชยแรงงานมนุษย์ได้นั้นก็คือการใช้ทักษะมนุษย์สัมพันธ์ด้วยการสื่อสารแบบวัจนภาษา และแบบอวัจนภาษาที่สะท้อนความเอาใจใส่ระหว่างบุคคล

นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกองค์กรที่โรงแรมบริษัทข้ามชาติ ทุก เครือข่าย จะต้องยินยอมปรับเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้รับบริการชาวไทย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่ชาวต่างชาติยังไม่สามารถเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ถึงแม้กลุ่มเป้าหมายใหม่จะมีกำลังการซื้อที่สูงมากนักเมื่อเทียบกับชาวต่างชาติ ทางผู้บริหารจะต้องมีการจัดเตรียมการรูปแบบกิจกรรมใหม่ตามกระแสความนิยมของชาวไทยกับการเลือกมาเข้าพักอาศัยในสถานที่ที่สะดวกสบาย

สามารถถ่ายภาพเพื่อเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ ทางโรงแรมได้มีการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพด้วยระดับความภูมิทัศน์ให้มีความน่าสนใจด้วยการตกแต่ง เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดกลุ่มผู้รับบริการชาวไทยโดยเฉพาะ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาส ปลั่งกลม และวิตติกา ทางชั้น (2564) พบว่า การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทำให้ธุรกิจโรงแรมบางแห่งตัดสินใจปิดกิจการชั่วคราว พร้อมกับการปรับปรุงสิ่งก่อสร้างภายใน-ภายนอก โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมตามแนวคิดอารยสถาปัตยกรรมสำหรับผู้รับบริการทุกเพศทุกวัย ผสมผสานกับศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นอันทรงคุณค่า

2. วิเคราะห์การจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอก 3 แบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้

2.1 ด้านความคิดเห็นของผู้รับบริการ ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมบริษัทข้ามชาติบางเครือข่ายใช้เทคนิคการสืบค้นข้อมูลเชิงพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการชาวไทยผ่านระบบสารสนเทศภายนอกองค์กรอื่นๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ข้อมูลเหล่านี้จะสามารถพยากรณ์ถึงความคาดหวังของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดของพื้นที่ของโรงแรม นับว่าเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการความปลอดภัยในระดับขั้นสูงสุด รวมทั้งความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการชาวไทยให้ความสนใจกับการเข้าพักยังมีความหลากหลายของช่วงอายุ โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen X และ Gen Y ที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงตามกระแสความนิยมอย่างรวดเร็ว ไม่ยึดติดกับการบริการที่จำเจ ดังนั้นผู้บริหารต้องปรับเปลี่ยนการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของทิตาพร รุ่งสถาพร (2562) พบว่า พฤติกรรมของผู้รับบริการในช่วงภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 38 ปีขึ้นไป หรือกลุ่ม Gen Y มีการตัดสินใจซื้อทันทีภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว มีความอ่อนไหวต่อราคาส่วนลดพิเศษ สินค้าและบริการต้องตรงกับความต้องการกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งคุณลักษณะของสินค้าและบริการจะต้องไม่ซ้ำกับคู่แข่ง ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Davahli et al. (2020) พบว่า การแพร่ระบาดของ

เชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการหันมาเลือกใช้ข้อมูลภูมิทัศน์ที่น่าเชื่อถือไม่ว่าจะเป็นสถิติหรือการวิจัย เพื่อวิเคราะห์การสูญเสียรายได้ พฤติกรรมการตอบสนองต่อธุรกิจประเภทการเดินทาง ตลอดจนการประสานงานขอความร่วมมือจากรัฐบาลเข้ามาช่วยสนับสนุนด้านสุขภาพและความปลอดภัยทั้งผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ

2.2 ด้านการออกแบบมาตรฐานการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติตามมาตรฐานสากลของโรงแรมบริษัทข้ามชาติแต่ละภูมิภาค ที่มีความคล้ายคลึงกันในข้อกำหนดการดูแลความสะอาดของห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง การใช้ผ้าแต่ละสีในการเช็ดทำความสะอาด การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล ในขณะที่เดียวกันกลุ่มผู้รับบริการจะต้องมีส่วนร่วมกับการปฏิบัติตามเงื่อนไขของทางโรงแรมที่มีการประกาศหรือแจ้งให้ทราบ สอดคล้องกับเงื่อนไขการปฏิบัติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ที่กำหนดไว้ว่า การผ่อนปรนกิจการเพื่อเฝ้าระวังการแพร่ระบาดสำหรับกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท จะมีการแบ่งพื้นที่สำหรับการดูแลรักษาความปลอดภัย 5 ส่วนหลัก ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง ห้องพัก ห้องประชุม ห้องอาหาร และห้องออกกำลังกาย โดยจะมีจุดคัดกรอง กำหนดทางเข้า-ออกเพียงจุดเดียว มีจุดล้างมือ จำกัดจำนวนกลุ่มผู้รับบริการ การทำความสะอาดพื้นและจุดสัมผัสทุก 2 ชั่วโมง การตรวจสุขภาพของผู้ให้บริการก่อนการปฏิบัติงานต้องมีอุณหภูมิร่างกายไม่เกิน 37.5 องศาเซลเซียส ในขณะที่เดียวกันทางผู้ประกอบการจะต้องมีการควบคุมกลุ่มผู้รับบริการให้ปฏิบัติตามเงื่อนไข อาทิ กำหนดให้ห้องพัก 1 ห้องมีผู้รับบริการไม่เกิน 2 คน การขอความร่วมมือให้มีการชำระค่าบริการแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามาตรการเหล่านี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Japutra and Situmorang (2021) พบว่า การปรับเปลี่ยนธุรกิจโรงแรมให้เข้ากับสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้วยการทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการ การใช้กฎระเบียบด้านความปลอดภัยของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มในโรงแรม ตลอดจนการรับมือกับวิกฤตจากภัยคุกคามของโรคระบาดติดต่อร้ายแรงชนิดอื่นๆ ที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วในโลก เพื่อนำเทคนิคบางประการมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนามาตรฐานการบริการ

2.3 ด้านศักยภาพการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า การมอบหมายการปฏิบัติงานที่บ้าน ผ่านการใช้โปรแกรม

สำเร็จรูปและสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ตามความเหมาะสมของแผนงาน นอกจากนี้จะช่วยลดปริมาณของผู้ให้บริการที่จะเข้าปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละวันแล้วผู้ควบคุมการปฏิบัติงานยังสามารถติดตามความคืบหน้าของภาระงานได้อย่างครบถ้วน รวมทั้งทางโรงแรมบริษัทข้ามชาติยังมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยการนำหลักการเพิ่มทักษะใหม่ที่องค์กรต้องการและการต่อยอดทักษะเดิมให้มีความชำนาญเพื่อเพิ่มสมรรถนะการสามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายภาระหน้าที่ ตลอดจนการส่งเสริมองค์ความรู้ด้วยการฝึกอบรมการรับมือกับเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวังมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) พบว่า การปรับตัวของธุรกิจบริการให้อยู่ในรอดในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นการมุ่งพัฒนากระบวนการทำงานที่มีความยืดหยุ่นด้วยการอนุญาตให้ทำงานได้ที่บ้านพักอาศัย เน้นปริมาณคนจำนวนน้อยในแผนกแต่รักษาคุณภาพของงาน พร้อมกับพัฒนาขอบเขตงานด้วยการปฏิบัติงานข้ามสายได้หลากหลายหน้าที่ และอาจเป็นการค้นพบทักษะใหม่ในแผนกที่ไม่เคยทดลองปฏิบัติมาก่อน ตลอดจนการคัดเลือกผู้ให้บริการบางตำแหน่งให้อยู่ต่อในช่วงที่โรงแรมกำลังเผชิญกับปัญหาการมีรายได้ลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agarwal (2021) พบว่า การมาเยือนของเชื้อโรคไวรัสโควิด-19 เป็นอีกบทพิสูจน์ทักษะของผู้ให้บริการ ในขณะที่ประชาชนจำนวนมากที่ทำงานในโรงแรมถูกยกเลิกการจ้างงาน เนื่องจากความไม่มั่นคงทางการเงินที่เกิดขึ้นมากกว่า 1 ปี ดังนั้นองค์กรต้องเลือกที่จะรักษาผู้ที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับองค์กร หรือแม้กระทั่งการพิจารณาให้ผู้มีเงินเดือนสูงให้ลาออกด้วยความสมัคร โดยกลุ่มงานปฏิบัติการจะเป็นแผนกที่ถูกเลิกจ้างมาเป็นอันดับต้นๆ มากที่สุด เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานยกกระเป๋า พนักงานเสิร์ฟ ผู้ช่วยพ่อครัว เป็นต้น

2.4 ด้านการสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลกิจกรรมการส่งเสริมการขายถูกกำหนดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการโต้ตอบกับผู้ดูแลระบบของทางโรงแรม รวมทั้งยังสามารถเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ไปยังแพลตฟอร์มอื่นๆ ในแต่ละบัญชีผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็วมากกว่าการใช้การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์หรือการจัดงานอีเวนต์ที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่อาจ

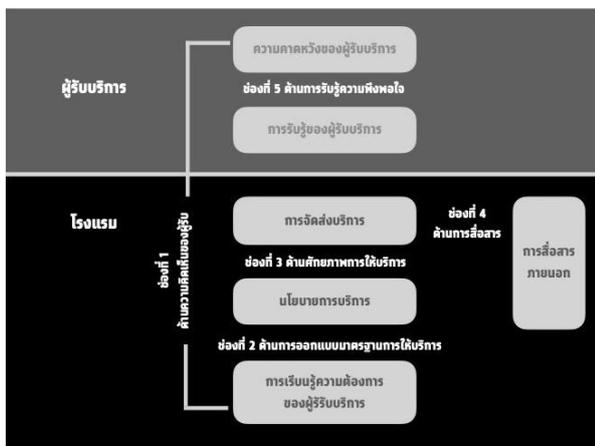
พบเห็นได้น้อย เนื่องจากความถี่ในการออกไปนอกที่พักอาศัยน้อยลงกว่าสถานการณ์ปกติ ยิ่งไปกว่านั้นการใช้บริการฝากขายห้องพักผ่านกลุ่มโอทีเอทีที่เปรียบเสมือนแหล่งรวมข้อมูลของโรงแรมแต่ละภูมิภาค ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่อีกเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับมุมมองของสถาพร โอภาสานนท์ (2563) ได้อธิบายว่า การใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร การรับข้อร้องเรียนหรือข้อคิดเห็นจากผู้รับบริการ การออกแบบเนื้อหาในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ต้องสื่อสารอย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา กระชับเข้าใจง่าย และจะต้องสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaudhary et al. (2020) พบว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะช่วยให้ผู้รับสารนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น การสร้างเนื้อหาที่มีความเป็นไปได้อาจบ่งบอกถึงความมั่นคงในการให้บริการและเพิ่มความไว้วางใจในตราสินค้าขององค์กรและเพิ่มคุณภาพของการสื่อสาร ที่คลายความกังวลกับพื้นที่ที่จะเดินทางเข้ามาอีกด้วย

2.5 ด้านการรับรู้ความพึงพอใจ ผลการศึกษาพบว่า ข้อบกพร่องของการบริการอาจมีสาเหตุมาจากสถานที่หรือจุดให้บริการ นโยบายให้บริการ ความชำนาญของผู้ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ทางผู้บริหารของโรงแรมบริษัทข้ามชาติสามารถรวบรวมข้อคิดเห็นเหล่านี้หลังกระบวนการให้บริการได้สิ้นสุดลง ผ่านเครื่องมือลักษณะเป็นแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการบริการให้มีคุณภาพในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับกลุ่มผู้รับบริการรายเก่าที่เดินทางกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา แก้วชู (2563) พบว่า กลุ่มผู้รับบริการจะให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความปลอดภัยของโรงแรม การลดราคาค่าที่พักและบริการ การสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ นับว่าเป็นข้อมูลที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการแก้ไขในระยะสั้นและการเตรียมความพร้อมในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการต่างๆ หลังวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สิ้นสุดลง ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cai et al. (2021) พบว่า การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์

ทางการตลาด การสนับสนุนด้านนโยบายของรัฐด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย และการออกแบบที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้ง 4 ประเด็นนี้ เกิดขึ้นมาจากการที่ผู้ประกอบการได้การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริการหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ชะลอตัว ผลลัพธ์ยังเป็นการอธิบายข้อได้เปรียบและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในโรงแรม

สรุปผลการวิจัย

การวางแผนการรับมือกับภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ชัดเจน ตั้งแต่ครั้งแรกในประเทศไทย การแก้ไขปัญหาจึงเป็นเพียงแค่กระบวนการรับมือแบบระยะสั้นเท่านั้น ดังนั้นผู้บริหารควรมีการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลกระทบจากวิกฤตให้ครอบคลุมในทุกมิติ ข้อดีของการจำแนกออกเป็นช่องทางแต่ละด้าน จะช่วยให้ผู้บริหารโรงแรมและผู้ให้บริการสามารถจัดการกับข้อจำกัดที่ค้นพบได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามรายละเอียดดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบการจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบรรมช้ข้ามชาติในแต่ละช่องทาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริการชาวไทยมักถูกกระตุ้นด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบตัดราคาเป็นหลัก หรือการรับสิทธิพิเศษจากโครงการของทางรัฐบาล ซึ่งจะได้จากกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาโครงสร้างรายได้ที่ยั่งยืน หากการแพร่ระบาดยังไม่สามารถควบคุม ผู้บริหารโรงแรมควรมีการปรับเปลี่ยนกลุ่มตลาดเป้าหมายภายในประเทศใหม่ โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มที่มี

ศักยภาพ (Elite) ที่มีความพร้อมในการซื้อสูง ต้องการความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว อีกทั้งคาดการณ์ว่า ธุรกิจโรงแรมประเภทบรรมช้ข้ามชาติในประเทศไทยควรมีบริการเหมาโรงแรม การออกแบบเฉพาะบุคคลที่เข้มข้นที่สุด (พรพนศา ธีระวงศ์สกุล, 2564) เพื่อเป็นการปิดช่องว่างด้านการสื่อสารด้วยเทคนิคการหาผู้รับบริการชาวไทยให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยที่สนใจสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากกลุ่มผู้ปฏิบัติงานในแผนกบริการ ผู้จัดการทั่วของโรงแรมแต่ละเครือข่าย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรมไทย สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น ตลอดจนกลุ่มนักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริการและการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่การศึกษา โดยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่มย่อยเพิ่มเติม

2. ผู้วิจัยที่สนใจสามารถปรับเปลี่ยนขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีกลุ่มโรงแรมประเภทบรรมช้ข้ามชาติหลากหลายเครือข่ายมากกว่า 5 กลุ่มที่มีความแตกต่างด้านมาตรฐานการบริการที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมองค์กรทั้งจากยุโรป อเมริกา และฮ่องกง อีกทั้งในเขตกรุงเทพมหานครยังเป็นศูนย์กลางของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในทุกๆ ครั้งที่ผ่านมา ผลกระทบจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นจะสามารถนำไปใช้เป็นตัวแบบแก่กลุ่มโรงแรมขนาดใหญ่และขนาดกลาง ในเขตภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย

3. ผู้วิจัยที่สนใจสามารถเลือกใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยเทคนิคการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้บริการในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผลการศึกษาจะสามารถนำไปปรับปรุงกระบวนการให้บริการภายใต้บริบทของ New Normal

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนการดำเนินโครงการ แนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์. (2564, 12 มีนาคม). *โรงแรมหลังโควิด 19 ต้องดีไซน์อย่างไร*. สืบค้นจาก <https://www.terrakk.com/articles/199544/-/โรงแรมหลังโควิด-19-ต้อง-ดีไซน์-อย่างไร>
- จุฑามาส ปลื้มกลม, และ วิตติกา ทางชั้น. (2564). *บริบทโรงแรมสำหรับรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ในบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น, รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 22. วันที่ 25 มีนาคม 2564 ภาคบรรยาย (น. 293-299). การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 22 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.*
- ญานิศา แก้วขำ, และ เจจิรา ราชบุตร. (2561). *การวิเคราะห์ช่องว่างคุณภาพการให้บริการบุคลากรด้วยเครื่องมือ SERVQUAL กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีของ (โครงการการศึกษาตามหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.*
- จิตาพร รุ่งสถาพร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณ และพิษณุโลก (การศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). *การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด 19 ในประเทศไทย. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1), 1-26.*
- พรไพลิน จุลพันธ์. (2564, 9 เมษายน). *โควิดรอบ 3 คาดรายได้ท่องเที่ยวสะพัดในช่วงสงกรานต์หายไปกว่า 2.4 พันล้านบาท. กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นจาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/931584?fbclid=IwAR03i_J_TAOZUikhEGuWGdbpLPY_TDGTojD4v-4YVeCX9h9xKhBfa_NeONk*
- พรรณศา วีระวงศ์สกุล. (2564). *Traveler of Tomorrow Elite Travel Trends. TAT Review, 7(2), 27-33.*
- พัชรียา แก้วชู. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 (การศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ระชานนท์ ทวีผล, กนกพร ธิตะโพธิ์, กรกนก ชัยศิลป์เจริญ, ญัฐฐณิชา เบญจวานิช, นิชชาภัทร ตั้งกุลธนะวุฒิ และ ศิริวรรณ หากลินดี. (2564). *แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการไร้จุดมุ่งมั่นบนฐานแนวคิดภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19. วารสารศิลปศาสตร์ มทร. กรุงเทพ, 3(1), 36-48.*
- วีณา บารมี. (2564, 12 เมษายน). *ส่องไอเดียรับมือโควิด-19 ในธุรกิจท่องเที่ยวทั่วโลก*. สืบค้นจาก https://oncelife.co/travel-innovation-trends?fbclid=IwAR23yuHV3JDd2nJahMmdVgd6-lqPp7dUGI8yngv7d4nzEhW2O_BaBXOvL17s
- สถาพร โอภาสานนท์. (2563). *การจัดการโลจิสติกส์ในช่วงวิกฤตโรคระบาด. COVID-19 Business Survival by TBS, 1(1), 6-14.*
- อัญญา ปลดเปลื้อง. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปรากฏการณ์วิทยา, Data analysis in Phenomenology Studies. วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข, 23(2), 1-10.*
- Agarwal, P. (2021). *Shattered but smiling: Human resource management and the wellbeing of hotel employees during COVID-19. International Journal of Hospitality Management, 93, 55-65.*

- Cai, G., Hong, Y., Xu, L., Gao, W., Wang, K., and Chi, X. (2021). An Evaluation of Green Ryokans through a Tourism Accommodation Survey and Customer -Satisfaction-Related CASBEE-IPA after COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13, 145-169.
- Chaudhary, A., M., Chaudhary, I., N., and Ali, Z., A. (2020). Enhancing University's Brand Performance during the COVID-19 Outbreak: The Role of ICT Orientation, Perceived Service Quality, Trust, and Student's Satisfaction. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 14(3), 629-651.
- Davahli, R., M., Karwowski, W., Sonmez, S., and Apostolopouls, Y. (2020). The Hospitality Industry in the Face of the COVID-19 Pandemic: Current Topics and Research Methods. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(20), 1-20.
- Denzin, N., K. (1989). *The Research Act* (Third Edition). New York, McGraw-Hill.
- Japutra, A., and Situmorang, R. (2021). The repercussions and challenges of COVID-19 in the hotel industry: Potential strategies from a case study of Indonesia. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 1-12.
- Haigh, R. (2021, 12 April). *Top 50 Hotels Brands Ranking*. Retrieved from <https://brandirectory.com/rankings/hotels/table>.
- Kim, S., Kim, J., Badu-Baiden, F., and Giroux, M. (2021). Preference for robot service or human service in hotels? Impacts of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 1-12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., V., and Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Zhiyong, Y. U., Yu, Z., He, J., and Zhou, J. (2020). Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak. *Current Issues in Tourism*, 23(1), 1-7.

ความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน
หลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
Sustainable Community-Based Tourism Resilience After the Covid-19 Pandemic
of Ban Hua Aow Community, Sampran, Nakhon Pathom

พิมพ์ชนก มุลมิตร์^{1*} พิทักษ์ ศิริวงศ์²

Pimchanok Mulmit^{1*} Phitak Siriwong²

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

(Received: June 11, 2021; Revised: August 22, 2021; Accepted: September 15, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และเพื่อศึกษาความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 12 คน ด้วยวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทางการท่องเที่ยวพื้นที่ชุมชนบ้านหัวอ่าว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ และทำการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่าชุมชนบ้านหัวอ่าวมีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้ องค์ประกอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เน้นวิถีชีวิตการเกษตรอินทรีย์ที่พึ่งพิงธรรมชาติ ด้านชุมชน คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว โดยมีศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวเป็นจุดศูนย์กลางของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวอ่าว ด้านการจัดการ ชุมชนมีการบริหารจัดการคณะกรรมการหมู่บ้านมีการกำหนดเกณฑ์การเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ และมีการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าวพบว่าชุมชนบ้านหัวอ่าวมีการรับมือกับสถานการณ์โควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพทันทั้งที่คนในชุมชนปฏิบัติตามและจำกัดบริเวณตนเองอยู่ในพื้นที่ของตน แต่ยังคงดำเนินการทำอาชีพการเกษตรของตนเอง สำหรับการปรับตัว ชุมชนมีการดำเนินการติดตั้งจุดคัดกรอง จุดลงทะเบียน จุดวัดอุณหภูมิ การกำหนดมาตรการในการสวมใส่หน้ากากตลอดเวลา และเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเข้ามาเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ การสร้างความรู้ความเข้าใจด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้แก่คนในชุมชนในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดรับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัว การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน สถานการณ์โควิด-19

Abstract

The research aimed to study community – based tourism components of Ban Hua Aow community, Sampran, Nakhon Pathom and to study sustainable and strengthening community-based tourism resilience throughout the COVID–19 pandemic and beyond of Ban Hua Aow community, Sampran, Nakhon Pathom. This research is qualitative research using phenomenological methods. The data were collected by group interview from 12 key informants by

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Lecturer, Tourism and Hotel Programme, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

² Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University

purposive sampling from tourism stakeholders in the Ban Hua Aow community. Its instrument used for data collection include: in-depth interview and do a thematic analysis.

The results indicated as follows; Ban Hua Aow community had community – based tourism components that were: natural tourism resources and cultural aspect that emphasized organic farming, lifestyles that relied on nature; community aspect, local people formed a group of Ban Hua Aow Organic Agriculture Community Enterprise with Ban Hua Aow Organic Agriculture Learning Center was the center of Ban Hua Aow community – based tourism; management aspect, the community was managed by the village committee, there were criteria for joining organic farming community enterprises have been established and the benefits of community-based tourism were managed; also, learning aspect, focusing on creating mutual learning among local people and tourists about organic farming according to the Sufficiency Agriculture Philosophy.

The resilience of sustainable community-based tourism management after the COVID-19 situation of Ban Hua Aow communities found that local people have been cope with the COVID-19 situation effectively and promptly. They have followed and lock down themselves in their area but still carried on his own agriculture. For adaptation, they installed screening points, registration points, temperature measurement points and measured to wear a face mask at all times. Furthermore, they transformed the distribution of organic products by adding more online distribution channels, encouraged local people to take part in becoming a member of the organic farming community enterprise and raised awareness of hygiene and sanitation safety for them in preparation for the arrival of tourists.

Keywords: resilience, sustainable community-based tourism, COVID-19 pandemic

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความแปรปรวนและอ่อนไหวอย่างมากจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ถดถอย ภาวะความตึงเครียดทางการเมือง การเกิดภัยพิบัติในแหล่งจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว และรสนิยมของผู้บริโภค (Cottrell, 2001) รวมทั้งการเกิดโรคระบาดต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เห็นได้จากวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แม้ว่าการเกิดโรคระบาดไม่ใช่เรื่องใหม่ เช่นเดียวกับวิกฤตและภัยพิบัติอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน ภาคธุรกิจ ชุมชน และประเทศชาติได้ (Prayag, 2020) ทว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 นั้นได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงและต่อเนื่อง จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกจากผลกระทบของโควิด-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกและยังคงได้รับผลกระทบมากเป็นอันดับหนึ่ง และเกิดปรากฏการณ์ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว

(Non-tourism) แทนที่ภาวะการท่องเที่ยวล้นเมือง (Over tourism) (Gössling, Scott and Hall, 2020)

แนวโน้มการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับการเดินทางไปสัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิมของพื้นที่ต่างๆ ในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ เริ่มมีการกระจายตัวสู่ชุมชน ส่งผลให้ท้องถิ่นหลายแห่งตั้งรับการมาถึงของนักท่องเที่ยวโดยนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2558) ดังนั้นทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังโควิด-19 ควรตระหนักว่า ชุมชนถือเป็นพื้นที่ทางสังคมที่มีความเปราะบาง ซึ่งหากมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อเชิงลบอย่างมาก จึงควรเสริมสร้างความสามารถในการรับมือให้แก่ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และให้ความสำคัญกับการสร้างองค์ความรู้ รวมถึงการกำหนดมาตรการที่ชุมชนจะสามารถนำไปใช้เพื่อการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสม ได้แก่ การสร้าง

ความมั่นใจทั้งในด้านของนักท่องเที่ยวและชุมชน บนพื้นฐานของความปลอดภัยและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA) และ 3Cs ประกอบด้วย Care, Clean, Clear (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับใช้สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการสร้างมาตรการป้องกันและยกระดับความปลอดภัยของคนในชุมชนและยังเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งนี้ประเด็นสำคัญที่ชุมชนต้องนำมาพิจารณาได้แก่ การลงทะเบียนนักท่องเที่ยว การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว และการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลขณะร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังโควิด-19 นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยว แต่ข้อจำกัดต่างๆ ที่เกิดขึ้นทำให้การท่องเที่ยวในประเทศและการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นเป้าหมายสำคัญ และนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยมากกว่าการไปในแหล่งท่องเที่ยวหลักที่มีคนจำนวนมาก ดังนั้นจากความต้องการที่คาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นของนักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนต้องมีความสามารถในการรับมือ และปรับตัวทั้งในด้านการรองรับและการป้องกัน ถือเป็น New Normal ของชุมชนภายใต้แนวคิดการปรับตัวเชิงรุก "Resilience" ที่ต้องพัฒนาความสามารถของประเทศใน 3 ด้าน ดังนี้ 1) Cope (พร้อมรับ) เป็นความสามารถในการต้านทาน เยียวยา และฟื้นฟูสภาพจากวิกฤต 2) Adapt (ปรับตัว) ความสามารถในการปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น 3) Transform (เปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโต) (สุทธิพันธ์ จิตพิมลมาศ, 2563; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

จากสถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าคนในชุมชนถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในท้องถิ่น เนื่องจากคนในชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างความพร้อมคนในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีใหม่ รวมถึงตระหนักในเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัย รวมถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ

คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559; ภิวานี เผือกบัวขาว, 2563)

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนกระจายไปตามอำเภอต่างๆ โดยมีนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนต่างๆ นำมาใช้ในการจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นชุมชนเกษตรกรรมที่มีทรัพยากรทางด้านดิน น้ำที่อุดมสมบูรณ์ คนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักทำสวนผลไม้ และเน้นการสร้างจิตสำนึกให้กับคนภายในชุมชนตระหนักถึงผลกระทบทางลบของการใช้สารเคมีจึงเกิดการร่วมมือ เปลี่ยนวิถีชีวิตมาทำเกษตรอินทรีย์จนเป็นชุมชนหนึ่งที่มีความโดดเด่นทางด้านเกษตรอินทรีย์ ซึ่งคนในชุมชนมีการรวมตัวกันและร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ชุมชนโดยประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางในการดำเนินงาน (ธนพร รุ่งมณี, ปฎิภา กานต์ พงษ์มา, สวิธญา สร้อยระย้า และพรธิช เทศเรือง, 2561) ปัจจุบันชุมชนบ้านหัวอ่าวมีความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านผลิตภัณฑ์ ถึงแม้ว่าชุมชนบ้านหัวอ่าวเป็นชุมชนที่เน้นการทำเกษตรอินทรีย์ที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนเกษตรอินทรีย์ของชุมชนบ้านหัวอ่าว ทำให้รายได้จากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวลดลง แต่คนในชุมชนสามารถปรับการจัดการในชุมชนเน้นที่การทำเกษตรอินทรีย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและนำไปจัดจำหน่ายในช่วงสถานการณ์ที่มีการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโควิด-19 จากประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่ชุมชนยังสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และการเสริมสร้างพลังชุมชนที่นำไปสู่การเพิ่ม ศักยภาพกิจกรรมและรูปแบบทาง

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ของชุมชนหลังสถานการณ์โควิด-19 ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยาเป็นกระบวนการของการเรียนรู้และทำความเข้าใจความหมายของประสบการณ์ของคนในชุมชนผ่านการสนทนากับกลุ่มบุคคลซึ่งใช้ชีวิตอยู่ในประสบการณ์นั้นๆ โดยเน้นการตีความปรากฏการณ์ภายในบริบททางสังคมของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนของชุมชนบ้านหัวอ่าวในการเผชิญปัญหาและปรับตัวในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 (Moustakas, 1994; Van Manen, 2014) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จำนวน 12 คน ด้วยวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวพื้นที่ชุมชนบ้านหัวอ่าว ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้นำในชุมชน จำนวน 3 คน ได้แก่ ประธานศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน 1 คน และ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน 1 คน เนื่องจากเป็นผู้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว 2) สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว จำนวน 9 คน โดยมีแนวทางในการเลือกผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มนี้ดังนี้ คือ เป็นคนในชุมชนบ้านหัวอ่าวและเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตร

อินทรีย์บ้านหัวอ่าว มากกว่า 3 ปี และมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหัวอ่าว

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ (Research guidelines)
3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) โดยการจัดระเบียบข้อมูล ตีความและนำมาแปลผลสรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวอ่าว และความสามารถในการเผชิญปัญหาและการปรับตัวในการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (Denzin, 1978) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้นมีความถูกต้องหรือไม่ โดยตรวจสอบแหล่งข้อมูลในด้านของสถานที่ เวลา และผู้ให้ข้อมูลที่ได้นั้นถูกต้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงและตอบปัญหาการวิจัยโดยการตรวจสอบแหล่งข้อมูลโดยใช้แนวคิด ทฤษฎี ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับความยืดหยุ่น แนวคิดทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน แนวคิดมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการตีความ (Interpretation) จากพฤติกรรม และอวัจนภาษาระหว่างการให้สัมภาษณ์ ในส่วนของข้อมูลที่ไม่สามารถพิสูจน์ถึงความถูกต้องหรือขาดความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลนั้นมาใช้ในงานวิจัย

ผลการวิจัย

1. องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวอ่าว มีรายละเอียดดังนี้
 - 1.1 องค์ประกอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติและควมมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ของชุมชนบ้านหัวอ่าว ส่วนใหญ่เป็นส่วนเกษตรอินทรีย์ที่คนในชุมชนปลูกสวนเกษตรอินทรีย์ประกอบด้วย มะพร้าว น้ำหอม กล้วยหอม พักข้าว ฝรั่งกิมจู

ฝรั่งแป้นสีทอง ฝรั่งขาวสามชุก ฝรั่งแดงโต (ฝรั่งไล่แดง) ฝรั่งหงเปาสือ ฝรั่ง เฟิงหงมี มะม่วง ชมพู ผักสวนครัว โดยมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือ วัฒนธรรมปัญญาารามบางม่วง วัดบางช้างใต้ และบ้าน พุทธโอสถ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติสามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ได้แก่ ผลไม้อินทรีย์ประกอบด้วย มะพร้าว น้ำหอม กล้วยหอม พักข้าว ฝรั่งกิมจู ฝรั่งแป้นสีทอง ฝรั่งขาวสามชุก ฝรั่งแดงโต (ฝรั่งไล่แดง) ฝรั่งหงเปาสือ ฝรั่งเฟิงหงมี มะม่วง ชมพู ผักสวนครัวที่ส่งไปขายตลาด รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ 1) พักข้าว แปรรูปเป็นสบู แชมพู น้ำพักข้าว 2) ฝรั่ง แปรรูปเป็นน้ำฝรั่ง ไวน์แดงจากฝรั่งสีแดง 3) กล้วย แปรรูปเป็นกล้วยเบรคแตก 4) ข้าว ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ 5) การทำปุ๋ยอินทรีย์ ไส้โรโมนไข่เพื่อเร่งดอกและผล 6) แชมพูสมุนไพร

1.2 องค์ประกอบด้านชุมชน ชุมชนบ้านหัวอ่าว ตั้งอยู่ที่ หมู่ 5 ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีจำนวนครัวเรือน 185 ครัวเรือนประชากร จำนวน 711 คน หมู่บ้านมีพื้นที่ 975 ไร่ สภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีคณะกรรมการ ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน และแกนนำชุมชน รางวัลที่ได้รับ คือ รางวัลพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง “อยู่เย็น เป็นสุข” มีพื้นที่เพาะปลูกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ 200 ไร่ โดยมีศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวเป็นจุดศูนย์กลางของการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านหัวอ่าว ขนาด 7 ไร่ และพื้นที่ปลูกข้าว 2 ไร่ โดยมีคณะกรรมการ 15 คนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.3 ด้านการจัดการ เกี่ยวกับการบริหารจัดการคณะกรรมการหมู่บ้าน บ้านหัวอ่าวมีการประชุมประชาคมหมู่บ้านทุกเดือน และสมาชิกในชุมชนสามารถเสนอปัญหาและหาวิธีการแก้ไขร่วมกันในเบื้องต้น หากปัญหาใดไม่สามารถแก้ไขด้วยชุมชนเองก็ทำการประสานหน่วยงานต่างๆ ให้เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหา และมีการติดตามผลเป็นระยะๆ โดยผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน และแกนนำชุมชน ด้านการจัดการกฎ กติกาในการเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว คือ คนที่จะเข้าร่วมจะต้องมีการปรับพื้นที่

จากการเกษตรสารเคมี และมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีการสร้างความเข้าใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่น การจัดการสิ่งแวดล้อม จากการบริหารจัดการของคนในชุมชนสามารถเป็นหมู่บ้านตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเป็นการรวมตัวในลักษณะวิสาหกิจชุมชน โดยให้ความสำคัญในด้านมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากก่อนที่จะมาทำเกษตรอินทรีย์ ชาวบ้านทำการเกษตรที่ใช้สารเคมีในการดูแลส่งผลต่อให้สุขภาพของคนในชุมชนแย่ลง และมีต้นทุนสูง เมื่อปี 2547 ได้ปรับมาทำการเกษตรอินทรีย์โดยใช้ระยะเวลา 17 ปี และสามารถปรับรูปแบบเป็นการเกษตรอินทรีย์ได้สำเร็จเมื่อ 5 ปี ที่แล้ว คนในชุมชนช่วยกันคิดค้นปัจจัยในการผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีและน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ คือ ปลูกพืชทุกอย่างที่เรากิน กินทุกอย่างที่เราปลูก และปลูกให้คนอื่นได้กินด้วย จากประเด็นดังกล่าวจึงได้มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว จดวิสาหกิจชุมชนเมื่อปี 2558 ได้รับมาตรฐานรับรองเกษตรอินทรีย์ IFOM (International Federation of Organic Agriculture Movements) และออแกนิกไทยแลนด์ (Organic Agriculture Certification Thailand โดย ACT Organic Standards) คนในชุมชนที่จะเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ จะต้องปรับพื้นที่สวนให้ปลอดสารเคมีและใช้ปุ๋ยอินทรีย์โดยใช้ระยะเวลาการปรับพื้นที่ประมาณ 1 ปี โดยมีคนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวช่วยให้คำปรึกษาและเข้าไปประเมินว่าพื้นที่มีพร้อมปลูกในการทำเกษตรอินทรีย์ เมื่อพื้นที่มีความพร้อมแล้วก็สามารถเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวจากการร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งจึงได้พัฒนาชุมชนเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวอ่าว

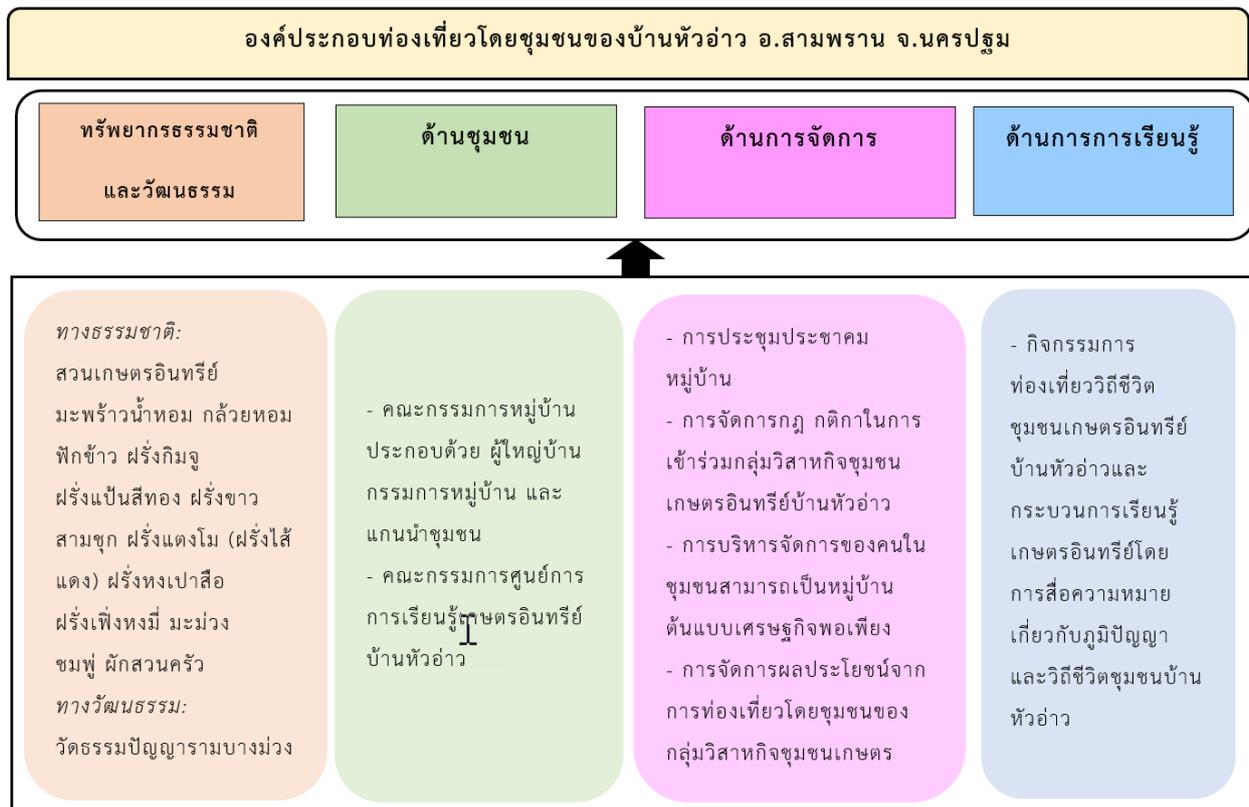
การจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว คนในกลุ่มเก็บผลผลิตทางการเกษตรและแปรรูปผลิตภัณฑ์มาช่วยกันบรรจุ และนำไปขายที่ร้านเลมอนฟาร์ม ท็อปส์ ตลาดเซ็นทรัลศาลายา ตลาดสุขใจ โดยผลผลิตได้ราคาตามที่ตั้งไว้ และมีการจัดสรรผลกำไรให้แก่คนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกสิ้นปี

1.4 องค์ประกอบด้านการเรียนรู้ ชุมชนบ้านหัวอ่าวได้เน้นกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์โดยการ

สื่อความหมายเกี่ยวกับภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนบ้านหัวอ่าว โดยมีกิจกรรมการเรียนรู้และการสาธิตจัดเป็นฐานการเรียนรู้ ในศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว และไปเยี่ยมชมสวนเกษตรอินทรีย์ของคนในชุมชน โดยมีรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญได้แก่ การสาธิตการเรียนรู้ปุ๋ยจากมูลไส้เดือนเพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการใช้ปุ๋ยเคมี การปลูกมะนาวไร้ดินโดยใช้ฝักตบขวา การเรียนรู้และการสาธิตแปลงเกษตรอินทรีย์ เช่น การปลูกผักกางต้ง มะเขือม่วง เป็นต้น การล่องแพสวนฝรั่งกิมจู รับประทานและเก็บผลสดภายในสวนฝรั่งของคนในชุมชน การเรียนรู้วิชาชีพพระยะสันอาทิ การทำสบู่จากฟักข้าว การเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวสามารถได้เรียนรู้จากชุมชนบ้านหัวอ่าวคือนักท่องเที่ยวได้มาดูวิถีชีวิตเกษตรอินทรีย์ที่คนของคนในชุมชนบ้านหัวอ่าว เช่น วันนั้นคน

ในชุมชนท่องเที่ยว หรือตัดฝรั่ง เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมนักท่องเที่ยวจะได้เห็นวิธีการท่องเที่ยวและตัดฝรั่ง และนักท่องเที่ยวสามารถลองท่องเที่ยวและตัดฝรั่งในสวนเกษตรได้จริง อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิธีการปลูกพืชผัก ผลไม้ และนำไปปลูกเองได้ โดยคนในชุมชนสามารถเป็นต้นแบบให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีการเกษตรอินทรีย์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน และตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ จากการทำเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งเกิดการรับรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่คนในชุมชนบ้านหัวอ่าวนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถแสดงเป็นภาพองค์ประกอบได้ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

2. ความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน หลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว

จากสถานการณ์โควิด-19 ชุมชนบ้านหัวอ่าวสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนได้ดังนี้

2.1 ความสามารถเผชิญปัญหา (Cope) ของชุมชนบ้านหัวอ่าวพบว่าเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง โดยส่วนมากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาของ

เศรษฐกิจพอเพียง เมื่อทางรัฐบาลได้มีการปิดเมืองสกัดกั้น การลุกลามของโควิด-19 ชุมชนได้มีการรับมือดังนี้

2.1.1 การรับมือด้านสุขภาพะ คนในชุมชนก็ปฏิบัติ ตามและจำกัดบริเวณตนเองอยู่ในพื้นที่ของตน แต่ยังคง ดำเนินการทำอาชีพการเกษตรของตนเอง แต่มีการดูแลตนเอง ตามข้อปฏิบัติที่ทางกระทรวงสาธารณสุขกำหนด คือ การสวม หน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล และเมื่อ กลับจากการทำกิจกรรมการเกษตรก็ทำความสะอาดร่างกาย เนื่องจากมี อสม.บ้านหัวอ่าว เข้ามาสำรวจคนในชุมชนและ ชี้แจงเรื่องการปฏิบัติตนระหว่างที่ต้องจำกัดบริเวณ ทำให้คน ในชุมชนเข้าใจและให้ความร่วมมือในการดูแลตนเองและคน ในครอบครัว

2.1.2 การรับมือด้านอาชีพ ในส่วนของกิจกรรม การท่องเที่ยวในชุมชนก็ไม่ได้ดำเนินการเนื่องจาก กลุ่มนักท่องเที่ยวยกเลิกการท่องเที่ยวจากมาตรการการ ฝ่าระวังและการงดเว้นการเดินทางข้ามจังหวัด แต่ชุมชน บ้านหัวอ่าวคนในชุมชนส่วนใหญ่ทำการเกษตรอินทรีย์ มีการ ปลูกผักสวนครัว ทำสวนผลไม้ จึงทำให้มีรายได้หลักจากการ ทำการเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากการเกษตร โดยยึดตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ คือ ปลูกพืชทุกอย่างที่เรากิน กินทุกอย่างที่เราปลูก และปลูกให้ คนอื่นได้กินด้วยจึงทำให้ชุมชนยังมีรายได้หลักจากการ จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และพืชอาหารบริโภคสามารถ พึ่งพาตนเองในภาวะวิกฤติได้

2.1.3 การรับมือด้านข่าวสารเกี่ยวกับโควิด-19 และ การใช้สื่อออนไลน์คนในชุมชนจะมีการแจ้งข่าวสารกันผ่าน กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านบ้านหัวอ่าว ที่จะ ทำหน้าที่ไปสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการฝ่าระวังและ ป้องกันการระบาดจากโควิด-19 ประธานศูนย์การเรียนรู้ เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวและผู้ใหญ่บ้านบ้านหัวอ่าวทำ หน้าที่รับข้อมูลข่าวสารจากทางราชการและคอยประสานแจ้ง ไปยังคนในชุมชน รวมทั้งแจ้งในเรื่องการงดรับนักท่องเที่ยวที่ จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านหัวอ่าว เพื่อให้คนในชุมชน เตรียมตัวในการหาเลี้ยงชีพด้วยการทำเกษตรในพื้นที่ของตน เพื่อยังชีพในสภาวะโควิดในกรณีที่คนในชุมชนหวาดวิตก ผู้ใหญ่บ้าน และ อสม.บ้านหัวอ่าว คอยทำหน้าที่สร้างการรับรู้ และความเข้าใจให้คนในชุมชนเกิดความมั่นใจ

2.1.4 การรับมือด้านฐานทรัพยากรทางการเกษตร เนื่องจากในช่วงสถานการณ์โควิดทำให้ผลผลิตทางการเกษตร ไม่สามารถส่งออกจำหน่ายได้ คนในชุมชนจึงนำผลผลิตฐาน การเกษตรมาแปรรูปเพิ่มมากขึ้นเพื่อยืดอายุของผลิตภัณฑ์ ทางการเกษตร ทั้งเก็บไว้บริโภคเอง และเตรียมสำหรับ จำหน่ายต่อไป เช่น มะม่วงกวน กล้วยตาก เป็นต้น นอกจากนี้ เมื่อมีผลผลิตทางการเกษตรออกมาจำนวนมาก ทางชุมชนใช้ บริเวณศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าวเป็นจุดรับ ผลผลิตเพื่อนำออกไปจัดส่ง โดยให้ทยอยกันมาส่งผลผลิตไม่ให้ คนในชุมชนมาส่งผลผลิตในเวลาเดียวเพื่อฝ่าระวังการติดเชื้อ และให้ใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา

2.2 การปรับตัว (Adapt) สำหรับการปรับตัวของคน ในชุมชนบ้านหัวอ่าวในการป้องกันการแพร่ระบาดของ โควิด-19 มีการดำเนินการติดตั้งจุดคัดกรอง จุดลงทะเบียน จุดวัดอุณหภูมิ การออกมาตรการในการสวมใส่หน้ากาก ตลอดเวลา นอกจากนี้การเตรียมความพร้อมในการรองรับ นักท่องเที่ยว เน้นเป็นการติดต่อล่วงหน้าก่อนการเข้ามา ท่องเที่ยว และจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มๆ ละ 10 – 20 คน

ในระหว่างที่ปิดไม่ได้รับนักท่องเที่ยวมีการปรับปรุง สิ่งอำนวยความสะดวกและการจัดการสภาพแวดล้อมใน ศูนย์การเรียนรู้ฯ โดยมีการจัดสร้างศาลากลางน้ำ การทำ สระบัว การจัดทำป้ายสื่อความหมายในบริเวณ สำหรับการเตรียมความพร้อม ในการรับนักท่องเที่ยวทางชุมชน จะแจ้งไปที่สาธารณสุขจังหวัดนครปฐม และ อบต.บางช้าง และ อสม.บ้านหัวอ่าว เพื่อให้มีเจ้าหน้าที่มาบริการในการ คัดกรองนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมทั้ง จัดเตรียมจุดให้บริการแอลกอฮอล์ ส่วนโปรแกรม การท่องเที่ยวเน้นให้นักท่องเที่ยวกระจายไปตามจุดต่างๆ เพื่อไม่ให้มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อในกรณี ที่มีความเสี่ยง

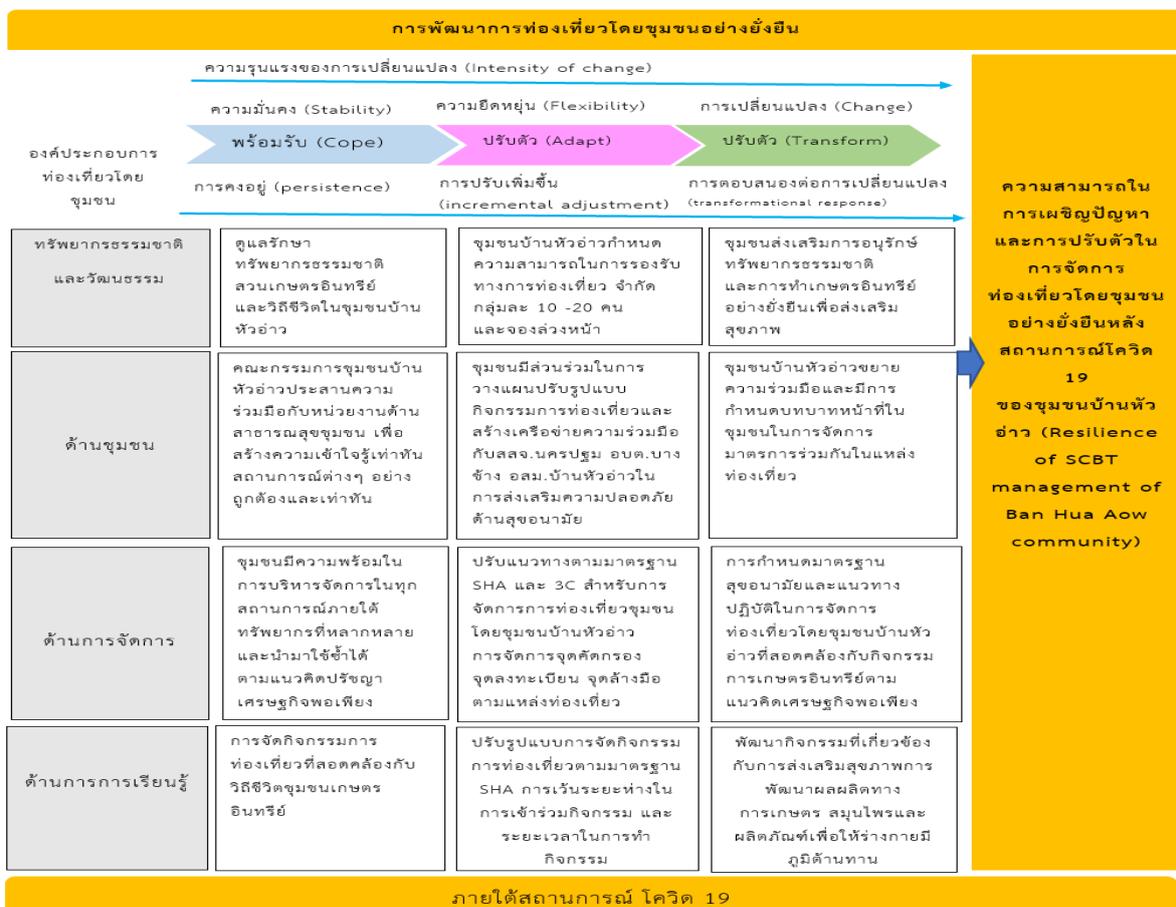
2.3 การเปลี่ยนแปลง (Transform) หลังสถานการณ์ โควิด-19 ชุมชนบ้านหัวอ่าวมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการ จัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่นำสินค้าเกษตรไปขายที่ ตลาดปรับเป็นขายสินค้าการเกษตรออนไลน์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามา มีส่วนร่วมในการเข้า

มาเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว เพื่อสร้างการรับรู้ของคนในชุมชนต่อการทำเกษตรอินทรีย์ที่ช่วยลดต้นทุนการผลิต ลดต้นทุนการซื้อปุ๋ยเคมี และเป็นการป้องกันสุขภาพจากสารเคมีทางการเกษตร รวมทั้งการให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อที่จะสามารถกระจายนักท่องเที่ยวไปยังสวนเกษตรอินทรีย์ต่างๆ ภายในหมู่บ้าน ไม่ให้มีการกระจุกตัวอยู่แค่เพียงบริเวณศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหัวอ่าว ทั้งนี้ต้องมีการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้แก่คนในชุมชนให้เข้าไปในทิศทางเดียวกันเพื่อเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหัวอ่าว หลังจากสถานการณ์โควิด-19

นอกจากนี้ชุมชนบ้านหัวอ่าวได้มีแนวคิดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นการเข้าศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพ เพราะคนในชุมชนได้เข้าใจถึงการนำพืชผักสมุนไพร ผลไม้ในท้องถิ่นที่มีสรรพคุณเป็นยา

ที่เรียกว่ากินอาหารเป็นยา โดยเริ่มการทดลองผลิตชาจากใบฝรั่งที่มีสรรพคุณช่วยลดอาการท้องเสีย และป้องกันโรคลำไส้อักเสบ และจะพัฒนาองค์ความรู้การใช้พืชในการเป็นยาสมุนไพรดูแลสุขภาพ ทั้งนี้ผู้นำชุมชนมีแนวคิดในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่คนในชุมชนโดยประยุกต์ใช้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ เช่นสถานการณ์โควิด-19 ที่เน้นการบริโภคภายในชุมชนจากผลิตผลทางการเกษตร และนำส่วนหนึ่งไปขายเพื่อหารายได้ในครัวเรือน รวมทั้งการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ศาลากลางน้ำ ห้องน้ำ เป็นต้น และการเพิ่มจุดให้บริการแอลกอฮอล์ล้างมือทุกฐานการเรียนรู้ พร้อมทั้งปรับปรุงแหล่งการเกษตรเพื่อเตรียมพร้อมในการเปิดรับนักท่องเที่ยว

ความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว สามารถสรุปเป็นภาพประกอบได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ความสามารถเผชิญปัญหาและการปรับตัวสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

อภิปรายผล

จากการศึกษาองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านหัวอ่าว พบว่าเป็นไปตามหลักการการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่ระบุว่าชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ มีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรมเกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น และการคืนกำไรสู่ชุมชนและสังคม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเป็นการนำหลักการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนบูรณาการกับการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Ellis and Sheridan, 2014) ที่สนับสนุนคนในชุมชนเป็นผู้ให้บริการในพื้นที่ เน้นการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม (Asker, Boronyak, Carrard and Paddon, 2010)

ความสามารถเผชิญปัญหาของการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ของชุมชนบ้านหัวอ่าว พบว่าชุมชนบ้านหัวอ่าวมีการรับมือกับสถานการณ์โควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพทันทั่วทั้ง คนในชุมชนปฏิบัติตามและจำกัดบริเวณตนเองอยู่ในพื้นที่ของตน แต่ยังคงดำเนินการทำอาชีพการเกษตรของตนเอง สำหรับการปรับตัวของคนในชุมชนบ้านหัวอ่าวในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีการดำเนินการติดตั้งจุดคัดกรองจุดลงทะเบียน จุดวัดอุณหภูมิการออกมาตรการในการสวมใส่หน้ากากตลอดเวลา และเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเข้ามาเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ การสร้างความรู้ความเข้าใจด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้แก่คนในชุมชนในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดรับนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับทฤษฎีความยืดหยุ่นที่เกี่ยวข้องโดยพื้นฐานกับระบบวิธีการที่ชุมชนสามารถจัดการกับความวุ่นวาย ภาวะวิกฤต และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เป็นแนวทางในการสร้างความยั่งยืนในอนาคตภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่เพิ่มขึ้น โดยเป็นการยอมรับรองรับหรือฟื้นตัวจากผลกระทบของวิกฤตการณ์หรือความเครียดได้ยั้งทันเวลาและมีประสิทธิภาพ (Mitchell, and

Harris, 2012; Field, Barros, Stocker, and Dahe, 2012) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Lew (2014) และ Biggs, Schlüter and Schoon (2015) ที่จะสามารถปรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ทันการเปลี่ยนแปลง โดยการตอบสนองต่อการปรับตัวของชุมชน โดยประกอบด้วยความสามารถในการยอมรับ (Absorptive coping capacity) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptive capacity) และความสามารถในการเปลี่ยนแปลง (Transformative capacity) (Béné, Newsham, Davies, Ulrichs, and Gofrey-Wood, 2014) ทั้งนี้สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563) ได้สรุปองค์ประกอบของความยืดหยุ่นดังนี้ Cope (Absorb) การรับมือกับสภาวะหรือสภาพการณ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพทันทั่วทั้งที่ Adapt การปรับตัวและสิ่งรอบตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อป้องกันผลกระทบจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น Transform การเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตไปสู่ความยั่งยืน เช่น พัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) สังคมอยู่ดีมีสุข (Wellbeing of society) การลดภาวะโลกร้อน (Mitigating climate change) และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Engaging local communities) แนวคิดการพร้อมรับ ปรับตัว และเปลี่ยนแปลง เพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน (Cope, Adapt, Transform: CAT) ยังสอดคล้องตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ประกอบด้วย 1) สามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางภาวะวิกฤตอย่างเข้มแข็งซึ่งเป็นภูมิคุ้มกันจากภายใน 2) เศรษฐกิจในท้องถิ่นต้องมีความเข้มแข็ง และ 3) การพัฒนาที่สมดุล และยั่งยืนมีความพอดีในทุกมิติการพัฒนาอย่างเกื้อกูล สนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีศักยภาพพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการเดินทางเข้าไปชุมชนบ้านหัวอ่าว พบว่าการเดินทางเข้าถึงชุมชนบ้านหัวอ่าวยังไม่สะดวก เนื่องจากป้ายบอกทางมีแค่บางจุด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการจัดทำป้ายบอกเส้นทางเป็นระยะๆ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหลังจากสถานการณ์โควิด-19 บรรเทาลง

2. ผลិតภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีความหลากหลาย แต่เนื่องจากการจัดวางสินค้ายังขาดความน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าได้ไม่กี่ชนิด ดังนั้นจึงควรจัดอบรมเกี่ยวกับการจัดวางสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขายในชุมชน รวมถึงการส่งเสริมการออกแบบตราสินค้าและร้านขายออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องปัจจัยการรับรู้ด้านความยั่งยืนของชุมชนที่ส่งต่อการเสริมสร้างพลังชุมชนและการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีใหม่ในชุมชนบ้านหัวอ่าวอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

2. ควรศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มและการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนของผลิตภัณฑ์ทางเกษตรอินทรีย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อโดยชุมชนในจังหวัดนครปฐม

3. ควรศึกษาเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวเชิงรุกและการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครปฐม

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *คู่มือสำหรับอบรมชุมชนท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA)*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559). *เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ.

ธนพร รุ่งมณี, ปฎิมาภานต์ พงษ์มา, สิริธญา สร้อยระย้า และ พรธัช เทศเรือง. (2561). *รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ชุมชนบ้านหัวอ่าวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม* (รายงานการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ภิวานี เผือกบัวขาว. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิชาการมนุษย์และสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*. 4(1), 58-72.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *แผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ อันเป็นผลมาจากสถานการณ์โควิด-19 พ.ศ. 2564 - 2565*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สุทธิพันธ์ จิตพิมลมาศ. (2563). *ชุมชนวิจัยท่องเที่ยวชุมชน'ช่วยฟื้นเศรษฐกิจหลังโควิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558). *เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน.

Asker, S. A., Boronyak, L. J., Carrard, N. R., & Paddon, M. (2010). *Effective community-based tourism: A best practice manual*. Retrieved from <https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/35150/1/askeretal2010effectivecvt.pdf>

- Béné, C., Newsham, A., Davies, M., Ulrichs, M., and Godfrey-Wood, R. (2014). Resilience, poverty and development. *Journal of International Development*, 26(5), 598-623.
- Biggs, R., Schlüter, M., and Schoon, M. L. (2015). Principles for building resilience: Sustaining ecosystem services in social-ecological systems. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cottrell, S. (2001). Occupational stress and job satisfaction in mental health nursing: focused interventions through evidence-based assessment. *Journal of psychiatric and mental health nursing*, 8(2), 157-164.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Ellis, S., & Sheridan, L. M. (2014). The legacy of war for community-based tourism development: learnings from Cambodia. *Community Development Journal*, 49(1), 129-142.
- Field, C. B., Barros, V., Stocker, T. F., and Dahe, Q. (Eds.). (2012). *Managing the risks of extreme events and disasters to advance climate change adaptation: special report of the intergovernmental panel on climate change*. Cambridge University Press.
- Gössling, S., Scott, D., and Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Lew, A. A. (2014). Scale, change and resilience in community tourism planning. *Tourism Geographies*, 16(1), 14-22.
- Mitchell, T., and Harris, K. (2012). *Resilience: A risk management approach*. Retrieved from https://www.sistemaprotezionecivile.it/allegati/1470_Resilience-_A_risk_manag_appro_ach.pdf
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. California: Sage publications.
- Prayag, G. (2020). Time for reset? COVID-19 and tourism resilience. *Tourism Review International*, 24(2-3), 179-184.
- Van Manen, M. (2014). *Phenomenology of practice. Walnut Creek*. CA: Left Coast Press, Inc.

การวิเคราะห์นิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย

The Analysis of Folktales and Folk Media of Loei Province

วารางคณา ทวีวรรณ¹ ปัจจรี ศรีโชค²Warangkha Taweewan¹ Patcharee Srichok²Corresponding author's E-mail: ann_artyo54@hotmail.com¹, yingo_jang@hotmail.com²

(Received: May 6, 2021; Revised: July 23, 2021; Accepted: November 22, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์นิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) จำแนกประเภทของนิทานและสื่อพื้นบ้านในจังหวัดเลย 2) วิเคราะห์คุณธรรมจริยธรรม ในนิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนามในพื้นที่ 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเลย อำเภอวังสะพุง อำเภอเชียงคาน อำเภอด่านซ้าย และอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ พระสงฆ์ และปราชญ์ท้องถิ่น รวม 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดวรรณกรรมท้องถิ่น แนวคิดสื่อพื้นบ้านและแนวคิดคุณธรรมจริยธรรม และนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณานาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า

1. นิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย จำแนกประเภท ได้ดังนี้ คือ 1) นิทานพื้นบ้านจังหวัดเลย พบจำนวน 63 เรื่อง จำแนกได้ 8 ประเภท ได้แก่ (1) นิทานมหัศจรรย์ (2) นิทานชีวิต (3) นิทานและตำนานประจำถิ่น (4) นิทานอธิบายเหตุ (5) นิทานมุขตลก (6) นิทานสัตว์ (7) นิทานคติธรรม และ (8) นิทานเรื่องผี และ 2) สื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย จำแนกได้ 5 ประเภท คือ (1) ประเพณีและพิธีกรรม ได้แก่ ประเพณีบวงสรวงพญาช้าง-นางผมหอม พิธีกรรมผาสดลอยเคราะห์ พิธีกรรมสักการะเจ้าฟ้าร่วมขาว พิธีกรรมสงฆ์ รอยพระพุทธรูปท้าวควายเงิน งานนมัสการเจดีย์ศรีสองรัก ประเพณีไหว้ ภูอั้งลั้งและภูผาแดด ประเพณีผีตาโชน และประเพณีผีขนน้ำ (2) การละเล่น ได้แก่ การละเล่นของชาวไทดำ เช่น การละเล่นไม้แจ่งแจ๊ะ การเล่นเสียงทอย และแซ่ปางแมงต๋มเต่าไทเลย (หมอลำไทเลย) (3) การแต่งกาย ได้แก่ เครื่อง แต่งกายของชาวไทดำ (4) ของใช้และหัตถกรรม ได้แก่ ตุ่มของชาวไทดำ และ (5) จิตรกรรมฝาผนัง ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังวัดมหาธาตุ วัดท่าคอก วัดศรีคุณเมือง อำเภอเชียงคาน วัดโพธิ์ชัย และวัดนรมิตวิปัสสนา อำเภอด่านซ้าย

2. คุณธรรมจริยธรรมในนิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ 1) คุณธรรมจริยธรรมในนิทานจังหวัดเลย จำแนกได้ 14 ประเภท คือ (1) ความเมตตา กรุณา ไม่เบียดเบียนผู้อื่น (2) ความกตัญญู กตเวทิตะและความซื่อสัตย์ (3) ความมีสัจจะหรือวาจาสัตย์ และพูดจาไพเราะ (4) ความมีวินัย (5) ความเสียสละ ให้ทาน และ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (6) ความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูล (7) ความพยายาม มานะ และอดทน (8) ความยุติธรรม (9) ความขยัน สัมมาชีพ และรับผิดชอบ (10) ความโลภ (11) ความกล้าหาญและเขวี้ยงปัญญา (12) หลักการครองเรือน (13) การทำดีได้ดี และ (14) การให้อภัย 2) คุณธรรมจริยธรรมในสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย สามารถจำแนกได้ 5 ประเภท คือ (1) คุณธรรมจริยธรรมในประเพณีและพิธีกรรม ได้แก่ ความรับผิดชอบ ความสามัคคี ความเสียสละ ความซื่อสัตย์ ความจงรักภักดี ระเบียบวินัย และความเชื่อและศรัทธา (2) คุณธรรมและจริยธรรมในการละเล่น ได้แก่ ความเชื่อและศรัทธา ความสามัคคี (3) คุณธรรมและจริยธรรมในเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้าของชาวไทดำ ได้แก่ ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบ ระเบียบวินัย ความอดทน (4) คุณธรรมและจริยธรรมในของใช้และหัตถกรรม ได้แก่ ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบ ความเชื่อและศรัทธา และ (5) คุณธรรมและจริยธรรมในจิตรกรรมฝาผนัง ได้แก่ พระเจ้าสิบชาติ (บำเพ็ญกรรม 10 ประการ) พระเวสสันดรชาดก (ทานบารมี) พระมาลัยคำหลวง (ทำดี-ทำชั่ว) คุณธรรมจริยธรรมในนิทานและสื่อพื้นบ้านดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงคุณค่าที่คนรุ่นหลังควรอนุรักษ์ สืบสาน และนำมาถ่ายทอดเพื่อปลูกฝังเด็กและเยาวชนของชาวจังหวัดเลยในรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องกับบริบทที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมปัจจุบัน

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย² อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย¹ Lecturer, Program in Thai, Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University² Lecturer, Program in Thai, Faculty of Education, Loei Rajabhat University

คำสำคัญ: วรรณกรรมท้องถิ่น นิทานพื้นบ้าน สื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย คุณธรรมจริยธรรม

Abstract

The research titled "The Analysis of Folktales and Folk Media of Loei Province" was aimed to 1) analyze the folktales and folk media in Loei Province and 2) to analyze the content related to morality and ethnics in folktales and folk media in Loei Province. The data was gathered from related document and field data in 5 districts including Mueang Loei district, Wang Saphung district, Chiang Khan district, Dansai district, and Phuluang district in Loei Province. The population and the target group were 15 subjects who were local philosophers and Buddhist monks. The research tools comprised semi-constructed and unconstructed interviews whereas the data was analyzed using the concepts of folk literature, folk media and morality and ethnics. Descriptive analysis was used to present the research results.

The research results were as follows.

1. There were 63 folktales found in Loei province which were classified into 8 types as follows: 1) miracle tales, 2) life tales, 3) folktales and local legends, 4) explanatory tales, 5) Merry tales 6) animal tales, 7) moral tales and 8) ghost tales and the folk media in Loei Province was classified into 5 types as follows. 1) traditions and ceremonies are Phraya Chang – Nang Phom Hom worshipping tradition, Pha Sad Loi Kror ceremony, Chao Pha Rom Khao Worshipping ceremony, Lord Buddha's Footprint water sprinkling ceremony on Phra Putthabat Phu Kwain Ngeon temple, Phrathat Si Song Rak Homage-Paying Fair, Phu Ang Lang and Phu Pha Dad worshipping tradition, Phi Ta Khon festival, and Phi Khon Nam tradition. 2) Folk plays are Tai Dam plays such as Mai Jaeng Jae, Siang Tai, Sae Pang, and Maeang Tab Tao Tai-Loei (Morlam Tai-Loei). 3) Costume is Tai-Dam costume. 4) Household appliances and handicrafts were Tum of Tai Dam. And, 5) Mural Arts are mural arts at Mahathat Temple, Tha Kok temple, Si Khun Mueang temple in Chiang Khan district and Phon Chai temple and Neramit Wipassana temple in Dansai District.

2. Morality and ethnics in folktales can be classified into 14 types including 1) kindness and compassion and do no harm to the others, 2) gratitude and honesty, 3) truthfulness and polite speech, 4) disciplinary 5) sacrifice, charity and sharing, 6) cooperation, 7) effort, endurance and patience, 8) justice, 9) diligence, right means of livelihood and responsibility, 10) greediness, 11) courage and intelligence, 12) householding principles, 13) doing good things, and 14) forgiveness. Morality and ethnics in folk Media can be classified into 5 types as follows. 1) morality in traditions and ceremonies are responsibility, cooperation, sacrifice, honesty, royalty, disciplinary, belief and faith. 2) Morality and ethnics in folk plays are belief and faith and cooperation. 3) Morality and ethics in Tai-Dam costume are diligence, endurance, responsibility, disciplinary, and patience. 4) Morality and ethnics in household appliances and handicrafts are diligence and endurance, responsibility, belief and faith. And, 5) Morality and ethnics in mural arts are the Ten Great Birth Stories of the Buddha (10-virtue practice), Phra Vessantara Jataka (act of generosity) Phra Malai Kam Luang (doing good and bad things). The morality and ethnics in folktales and folk media identify the value for the new generations to conserve, inherit, and transfer to children and youths in Loei province in different forms related to the changing context of the present society.

Keywords: local literature, folktales, media of Loei province, morality and ethics

ความเป็นมาของปัญหา

สังคมไทยในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้าน ผนวกกับการรับเอาวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามาอย่างมาก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของการดำรงชีวิต นำตัวอย่างที่ไม่ดีลอกเลียนแบบอย่างเพราะคิดว่าเป็นความทันสมัย ขาดความใกล้ชิดของคนในครอบครัว เยาวชนปฏิบัติตนไม่เหมาะสม เป็นเช่นนี้อาจเพราะทุกคนห่างไกลจากศาสนา ไม่เห็นความสำคัญของคุณงามความดี ต่อคนที่ใกล้ชิด ไม่นำคุณคุณธรรมจริยธรรมเป็นแนวทางของการปฏิบัติตนดังเช่นบรรพบุรุษที่ได้ปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมมาสู่ลูกหลานผ่านมาหลายยุคสมัย

การพัฒนาคุณภาพของบุคคลให้มีประสิทธิภาพนั้น ควรปลูกฝังคุณธรรมตั้งแต่ระดับเยาวชน ให้มีลักษณะความเป็นพลเมืองที่ดี มีความซื่อสัตย์ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มีลักษณะความเป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรม มีคุณงามความดีเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของความเป็นมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของขงจื๊อ (2520) ที่ว่า “จริยธรรมเป็นปัจจัยทางสังคมในอันที่จะทำให้สังคมอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุขสงบเรียบร้อย ไม่มีปัญหา ไม่มีควมวุ่นวาย” การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมตั้งแต่ระดับเยาวชน จึงเป็นพื้นฐานและภูมิคุ้มกันเพื่อให้ละอายต่อการทำสิ่งที่ไม่ถูกต้อง หันมาทำสิ่งที่ดีงามตามบรรทัดฐานที่สังคมยอมรับ ด้วยเหตุนี้สังคมและครอบครัวควรปลูกฝังและส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมให้แก่สมาชิกของสังคมตั้งแต่ปฐมวัยเลยทีเดียว ซึ่งการปลูกฝังองค์ความรู้จากยุคแรกเริ่มของสังคมไทย เราได้เรียนรู้ผ่านการบันทึกและการบอกเล่าในรูปแบบต่างๆ อันเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่เรียกว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่ออบรม สั่งสอน และดำเนินแบบแผนตามรูปแบบของสังคมในด้านต่างๆ โดยผ่านการสื่อสารทางสังคมที่ใช้ “สื่อพื้นบ้าน” ซึ่งเป็นกระบวนการพื้นฐานของการสื่อสารแต่ละท้องถิ่นที่ได้มีการสืบทอดมาแต่โบราณรวมอยู่ในรูปแบบของมุขปาฐะ คือ การบอกเล่าความเชื่อ วิถีชีวิต ผ่านสื่อประเพณี สื่อพิธีกรรม สื่อการละเล่น (กุลธิดา จันเจริญ, 2555)

จากแนวคิดข้างต้น สื่อพื้นบ้านจึงเป็นรูปแบบของการสื่อสาร ที่สังคมใช้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูล วัฒนธรรมสู่ชุมชน ไม่ว่าจะเป็นด้านนิทาน ภาษา การแต่งกาย เครื่องใช้ ฯลฯ ที่สังคมได้กำหนดความหมายไว้ ดังนั้น

สื่อพื้นบ้านจึงครอบคลุมถึงการแสดงต่างๆ ด้วย เช่น เพลง ระบำ การละเล่น พิธีกรรม อันเป็นปัจจัยในการสื่อสาร การแสดงประเภทสื่อพื้นบ้านเป็นการแสดงจิตวิญญาณความเป็นไทย และสะท้อนวิถีชีวิตเกี่ยวกับสุนทรียภาพ รสนิยมได้อย่างดียิ่ง

นิทานและสื่อพื้นบ้านจึงเป็นสื่อการเรียนรู้อย่างหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรมโดยเฉพาะการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมของเด็กและเยาวชน ดังนั้น การปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมให้แก่เยาวชนผ่านนิทานและสื่อพื้นบ้าน ซึ่งเป็นผลงานสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน จึงมีความสำคัญอย่างมาก

ด้วยความสำคัญของนิทานและสื่อพื้นบ้านต่อการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษานิทานและสื่อพื้นบ้านของจังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำแนกประเภทของนิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย และเพื่อวิเคราะห์คุณธรรมจริยธรรมที่ปรากฏในนิทานและสื่อพื้นบ้านในจังหวัดเลย โดยมีฐานความเชื่อที่ว่า ชาวจังหวัดเลยสืบเชื้อสายมาจากชาวลาวหลวงพระบาง ดังนั้นพื้นที่จังหวัดเลย ได้แก่ อำเภอเมืองเลย อำเภอวังสะพุง อำเภอเชียงคาน อำเภอด่านซ้าย และอำเภอภูหลวง จึงมีประเพณี วิถีวัฒนธรรมและความเชื่อที่สืบสานมาจากชาวลาวหลวงพระบาง โดยเฉพาะนิทานและสื่อพื้นบ้านมีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นนิทานที่มีชื่อเสียง และถือเป็นวรรณกรรมท้องถิ่นสำคัญของชาวจังหวัดเลย อาทิ เช่น นิทานเรื่องนางผมหมองจึ่งซึ่งดั่งแดง กำพำร่าผีน้อย ฯลฯ และสื่อพื้นบ้านอื่นๆ ได้แก่ ประเพณีผีตาโชน ประเพณีผีขนน้ำ การแสดงแมงตบเต่าไทเลย ตลอดจนนาฏจิตรกรรมฝาผนังในวัดต่างๆ เป็นต้น นิทานและสื่อพื้นบ้านดังกล่าว ยังคงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และถูกนำมาใช้เพื่อประกอบพิธีกรรม ประเพณี และนำมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเลยตราบจนปัจจุบันนี้ อาทิเช่น นิทานเรื่องนางผมหมอง เชื่อว่ามีถิ่นกำเนิดที่อำเภอภูหลวง ได้ถูกยกระดับขึ้นมาเป็นรูปปั้นพญาช้าง-นางผมหมองที่วัดโนนสว่าง ตำบลภูหอ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย สถานที่ประกอบพิธีกรรมบวงสรวงพญาช้าง-นางผมหมองในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี เป็นต้น

ผลจากงานวิจัย คาดว่าจะได้องค์ความรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรมที่ปรากฏในนิทานและสื่อพื้นบ้าน

ที่เป็นประโยชน์ต่อครู อาจารย์ นักวิชาการ และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของเด็กและเยาวชน ในพื้นที่จังหวัดเลย อีกทั้งเป็นเอกสารเชิงวิชาการแก่ผู้สนใจด้านวรรณกรรมท้องถิ่น และคติชนวิทยาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจำแนกประเภทของนิทานและสื่อพื้นบ้านในจังหวัดเลย
2. เพื่อวิเคราะห์คุณธรรมจริยธรรมของนิทานและสื่อพื้นบ้านในจังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) โดยกำหนดขอบเขตข้อมูล 2 ประเภทคือ 1) ข้อมูลเอกสาร ที่เกี่ยวกับนิทาน ตำนาน และสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย 2) ข้อมูลภาคสนาม โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่ พระสงฆ์ ปราชญ์ท้องถิ่น รวม 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดวรรณกรรมท้องถิ่น แนวคิดสื่อพื้นบ้านและแนวคิดคุณธรรมจริยธรรม และนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

นิยามศัพท์

นิทานจังหวัดเลย หมายถึง เรื่องเล่าที่ถ่ายทอดทางวจนภาษาและลายลักษณ์อักษรในรูปแบบนิทานและตำนานที่นิยมเล่ากันในท้องถิ่นจังหวัดเลย

สื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย หมายถึง สื่อที่สามารถนำมาถ่ายทอดสื่อสารกันในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งได้รับการสร้างสรรค์มาจากวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ทัศนคติ ความเชื่อของคนในชุมชนจังหวัดเลยในรูปแบบความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม การละเล่น รูปแบบที่เป็นวัตถุ เช่น เครื่องแต่งกาย และรูปแบบจิตรกรรมฝาผนัง

คุณธรรมจริยธรรม หมายถึง หลักของความคิด การประพฤติปฏิบัติตามศีลธรรมที่สั่งงาม ที่ปรากฏในนิทานและสื่อพื้นบ้าน ได้แก่ ความเมตตากรุณา ความกตัญญูกตเวที

ความซื่อสัตย์ ความสัจจะหรือวาจาสัตย์ ความมีวินัย ความเสียสละและการให้ ความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูล ความพยายาม มานะ และอดทน ความยุติธรรม เป็นต้น

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยสามารถนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ประเภทของนิทานและสื่อพื้นบ้าน จังหวัดเลย

1.1 นิทานจังหวัดเลย ผลการวิจัยพบ จำนวน 63 เรื่อง สามารถจำแนกได้ 8 ประเภท คือ 1) นิทานมหัศจรรย์ (Fairy tale) หรือเทพนิยาย มีความเหนือธรรมชาติ และอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ พบ 9 เรื่อง ได้แก่ นางผมหอม เมืองปัญญาคน นางคำกลอง ใจเด็ดหวัดเด็ดใจ จำปาสีต้น ขุนทิงขุนทืออง ก้ากาดำ ท้าวสินไซ ท้าวหัวข้อยล่อ 2) นิทานชีวิต (Novella) มีเนื้อหาสมจริง บ่งบอกสถานที่และตัวละครชัดเจน พบ 4 เรื่อง ได้แก่ ลูกชายสามคน แม่น้ำกับลูกสะใภ้ ย่ากินปลิง สองตายาย 3) นิทานและตำนานประจำถิ่น (mythical legend) เป็นเรื่อง ที่เชื่อว่ามีเค้าความจริง อธิบายการเกิดของภูเขา แม่น้ำหรือเรื่องราวของบุคคลในประวัติศาสตร์พบ 10 เรื่อง ได้แก่ ตำนานพระแก้วอาสา (ตำนานวีรบุรุษของชาวด่านซ้าย) ตำนานพระธาตุศรีสองรัก ตำนานท้าวมน-นางคง ตำนานแก่งคุดคู้ (จังหวัดตั้งแดง) เมืองภู่ง (ตำนานภูเรือ) เมืองปัญญาคน (ตำนานเมืองปากเหือง) ภูบ่อบิด (ตำนานภูบ่อบิดและภูคุดป้อง) หนองหล่ม พระพุทธรบาท ภูควายเงิน ตำนานเจ้าแม่สองนาง 4) นิทานอธิบายเหตุ (Explanatory) อธิบายที่มาของธรรมชาติ พบ 2 เรื่อง ได้แก่ แม่น้ำกับลูกสะใภ้ ย่ากินปลิง 5) นิทานมุขตลก (Merry tale) อธิบายความขบขันของตัวละคร เช่น ความโง่ ความฉลาด พบ 11 เรื่อง ได้แก่ ชันตาปา น้อยหาญหมี นายบังยาน นายคดกับนายชื้อ นายตดนายไปจ่อมโกหก หลาบตายขายชี สามสหายสามโรคหนวกฟาง สามเกลอลักควาย สองสหายไปหาตะกวด 6) นิทานสัตว์ (Animal tale) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ พบ 4 เรื่อง ได้แก่ สุนัขแสนรู้ กวางคำกับสหาย หงส์หามเต้าควายกับคน 7) นิทานคติธรรม (Fable tale) เป็นนิทานที่มุ่งเน้นข้อคิดคำสอน พบ 17 เรื่อง ได้แก่ ตัวอุบาทว์ ชาวไร่กับลิง กวางคำกับสหาย สีสหาย ปลาสามชื่อ หัวล้านชอบยอจัญไรไฟไหม้ ปลาเทวดา ใบบั้นข้าวใหญ่ ม้าตัวผู้ออกลูกว่าอะไรว่าตามกัน รักแท้ ลูกสะใภ้เศรษฐี ผัวเป็นเพี้ยเพราะ

เมียช่างพูด อ้ายสี่ลุยคำเมีย นกกระยางขาว นกกระจอกน้อย 8) นิทานเรื่องผี (Ghost stories) พบ 6 เรื่อง ได้แก่ ผีพิบ พิม ผีกองกอย ผีบังบด ผีกองกอย (ไต่ดำ) กำพรว้าผีน้อย ผีกองกอย (สำนวนที่ 1 และสำนวนที่ 2)

1.2 สื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย จำแนกได้ 5 ประเภท คือ

1) ประเพณีและพิธีกรรม ได้แก่ ประเพณีบวงสรวงพญาช้าง-นางผมหอม พิธีกรรมผาเสาดลยเคราะห์ พิธีกรรมสักการะเจ้าฟ้าร่มขาว พิธีกรรมสงฆ์อารอยพระพุทธรูปทวดควายเงิน งานนมัสการเจดีย์ศรีสองรัก ประเพณีไหว้ภู่อังลั้งและภูผาแดง ประเพณีผีตาโชน และ ประเพณีผีขนน้ำ 2) การละเล่น ได้แก่ การละเล่นของชาวไทดำ เช่น การละเล่นไม้แจ่งแจ๊ะ การเล่นเสี้ยงหาย และแซปาง แมงตบเต่าไทเลย (หมอลำไทเลย) 3) การแต่งกาย ได้แก่ เครื่องแต่งกายของชาวไทดำ 4) ของใช้และหัตถกรรม ได้แก่ ตุ่มของชาวไทดำ 5) จิตรกรรมฝาผนัง ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังวัดมหาธาตุ วัดท่าคก วัดศรีคุณเมือง อำเภอเชียงคาน วัดโพนชัย และวัดเนรมิตวิปัสสนา อำเภอด่านซ้าย

2. วิเคราะห์คุณธรรมและจริยธรรมในนิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย

2.1 คุณธรรมและจริยธรรมที่ปรากฏในนิทานจังหวัดเลย

คุณธรรมจริยธรรมที่ปรากฏในนิทานท้องถิ่นจังหวัดเลย พบจำนวน 14 ข้อ ได้แก่ 1) ความเมตตา กรุณา ไม่เบียดเบียนผู้อื่น พบในเรื่อง ชาวไร่กับลิง ชันตาปา พระพุทธรูปทวดควายเงิน ย่ากีนปลิง ควายกับคน กำพรว้าผีน้อย อีเอื้อกับอีน้อง และเอื้อ (พี่สาว) กับน้อง 2) ความกตัญญู กตเวทิตะ และความซื่อสัตย์ พบในเรื่อง ตำนานพระแก้วอาสา นายคดกับนายชื่อ จำปาสีตัน ลูกชายสามคน (ไทดำ) ท้าวหัวข้อล่อ กำกาดำ และไอ้เจ็ดไห 3) ความมีศีลจะหรือวาจาสัตย์ และพูดจาไพเราะ พบในเรื่อง ผีพิบ พิม หัวล้านชอบยอ ปลาเทวดา และหนวกฟาง ผัวเป็นเมียเพราะเมียช่างพูด ผีบังบดภูแก้ว นกกระจอกน้อย 4) ความมีวินัย พบเรื่อง หงส์หามเต่า 5) ความเสียสละ ให้ทาน และ เอื้อเพื่อเอื้อแม่ พบจากเรื่อง นางผมหอม ไต่บ้านข้าวใหญ่ รักแท้ ลูกสะใภ้เศรษฐี สองตายาย นกกระยางขาว ท้าวมัน-นางคง 6) ความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูล พบจากเรื่อง หนองหล่ม ไอ้เจ็ดไห ตัวอุบาทว์ กวางคำกับสหาย ตำนานพระธาตุศรีสองรัก 7) ความพยายาม

มานะ และอดทน พบจากเรื่อง ภูบ่อปิด หงส์หามเต่า ท้าวหัวข้อล่อ 8) ความยุติธรรม พบจากเรื่อง สีสหาย รักแท้ จัญไรไฟไหม้ ม้าตัวผู้ออกลูก อีเอื้อกับอีน้อง 9) ความขยัน สัมมาชีพ และรับผิดชอบ พบจากเรื่อง ผีพิบ พิม สุนัขแสนรู้ สองสหายลักไก่ แม่ย่ากับลูกสะใภ้ อีเอื้อกับอีน้อง 10) ความโลภ พบจากเรื่อง แก่งคุดคู้ ชาวไร่กับลิง ผีกองกอย นายคดกับนายชื่อ ผีกองกอย 11) ความกล้าหาญและเชาวน์ปัญญา พบจากเรื่อง ตำนานพระแก้วอาสา (กองแสง) น้อยหาญหนีสามเกลอลักควาย ปลาสามชื่อ ท้าวสินไซ 12) หลักการครองเรือน พบจากเรื่อง ว่าอะไรว่าตามกัน ลูกสะใภ้เศรษฐี ผัวเป็นเมียเพราะเมียช่างพูด 13) การทำดีได้ดี พบจากเรื่อง กำกาดำ ไอ้เจ็ดไห ท้าวหัวข้อล่อ นางผมหอม จำปาสีตัน 14) การให้อภัย พบจากเรื่อง ท้าวสินไซ ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอตัวอย่างการวิเคราะห์ได้แก่

ความเมตตา กรุณาต่อสัตว์ จากนิทานเรื่อง “ควายกับคน” นิทานเรื่องนี้สอนให้คนมีความเมตตา กรุณาต่อสัตว์ เห็นอกเห็นใจสัตว์ ผู้เป็นทาสรับใช้มนุษย์ โดยเฉพาะควาย สัตว์ที่มิพระคุณไถนาให้มนุษย์มีข้าวรับประทาน โดยเนื้อเรื่องได้กล่าวถึงสามภรรยาที่มีภรรยา กำลังคลอดลูก ฝ่ายสามีรีบทำงานเพื่อกลับมาดูแลภรรยาและลูกของตนที่บ้าน ในขณะที่เดียวกันควายก็มีลูกอ่อน ระหว่างที่เร่งรีบเพื่อให้งานเสร็จควายได้ร้องขอให้คนมลูก่อน แต่ชายผู้นั้นไม่ยอมรับฟัง จึงใช้ไม้ตีควาย หลังทำงานเสร็จควายวิ่งไปเพื่อให้นมลูก ด้วยความรีบเร่งจึงหกล้มพันหัก และมีความโกรธในมนุษย์จึงไม่พูดกับมนุษย์อีกเลย ดังตัวอย่าง

ควายร้องให้ด้วยความเจ็บปวด เอานมให้ลูกกินจนอิ่ม แล้วก็มาไถนาต่อ ไม่พูดกับคนสักคำ ควายจึงไปคุยกับสัตว์ทั้งหลายว่า ควายไถนา ดูแลไถนาให้คน วิ่งไปเอานมให้ลูกกิน จนล้มพันหัก ต่อไปจะไม่พูดกับคนแล้ว แต่ก็ยังออกลูกมาไถนาให้คน แต่ไม่มีพินบนสักซี่ ต่อมาคนจึงสำนึก และยกย่องควายโดยเอาเขาควายมาไว้บนหลังคาบ้าน เป็นที่มาว่าทำไมบ้านของชาวไทดำจึง มีเขาควายอยู่หน้าจั่วบ้าน เล่าโดย นายสุเมฆ ช้อนเปี้ยยุ่ง (ศาริศา สุขคง, 2555)

ความเอื้อเพื่อเอื้อแม่ จากนิทานเรื่อง “ไต่บ้านข้าวใหญ่” นิทานเรื่องนี้สะท้อนแนวคิดสำคัญในเรื่องความไม่เอื้อเพื่อเอื้อแม่ ข้าวแก่เพื่อนร่วมงาน แล้วเมื่อตนได้รับเคราะห์ร้ายถูกงูกัดรัด กลับร้องขอให้เพื่อนช่วยเหลือจากตอนที่ไต่บ้านข้าวใหญ่และ

เพื่อนของเขาไปตัดไม้ในป่าพอถึงกลางวันเขานำข้าวที่ห่อกินคนเดียวในขณะที่เพื่อนไม่ได้เอาข้าวไปด้วย เมื่อเขากินอิ่มแล้วยังเหลือข้าวและอาหารเขากลับทิ้งมันลงน้ำ เพื่อแกล้งเพื่อนในวันเดียวกันนั่นเองไ้ปั้นข้าวใหญ่ถูกงูเหลือมรัดตัว เขาได้ร้องขอเพื่อนให้ช่วยชีวิตเขาในที่สุดเขารอดตายและได้ขอโทษเพื่อน ดังตัวอย่างบางตอนจากนิทาน

ไ้ปั้นข้าวใหญ่รอดตายแล้วยกมือไหว้กล่าวขอบคุณเพื่อนที่ช่วยชีวิตไว้พร้อมทั้งบอกล่าวขอโทษที่แกล้งเอาข้าวและอาหารทิ้งลงน้ำ และให้คำรับรองว่า ต่อไปจะไม่กลั่นแกล้งเพื่อนดังที่แล้วมาอีก ทั้งพูดยืนยันอย่างแข็งขันว่า หากเพื่อนมีธุระหรือความจำเป็นอะไรแล้ว ตนนินดีที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลทุกอย่างเสมอ ตั้งแต่นั้นมาไ้ปั้นข้าวใหญ่ ก็ละเลิกการเป็นคนเห็นแก่ตัว เปลี่ยนเป็นคนเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ผู้อื่นตลอดมา (สาร สาระทัศนันทน์, 2535)

ความกตัญญูและความซื่อสัตย์ จากนิทานเรื่องนายคดกับนายซื่อ เนื้อหากล่าวถึงนายคดและนายซื่อ ซึ่งมีนิสัยตามชื่อเป็นเพื่อนกัน วันหนึ่งทั้งสองไปเที่ยวในป่าแล้วนายคดนึกคะนองหลอกนายซื่อให้ควักลูกตาไปวางไว้รากต้นไทรหลอกว่าเทวดาจะนำสมบัติ เงิน ทองมาให้ นายซื่อก็ปฏิบัติตามด้วยความซื่อแม้ว่าตนเองจะเจ็บปวดและทรมานส่วนนายคดก็หนีกลับบ้านไป ทิ้งนายซื่อไว้ในป่า นายซื่อได้ถูกเทวดาปลอมตัวเป็นเสือมาล่องใจเขา ในที่สุดเขาก็ได้สมบัติมากมาย จึงขนสมบัติเข้าไปในหมู่บ้าน ท่ามกลางญาติพี่น้องมาจัดงานบุญให้ตนเอง คิดว่าตนเองตายแล้ว ฝ่ายนายคดเห็นว่าเพื่อนร่ำรวยจึงคิดอยากร่ำรวยแบบเพื่อน เขาได้ให้นายซื่อพาเข้าป่าแล้ว ทำการควักลูกตาเช่นเดียวกับนายซื่อ เทวดาได้ออกมาและล่องใจนายซื่อ แต่เขาไม่สามารถอดทนได้เหมือนนายซื่อ ในที่สุดเขาก็เสียชีวิตลงในป่า กลายเป็นซากศพเหลือแต่หัวกะโหลกแต่อิทธิฤทธิ์ของเขาก็ทำให้พ่อค้าเสียทรัพย์สมบัติ นิทานเรื่องนี้จะเห็นได้ว่านิสัยของคนคดโกงขณะมีชีวิตอยู่ก็ยิ่งคดโกง แม้ตายไปแล้วก็ยังคดโกง และในทางตรงกันข้าม ความซื่อสัตย์ก็ทำให้ร่ำรวย ชีวิตมีแต่ความสุข ตัวอย่างนิทาน

นายคดมีนิสัยตามชื่อของเขา คือ ชอบพูดหลอกหลวงคนอื่นเป็นอาชญากร ส่วนนายซื่อก็มีนิสัยตามชื่อของเขาเช่นกัน คือ มีความซื่อสัตย์สุจริต เมื่อใครได้คบค้าสมาคมจะรู้สึก รักใคร่นับถือไม่เจิดจาง นายซื่อมีข้อเสียอย่างหนึ่งคือ

ชื่อจนเกินไป เมื่อใครพูดอะไรก็มักเชื่อง่าย โดยขาดการไตร่ตรองไปสักหน่อย (สาร สาระทัศนันทน์, 2535)

2.2 คุณธรรมและจริยธรรมที่ปรากฏในสี่พี่น้องบ้านคุณธรรมจริยธรรมในสี่พี่น้องบ้าน สามารถจำแนกได้ 5 ประเภท คือ 1) คุณธรรมจริยธรรมในประเพณีและพิธีกรรม บวงสรวงพญาช้าง-นางผมหมอม พิธีกรรมผาสดลอยเคราะห์ พิธีกรรมสักการะเจ้าฟ้าร่มขาว พิธีกรรมสงวน้ำพระพุทธรบาท ภูควายเงิน งานนมัสการเจดีย์ศรีสองรัก พิธีไหว้ภูอั้งลั้งและภูผาแดด ประเพณีบุญหลวงและผีตาโชน ประเพณีผีชนน้ำ คือ ความรับผิดชอบ ความสามัคคี ความเสียสละ ความซื่อสัตย์ ความจงรักภักดี ระเบียบวินัย และความเชื่อและศรัทธา 2) คุณธรรมและจริยธรรมในการละเล่น ชาวไทดำ (การละเล่นแซปาง การละเล่นมะกรลอดห่วง) การละเล่นแมงตับเต่าไทเลย คือ ความเชื่อและศรัทธา ความสามัคคี 3) คุณธรรมและจริยธรรมในเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้าของชาวไทดำ ได้แก่ ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบ ระเบียบวินัย ความอดทน 4) คุณธรรมและจริยธรรมในของใช้ และหัตถกรรมของชาวไทดำ ได้แก่ ตุ่มนกดุ่มหนู ต่อเงินต่อทอง กล่องเงินกล่องทอง หัวใจพ่อแม่ คือ ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบ ความเชื่อและศรัทธา และ 5) คุณธรรมและจริยธรรมในจิตรกรรมฝาผนัง ในเรื่องพระเจ้าสิบชาติ (บำเพ็ญกรรม 10 ประการ) พระเวสสันดรชาดก (ทานบารมี) พระมาลัยคำหลวง (ทำดี-ทำชั่ว) ดังตัวอย่างบทวิเคราะห์

ระเบียบวินัย จากประเพณีพิธีไหว้เจ้าฟ้าร่มขาว พิธีไหว้พระธาตุศรีสองรัก พิธีไหว้ภูอา

พิธีไหว้พระธาตุศรีสองรัก ข้อปฏิบัติ เช่น ให้สวมใส่เสื้อสีขาว เข้าร่วมพิธีกรรม ไม่สวมเสื้อสีแดง ถอดรองเท้าเดินเข้าไปในบริเวณพิธี ห้ามใส่หมวกหรือกางร่ม เป็นต้น ข้อปฏิบัติดังกล่าวก่อให้เกิดระเบียบวินัยของผู้คนในชุมชน

พิธีไหว้ภูอั้งลั้ง อำเภอด่านซ้าย มีข้อปฏิบัติคือ ไม่ดื่มน้ำในระหว่างที่ป็นขึ้นภูเขาเพื่อไปร่วมพิธีไหว้ภูอั้งลั้ง เพศหญิงและเพศชายห้ามนั่งรวมกัน ผู้หญิงจะข้ามไปอยู่บริเวณพิธีสงฆ์ไม่ได้ถือเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ข้อห้ามดังกล่าวนี้ทำให้เกิดระเบียบวินัย ความอดทน ความเชื่อและความศรัทธาของผู้ร่วมพิธีกรรมอีกด้วย

พิธีไหว้เจ้าฟ้าร่มขาว (บุญเลี้ยงปี) ชุมชนจะมีข้อชะล่าหรือข้อห้ามในวันเลี้ยงบ้าน เช่น การไม่ไปทำไร่ ห้ามนำพื้น

เข้ามาในหมู่บ้าน ทุกคนที่มาร่วมพิธีกรรมให้สวมเสื้อสีขาว ทุกคนครบถ้วนจะนำเหล่า ไก่ ดอกไม้สีขาว มาเช่นไหว้ ผู้คนในชุมชนจะเดินทางหรือย้ายถิ่นฐานก็มักจะบอกกล่าวเจ้าฟ้าร่วมชาวปกปักษ์รักษาอยู่ดีมีความสุข สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเรื่องวินัยที่ปลูกฝังให้แก่คนในชุมชนและแสดงให้เห็นถึงความกตัญญูของคนรุ่นหลังที่มีต่อบรรพบุรุษตลอดมา

นับได้ว่าประเพณีและพิธีกรรมเป็นเครื่องมือการจัดระเบียบวินัยของคนในชุมชน ดังที่ ศิราพร ณ ถลาง (2552) ได้กล่าวถึงบทบาทของข้อมูลคติชนวิทยาไว้ว่าข้อมูลคติชนมีบทบาทในการอบรมระเบียบสังคม ปลูกฝังค่านิยมและรักษาบรรทัดฐานทางพฤติกรรมให้สังคม โดยเฉพาะสังคมสมัยก่อนได้อาศัยประเพณีบอกเล่าโดยผ่านกลไกของคติชนรูปแบบต่างๆ ในการอบรมระเบียบสังคมเพื่อให้สมาชิกที่เติบโตมาในสังคมนั้นๆ ได้เรียนรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบของสังคม ค่านิยมที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี ทศนคติที่สังคมเห็นว่าเป็นสิ่งไม่ดี ตลอดจนบรรทัดฐานทางพฤติกรรมและจริยธรรมของสังคม การอบรมระเบียบสังคมนี้อาศัยกลไกของนิทานหลายประเภท เช่น นิทานชาดกใช้อบรมโลกทัศน์ อุดมการณ์ ปรัชญาในการดำเนินชีวิตในพุทธศาสนา ภาษิตพังเพยใช้อบรมระเบียบของสังคม เมื่อใช้เป็นความเปรียบ เด็กๆ หรือสมาชิกในสังคมนั้นๆ ได้เรียนรู้ทัศนคติของสังคมหรือค่านิยมที่สังคมนั้นๆ เห็นว่าเป็นสิ่งดีหรือไม่ดี เป็นต้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์นิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย” ผู้วิจัยมีประเด็นอภิปรายผลดังนี้

1. การจำแนกประเภทของนิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย

ผลจากการจำแนกประเภทของนิทาน จังหวัดเลยนั้น มีความสอดคล้องกับบัวริน วงศ์วี (2551) ซึ่งได้แบ่งประเภทของนิทานชาวอำเภอด่านซ้าย อำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า กับเมืองหลวงพระบาง ออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ นิทานมหัศจรรย์ นิทานปริศมปริศนา นิทานมุขตลก นิทานผี นิทานอธิบายเหตุ นิทานคติธรรม และนิทานสัตว์ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวไม่พบนิทานชีวิต ส่วนดนุพล ไชยสินธุ์ (2543) ได้ศึกษารวบรวมวรรณกรรมท้องถิ่นจังหวัดเลย โดยจำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ วรรณกรรมมุขปาฐะ วรรณกรรมจารึก

และวรรณกรรมใบลาน ซึ่งมีความครอบคลุมวรรณกรรมทุกประเภท อย่างไรก็ตามการจำแนกประเภทของวรรณกรรมนั้นในงานวิจัยนี้เน้นการนำข้อมูลลายลักษณ์ของสาร สาระทัศนานันท์ (2535) มาเป็นข้อมูลหลักในการวิเคราะห์

ส่วนการจำแนกประเภทของสื่อพื้นบ้านนั้น ผู้วิจัยใช้แนวการแบ่งของกาญจนา แก้วเทพ (2544) ซึ่งแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านเป็น 4 ประเภท คือ 1) รูปแบบที่เป็นวจนภาษา (Verbal form) เช่น ตำนาน นิทาน ฎญา เป็นต้น 2) รูปแบบที่เป็นพฤติกรรม (Behavioural form) เช่น ความเชื่อ การละเล่น ประเพณี เป็นต้น 3) รูปแบบที่เป็นวัตถุ (Material form) เช่น เครื่องแต่งกาย ผ้าพื้นเมือง ของใช้ หัตถกรรม เป็นต้น และ 4) รูปแบบที่เป็นอวจนภาษา (Non-verbal form) เช่น ภาพวาด เป็นต้น แต่การแบ่งประเภทสื่อพื้นบ้านดังกล่าวนี้ พบความซ้ำซ้อนของรูปแบบอวจนภาษา (นิทาน ตำนาน) กับวรรณกรรมจังหวัดเลย ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำมาสื่อพื้นบ้าน 3 ประเภทมาวิเคราะห์เท่านั้น

2. การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรมของนิทานและสื่อพื้นบ้านในจังหวัดเลย

ผลการศึกษาคุณธรรมจริยธรรมในนิทานและพื้นบ้านจังหวัดเลย สามารถจำแนกได้ 14 ประเภท คือ 1) ความเมตตา กรุณา ไม่เบียดเบียนผู้อื่น 2) ความกตัญญูต่อบุคคลและสิ่งมีชีวิต 3) ความซื่อสัตย์ 4) ความมีสติจะหรือวาจาสัตย์ และพูดจาไพเราะ 5) ความมีวินัย 6) ความเสียสละ ให้ทาน และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ 7) ความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูล 8) ความพยายามมานะ และอดทน 9) ความยุติธรรม 10) ความขยัน สัมมาชีพ และรับผิดชอบ 11) ความโลภ 12) ความกล้าหาญและเขาวนปัญญา 13) หลักการครองเรือน 14) การทำดีได้ดี และ 15) การให้อภัย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สุวรรณชื่น (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง วิเคราะห์จริยธรรมในนิทานพื้นบ้านจังหวัดอุดรดิตริตต์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลนิทานพื้นบ้านจังหวัดอุดรดิตริตต์ จำนวน 83 เรื่อง ตามหลักเกณฑ์จริยธรรม 11 ประการ ที่มุ่งอบรม สั่งสอน ให้ข้อคิด คติเตือนใจ รวมทั้งแนวทางในการดำเนินชีวิต อันสะท้อนให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่มีวิธีการให้ข้อคิดอบรมสั่งสอนจริยธรรมให้แก่เยาวชนอย่างแยบยล และยังสอดคล้องกับอุไรวรรณ สิงห์ทอง, หนึ่งฤทัย ม่วงเย็น และจากรวรรณ แดนนาวาส (2560) ซึ่งได้เสนอบทความเรื่อง

การศึกษาคุณธรรมที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณธรรมที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านอีสาน จำนวน 50 เรื่อง โดยศึกษาคุณธรรม 13 ด้าน ได้แก่ ความขยัน ความประหยัด ความซื่อสัตย์ ความมีวินัย ด้านความอ่อนน้อม ด้านความสะอาด ด้านความสามัคคี ด้านความมีน้ำใจ ด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของพรสวรรค์ ศิริกัญจนภรณ์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบูรณาการวรรณกรรมและสื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมเยาวชนในจังหวัดเลย โดยผลการวิจัย พบว่า 1) คุณธรรมจริยธรรมปรากฏอยู่ในเนื้อหา นิทานทุกเรื่องและในแต่ละเรื่องมีคุณธรรมจริยธรรมหลายด้าน โดยเรียงลำดับจากคุณธรรมจริยธรรมที่พบมากไปหาน้อย ตามลำดับดังนี้ ความเสียสละ ความขยันหมั่นเพียร ความอดทนอดกลั้น ความสามัคคี ความซื่อสัตย์ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความกตัญญู ความมีสติ ความเฉลียวฉลาด ความยุติธรรม ความมีเมตตา ความกล้าหาญ คิดก่อนพูดและพอใจในสิ่งที่ตนมี

ความสอดคล้องของผลการวิจัยดังกล่าว น่าจะอนุมานได้ว่าพื้นที่จังหวัดเลยในอดีตคือส่วนหนึ่งของอาณาจักรล้านช้าง แน่แน่นอนว่าพื้นที่แถบนี้มีวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนาและความเชื่อที่สืบสานจากวัฒนธรรมล้านช้าง ดังนั้นวรรณกรรมท้องถิ่นจังหวัดเลย จึงมีความคล้ายคลึงกับวรรณกรรมในอาณาจักรล้านช้าง (ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) เพราะชาวอีสานสมัยก่อนรับวัฒนธรรมจากราชธานีไทย (สมัยก่อนรัชกาลที่ 5) จึงได้รับวัฒนธรรมจากอาณาจักรล้านช้างเสมอมา

นับได้ว่าคุณธรรมจริยธรรมที่พบในนิทานพื้นบ้านของจังหวัดเลยและสื่อพื้นบ้านนั้น แม้ว่าจะเป็นนิทานที่เก่าหรือไม่ทันสมัยแต่ก็ยังคงไว้ซึ่งแนวคิดเชิงจริยธรรมที่คนในสังคมเมืองเลยในอดีตใช้เพื่อสั่งสอนเยาวชน และประชาชน ซึ่งก็น่าเสียดายว่านิทานท้องถิ่นและสื่อพื้นบ้านเหล่านั้นไม่ได้รับการเผยแพร่หรือถูกถ่ายทอดสู่เยาวชนรุ่นหลังเพราะสังคมปัจจุบันนั้นสื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของเด็กและเยาวชน ซึ่งแตกต่างจากอดีตที่วัดเป็นศูนย์กลางการศึกษาเด็กและเยาวชนจึงได้รับการขัดเกลาและได้รับความบันเทิงจากนิทานพื้นบ้านและสื่อเหล่านั้นผ่านสถาบันศาสนา

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีความคาดหวังว่าผลการวิเคราะห์จะทำให้คนรุ่นใหม่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการอบรม

บ่มนิสัยของเยาวชนจะเห็นคุณค่าและนำองค์ความรู้ไปบูรณาการกับสื่อสมัยใหม่หรือจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนจังหวัดเลย ได้ซึมซับวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดเลย ในโอกาสต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์นิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อจำแนกประเภทของนิทานและสื่อพื้นบ้าน และเพื่อวิเคราะห์คุณธรรมและจริยธรรมในนิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย ซึ่งพบนิทานจังหวัดเลย จำนวน 63 เรื่อง สามารถจำแนกได้ 8 ประเภท คือ นิทานมหัศจรรย์ นิทานชีวิต นิทานและตำนานประจำถิ่น นิทานอธิบายเหตุ นิทานมุขตลก นิทานสัตว์ นิทานคติธรรม นิทานเรื่องผี ผลการศึกษา สื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย สามารถจำแนกได้ 5 ประเภท คือ ประเพณีและพิธีกรรม การละเล่น การแต่งกาย ของใช้และหัตถกรรม และจิตรกรรมฝาผนัง ผลการวิเคราะห์ คุณธรรมจริยธรรมในนิทานพื้นบ้าน จำแนกได้ 14 ประเภท คือ ความเมตตา กรุณา ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ความกตัญญู กตเวทิตะและความซื่อสัตย์ ความมีสัจจะหรือวาจาสัตย์ และพูดจาไพเราะ ความมีวินัย ความเสียสละ ให้ทาน และ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูล ความพยายาม มานะ และอดทน ความยุติธรรม ความขยัน สัมมาชีพ และรับผิดชอบ ความโลก ความกล้าหาญและเขาวนปัญญา หลักการครองเรือน การทำดีได้ดี และ การให้อภัย ส่วนคุณธรรมจริยธรรมในสื่อพื้นบ้าน สามารถจำแนกได้ 5 ประเภท คือ คุณธรรมจริยธรรมในประเพณีและพิธีกรรม คุณธรรมและจริยธรรมในการละเล่น คุณธรรมและจริยธรรมในเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้าของชาวไทยดำ คุณธรรมและจริยธรรมในของใช้และหัตถกรรม และจริยธรรมในจิตรกรรมฝาผนัง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาสามารถนำองค์ความรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรมจากนิทานและสื่อพื้นบ้าน ไปบูรณาการเพื่อพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของเด็กและเยาวชนในท้องถิ่นจังหวัดเลย เพื่อให้เกิดความรัก และเห็นคุณค่าของมรดกทางวรรณกรรมของคนเมืองเลยยุคอดีต

2. นิทานและสื่อพื้นบ้านจังหวัดเลย นอกจากนี้คุณค่าในเชิงคุณธรรมจริยธรรมแล้วยังมีความหมายในเชิงสัญลักษณ์ที่มีคุณค่า ชุมชนหน่วยงานการท่องเที่ยวควรนำไปสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มดึงดูดนักท่องเที่ยว ในเชิงคติชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์คุณธรรมจริยธรรมจากนิทานและสื่อพื้นบ้านของพื้นที่อื่น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในบริบท ความเชื่อและประเพณีของท้องถิ่นอื่น

2. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์คุณธรรมจริยธรรมที่น่าเสนอผ่านสื่อในรูปแบบอื่น เช่น สื่อออนไลน์ แอนิเมชัน โฆษณา เพื่อความเข้าใจในคุณค่าและการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์
- กุลธิดา จันทร์เจริญ. (2555). *กลวิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยสื่อพื้นบ้าน: กรณีศึกษาการดำเนินโครงการสื่อพื้นบ้านเพื่อสุขภาวะเยาวชน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชม ภูมิภาค. (2520). *เอกสารประกอบวิชาเทคโนโลยี 521 การบริหารโครงการเทคโนโลยีทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- دنۇفل ٲايىلىنىڭ. (2543). *วรรณกรรมจังหวัดเลย*. เลย: โรงพิมพ์รุ่งแสงธุรกิจการพิมพ์.

บัวริน วัจศิริ. (2551). *วรรณกรรมพื้นบ้านในชุมชนลาวหลวงพระบางกับบทบาทการสืบสานความเป็นลาวหลวงพระบางในบริบทสังคมไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

พรสวรรค์ ศิริภัญจนภรณ์. (2562). *การบูรณาการวรรณกรรมและสื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมเยาวชนในจังหวัดเลย*. เลย: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

วรพรรณ สุวรรณชื่น. (2550). *วิเคราะห์จริยธรรมในนิทานพื้นบ้านจังหวัดอุดรดิติถ์*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

ศาริตา สุขคง. (2555). *นิทานพื้นบ้านไทดำบ้านนาป่าหนาดตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ศิริพร ณ ถลาง. (2552). *ทฤษฎีคติชนวิทยา วิธีวิทยาในการวิเคราะห์ตำนาน-นิทานพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สาร สาระทัศนันท์. (2535). *นิทานพื้นบ้าน*. เลย: ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม วิทยาลัยครูเลย.

อุไรวรรณ สิงห์ทอง, หนึ่งฤทัย ม่วงเย็น และจารุวรรณแดนนาวาส. (2560). *การศึกษาคุณธรรมที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านอีสาน. ใน รายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาในระดับชาติ "พินูลสงครามวิจัย" ครั้งที่ 3 ประจำปี 2560 Thailand 4.0 นวัตกรรมและการวิจัยเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. หน้า 1-10. 23-24 มีนาคม 2560. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพินูลสงคราม

แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็ง
ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน
กรณีศึกษา: ธุรกิจชุมชน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์

The Guidance to Develop Capabilities and Competitiveness of Community Businesses
to Support Community Economies Toward Stability and Sustainability:
A Case Study of Community Businesses in Kap Choeng District, Surin Province

นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์^{1*} ทำนอง ชิดชอบ¹

Navarat Nithichaianan^{1*} Thumnong Chidchob¹

Corresponding author's E-mail: navarat@srru.ac.th¹

(Received: June 9, 2021; Revised: July 24, 2021; Accepted: September 15, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจชุมชนและศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประธาน คณะกรรมการและสมาชิกที่เป็นตัวแทนกลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 10 คน และการสนทนากลุ่มจากตัวแทนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา พบว่าจุดแข็ง คือ มีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ได้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สมาชิกมีประสบการณ์ในการผลิตจุดอ่อน คือ ผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลาย ขาดการประชาสัมพันธ์ ช่องทางการจำหน่ายไม่หลากหลาย ขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โอกาส คือ กระแสนิยมสินค้าจากภูมิปัญญา การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ การสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน มีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และอุปสรรค คือ ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบได้ง่าย ต้นทุนวัตถุดิบ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ คู่แข่งผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน ได้แก่ บัณฑิตภายในของธุรกิจชุมชน คือ การต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาทักษะความรู้กับสมาชิก และการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน บัณฑิตภายนอกของธุรกิจชุมชน คือ สร้างพันธมิตรทางธุรกิจชุมชน การปฏิสัมพันธ์กับภายนอกและบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ

คำสำคัญ: ธุรกิจชุมชน การพัฒนา ความเข้มแข็ง

Abstract

This research aimed to analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats, and propose the guidance to enhance capabilities and competitiveness of community businesses in Kap Choeng District, Surin Province. The researchers used in-depth interview and observation as data collecting tools combining 10 key informants of group leaders, boards or representative members, and focus group discussion involving 15 representatives. From descriptive data analysis, the researchers found that the strengths were their abundant self-owning materials for production, acquirement of community business product standard certification, and profound experience in production of the members. The weaknesses were their lack of products variety, public relation, distribution channels, and knowledge in product development. Their opportunities were our late consumer trend toward local products, government institution support, community business network building, and increasing numbers of OTOP centers. Their threats were the ease of

¹ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

¹ Lecturers, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University

product imitation, raw material costs, lack of support from government institutions, and large number of competitors. The guidance to develop community businesses by internal factors included extension of products toward variety and identity, increasing marketing channels, product value adding, public relation, enhancement of members skills and knowledge, and community business network formation. Finally, the development of community businesses by external factors included establishment of community business alliances, stimulating outside interaction, along with collaborative integration with government institutions.

Keywords: community business, development, competitiveness

ความเป็นมาของปัญหา

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวคิดหนึ่งที่เน้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางรากฐานพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยการรวมกลุ่มเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ นอกจากมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแล้วยังมีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน โดยการอาศัยความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ร่วมกันเป็นเจ้าของ ร่วมกันคิด ร่วมกันนำทรัพยากร ภูมิปัญญาของชุมชนสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นการช่วยเศรษฐกิจของชุมชนให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีในระดับครอบครัวและระดับชุมชน ซึ่งการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนที่จะนำไปสู่ความสำเร็จมีความเจริญก้าวหน้า รวมทั้งความมั่นคงและยั่งยืนต้องอาศัยรากฐานของชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งอำเภอกาบเชิงเป็นหนึ่งในอำเภอของจังหวัดสุรินทร์ที่มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ ลาว เขมร กูย ซึ่งแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์จะมีเอกลักษณ์เฉพาะโดดเด่นของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ นอกจากนี้มีภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดต่อกันมา เช่น การทอผ้าไหม การจักสาน การทอเสื่อ การแปรรูปอาหาร จึงทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตามวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น และได้มีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์เสื่ออก โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมกันในการดำเนินงานธุรกิจของชุมชนเพื่อยกระดับรายได้ร่วมกันของคนในชุมชน

อย่างไรก็ตามปัญหาของธุรกิจชุมชนของอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ เนื่องจากการดำเนินงานของคนในชุมชนร่วมกันดำเนินการกันเอง ทำให้ขาดความรู้ในการบริหารจัดการที่ดี อาทิ การผลิตไม่ตรงตามต้องการของตลาด

การขาดทักษะการนำภูมิปัญญามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขาดการคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ความสามารถในการบริหารจัดการและการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ประกอบการกับต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่มีความรุนแรงและความสมัยใหม่ อีกทั้งต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจชุมชน ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบปัญหาและกลุ่มธุรกิจชุมชนบางกลุ่มต้องล้มเลิกกิจการไป ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวทำให้ธุรกิจชุมชนอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ต้องมีการปรับตัวในการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีศักยภาพและมีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและมีภูมิคุ้มกันที่ดี อันเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง อีกทั้งทำให้ชาวบ้านมีพลังในการร่วมกันแก้ไขปัญหาและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นกลไกที่สำคัญในกระบวนการเสริมสร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นหลักภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อสามารถพึ่งตนเองและเกิดความยั่งยืนของชุมชน ทั้งนี้ขั้วฤกษ์ดี ตันตระกูล (2551) ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและพบแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ โดยต้องเริ่มจากการสร้างฐานรากที่แข็งแรงในความเป็นผู้ประกอบการให้กับธุรกิจชุมชน จัดโครงสร้างให้แข็งแรงก่อนสร้างส่วนอื่นๆ ปรับกระบวนการคิดและทัศนคติของผู้ประกอบการ พัฒนาระบบการด้านการจัดการ โดยเน้นด้านการตลาดและการเงิน และมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นจากปัญหาของธุรกิจชุมชน อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน เพื่อธุรกิจชุมชนสามารถนำแนวทางในการเพิ่มศักยภาพที่สอดคล้องและเหมาะสมกับธุรกิจชุมชนของตนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน รวมถึงช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและมั่นคงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจชุมชน อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจชุมชน อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ธุรกิจชุมชนที่ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ในพื้นที่อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์ มีจำนวน 4 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างในการให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มละ 10 คน

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสังเกต เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจชุมชน อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์ และการสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจชุมชน อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ประธาน 1 คน คณะกรรมการ 5 คน และสมาชิก 4 คน ของกลุ่มธุรกิจชุมชนฯ ละ 10 คน

3.2 การสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนธุรกิจชุมชน 8 คน หน่วยงานพัฒนาชุมชน 2 คน ตัวแทนพาณิชย์จังหวัด 1 คน ผู้นำชุมชน 1 คน เกษตรอำเภอท่ง 1 คน และนักวิชาการ 2 คน รวม 15 คน ร่วมเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน

3.3 การตรวจสอบข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลแล้วได้ทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data triangulation) โดยการพิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นถูกต้องหรือไม่วิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัยทั้งจากการค้นคว้าเอกสารชั้นต้นเอกสารชั้นรองและนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเรียบเรียงและรวบรวมจำแนกอย่างเป็นระบบโดยเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ของข้อมูลและสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่รวบรวมทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ร่วมกับเอกสาร งานวิจัย แนวคิดและทฤษฎี

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจชุมชน ดังนี้

1. จุดแข็งของธุรกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์ของตนเองและมีเพียงพอต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น สมาชิกมีประสบการณ์ในการผลิต และการมีส่วนร่วมของสมาชิกมีการร่วมมือ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจร่วมรับผิดชอบร่วมกัน

2. จุดอ่อนของธุรกิจชุมชน ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รู้จักอย่างทั่วถึง ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ขาดช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายช่องทาง ขาดทักษะความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ต้องใช้ทักษะความชำนาญและความประณีตสูง

3. โอกาสของธุรกิจชุมชน โอกาสจากกระแสนิยมสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญา การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐนโยบายรัฐส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การได้ออกแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง การมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน

4. อุปสรรคของธุรกิจชุมชน คือ ไม่สามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบที่หาซื้อจากภายนอกได้ ผลิตภัณฑ์สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง รวมถึงคู่แข่งผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันมีจำนวนมาก

แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจชุมชน จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจชุมชน และทำการสนทนากลุ่มโดยการนำเสนอสรุปประเด็นที่มีความสำคัญเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนที่จะเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนซึ่งแนวทางประกอบด้วยปัจจัยทั้งภายในและปัจจัยภายนอกซึ่งปัจจัยภายในที่ควรพัฒนาเป็นอันดับแรก คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีความเอกลักษณ์ รองลงมา คือ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาทักษะความรู้แก่สมาชิก และการสร้างเครือข่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอกที่ควรพัฒนาเป็นอันดับแรก คือ สร้างพันธมิตรทางธุรกิจชุมชนและการปฏิสัมพันธ์กับภายนอก รองลงมา คือ การบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ตามลำดับ และสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยเรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาปัจจัยภายในของธุรกิจชุมชน

1.1 ควรต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อสร้างคุณลักษณะเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ พร้อมกับพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความแตกต่างที่เป็นจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

1.2 ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายช่องทาง เช่น การจำหน่ายผ่านสื่อสังคมทางออนไลน์ ที่เป็นช่องทางหนึ่งซึ่งเป็นช่องทางที่นิยมในปัจจุบันและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้สะดวกและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ในวงกว้างมากขึ้น

1.3 ควรเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง และควรมุ่งเน้นคุณภาพและมาตรฐาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและสร้างตราสินค้าเอกลักษณ์เพื่อสร้างความจดจำให้กับลูกค้า

1.4 ควรมีการประชาสัมพันธ์ เช่น Facebook, Line, แผ่นพับ เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและสามารถเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผู้บริโภคได้รู้จักมากขึ้น ควรออกจำหน่ายตามเทศกาลต่างๆ การเข้าร่วมแสดงสินค้ากับหน่วยงานของภาครัฐ เพื่อเพิ่มโอกาสในการค้าเป็นการเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้ามากขึ้น

1.5 ควรพัฒนาทักษะความรู้ให้กับสมาชิก เช่น การอบรมเพิ่มทักษะความรู้ความชำนาญให้กับสมาชิก การจัดกิจกรรมเสริมทักษะเพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาเสริมจุดเด่นและพัฒนาจุดด้อย เพื่อสร้างโอกาสและป้องกันอุปสรรคที่เกิดขึ้นเพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาขีดความสามารถของกลุ่มให้มีศักยภาพอันนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน

1.6 ควรสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนโดยการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนกับธุรกิจชุมชนประเภทเดียวกัน และเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชนประเภทต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายให้กว้างขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความร่วมมือในด้านการค้าและการลงทุน ด้านการผลิต การตลาด เทคโนโลยี ตลอดจนทั้งแรงงานร่วมกันรวมถึงการสร้างอำนาจ

ในการเจรจาต่อรองทางการค้าร่วมกัน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขัน

2. แนวทางการพัฒนาปัจจัยภายนอกของธุรกิจชุมชน

2.1 ควรสร้างพันธมิตรทางธุรกิจชุมชนและมีการปฏิสัมพันธ์กับภายนอกโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม กระบวนการเรียนรู้เป็นเครื่องมือและกิจกรรมในการขับเคลื่อนและพัฒนา กลุ่มธุรกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมการศึกษา การส่งเสริมการพบปะระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตลอดจนทั้งควรสร้างพันธมิตรและสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นโอกาสในการพัฒนาด้านการผลิต การตลาด การจัดการกลุ่มให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น

2.2 ควรบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยการสร้างความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ให้กับธุรกิจชุมชน รวมทั้งเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของธุรกิจชุมชน เช่น การจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเป็นเครื่องมือใช้ เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนา โดยกามีมีส่วนร่วมของกลุ่มธุรกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ในลักษณะของกระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ แก้ไขปัญหา เพื่อให้ธุรกิจชุมชนมีแผนพัฒนาธุรกิจชุมชนในการบริหารจัดการพัฒนาธุรกิจ อันนำไปสู่ศักยภาพในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จนำไปสู่ความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน รวมทั้งเป็นการได้รับโอกาสในการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายต่อไป

อภิปรายผล

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจชุมชน กล่าวคือ จุดแข็ง ประกอบด้วย การมีวัตถุดิบการผลิตของตนเอง และมีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) สมาชิกมีประสบการณ์ในการผลิต และเป็นผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนจุดอ่อน คือ การไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ ขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ช่องทางการตลาดที่จำกัด ขาดทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่วนอุปสรรค คือ ไม่สามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบที่หาซื้อ

จากภายนอกได้ รวมทั้งผลิตภัณฑ์สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปทำให้ไม่สามารถผลิตได้ตามต้องการของลูกค้า และคู่แข่งผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันมีจำนวนมาก ส่วนโอกาส คือ กระแสนิยมสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญา การได้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ การสร้างเครือข่ายและพันธมิตรธุรกิจชุมชน การมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน นโยบายรัฐส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่า จุดแข็ง คือ ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ และภาวะความเป็นผู้นำของกลุ่ม จุดอ่อน คือ อุปสรรคขาดความทันสมัยและขาดด้านส่วนแบ่งการตลาด ในส่วนโอกาส คือ กระแสนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติและจำนวนลูกค้ามีมาก และอุปสรรค คือ ขาดการรับรองมาตรฐานสินค้า

แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจชุมชน อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์

1. แนวทางการพัฒนาปัจจัยภายในของธุรกิจชุมชน โดยมีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1.1 การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย พร้อมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น การนำภูมิปัญญาดั้งเดิม หรือวัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณลักษณะเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์และ มีความหลากหลายรูปแบบ พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชัยรัฐ หมีนังดั่ง, เกรียงศักดิ์ แก้วนาค และดนัย ลามคำ (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการดำเนินงานการพัฒนา กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพธิ์คำ ตำบลกุดแห่ อำเภอกลาง จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบผลิตภัณฑ์ได้นำภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิมมาพัฒนาสร้างสรรคเพิ่มเติม เพื่อความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น กลุ่ม

ต้องพัฒนาเพิ่มเติมให้ทันสมัยตามยุคสมัยใหม่ รวมทั้งพัฒนา
ลดความให้ทันสมัยเหมาะสมกับผู้ซื้อ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
เป็นรูปแบบและให้คงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้

1.2 การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการขยาย
ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายช่องทาง
เช่น การจำหน่ายผ่านสื่อสังคมทางออนไลน์ การสร้างเว็บ
Facebook, Line, QR Code เป็นที่นิยมในปัจจุบันทั้งเป็น
ช่องทางหนึ่งในการสั่งซื้อสินค้าที่ลูกค้าสามารถสั่งซื้อหรือ
เลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามต้องการ และสามารถสื่อสารกับ
ลูกค้าได้สะดวกและการเข้าถึงลูกค้าได้ในวงกว้าง สอดคล้อง
กับศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์, พสชนันท์ บุญช่วย และณัฐปภัสร
เทียนจันทร์ (2558) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาด
โอท็อปสู่สากล อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า
การที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปเครื่องจักสานในจังหวัด
นครปฐม สามารถจัดจำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์ได้ จึงทำให้
เกิดการสร้างช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมาก
หากสามารถพัฒนาผู้ประกอบการแต่ละรายให้สามารถหาจัด
จำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้จะทำให้ผู้ประกอบการ
มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น อันมาจากการค้นพบเทคนิคใหม่ๆ
ในการตลาด

1.3 การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การสร้างบุคลิก
ให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจาก
ผลิตภัณฑ์คู่แข่งมุ่งเน้นคุณภาพและมาตรฐาน การออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและสร้างตราสินค้าที่เป็น
เอกลักษณ์เพื่อสร้างความจดจำให้กับลูกค้า สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วชิรี พฤกษ์กานนท์, พรทิพย์
เกียรติวิทย์, สุขุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา
(2554) ศึกษาการวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการ
แข่งขันของธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ในเขตภาคเหนือ โดยมีแนวทางการจะสร้าง
ความยั่งยืนให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชนในอนาคตนั้น ควรจะมี
โครงการพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม เช่น การสร้างจุดเด่นของ
ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่าย
โดยทั่วไป โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อเป็น
การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ อันจะนำมาซึ่งการเป็นที่
ต้องการของตลาดซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี
และยั่งยืนของกลุ่ม

1.4 การประชาสัมพันธ์ ควรสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภค
ได้รู้จักมากขึ้น โดยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์
Facebook, Line หรือแผ่นพับ เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์
สินค้าให้เป็นที่รู้จักและสามารถเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับ
กลุ่มอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ เชียงใหม่
และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2560) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจ
ชุมชนกลุ่มผ้าไหมแพรวา กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมแพรวา
ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ควรจัดให้มี
ผู้รับผิดชอบดูแลในการขายสินค้าออนไลน์ เช่น Facebook,
Line, IG, เว็บไซต์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโฆษณาประชาสัมพันธ์
ข้อมูลข่าวสารและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านทางวิทยุกระจายเสียง
ในชุมชน เอกสาร แผ่นพับ เป็นต้น

1.5 การพัฒนาความรู้ทักษะให้กับสมาชิก ควรมี
การอบรม หรือการจัดกิจกรรมเสริมทักษะความคิดสร้างสรรค์
เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเสริมทักษะให้สมาชิกเกิดความ
ชำนาญและเชี่ยวชาญมากขึ้น ทั้งนี้กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถ
ขอความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับตำบล อำเภอ
หรือจังหวัด เช่น ขอสสนับสนุนองค์ความรู้กับมหาวิทยาลัย
ราชภัฏสุรินทร์ ซึ่งมียุทธศาสตร์การพัฒนานาท้องถิ่น โดย
การบูรณาการศาสตร์ความรู้ทางวิชาการกับภูมิปัญญา
ท้องถิ่น โดยธุรกิจชุมชนสามารถขอความร่วมมือในการอบรม
ทักษะความรู้ให้กับสมาชิก เพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาพัฒนา
ต่อยอดเสริมจุดเด่นและพัฒนาจุดด้อย เพื่อสร้างโอกาสและ
ป้องกันอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนา
ขีดความสามารถของกลุ่มให้มีศักยภาพอันนำไปสู่ความยั่งยืน
ของธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ ไกลา บุญพิศ และฮัมเดย์
มุดอ (2556) ได้กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืน
โดยมีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญไม่ใช่เพียงเพราะ
มีเงินมีงบแล้วจะเกิดได้เพราะการใช้เงินนำหน้าปัญญา
ตามหลัง อาจเกิดได้แต่เพียงโครงการแต่ไม่อาจเกิดการพัฒนา
ที่ยั่งยืนได้และ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ในทุกเรื่องเพราะ
เมื่อเกิดปัญหาที่ธุรกิจ ผู้ประกอบการจะสามารถแก้ไขปัญหา
ได้ทัน่วงทีและการหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้และ
พัฒนาธุรกิจ

1.6 การสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน โดยการสร้าง
เครือข่ายธุรกิจชุมชนกับธุรกิจชุมชนประเภทเดียวกันและ
เชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชนประเภทต่างๆ เพื่อเป็นการสร้าง

เครือข่ายความร่วมมือในด้านการค้าและการลงทุน ด้านการผลิต การตลาด เทคโนโลยี ตลอดจนทั้งแรงงานร่วมกันรวมถึงการสร้างอำนาจในการเจรจาต่อรองทางการค้าร่วมกัน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาภรณ์ จงวุฒิวัด, รัชสรวิศ สิงห์เลิศ และสมสงวน บัณฑิตา (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่าย มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชนของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด การที่ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จนั้นมีการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นๆ เพื่อรองรับการขยายตัวและการเป็นเครือข่ายที่ดีต่อกัน สามารถแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างเครือข่ายที่ทำการผลิตคล้ายๆ กันได้ ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มกันขึ้นเพื่อสร้างความเข้มแข็ง และมีอำนาจในการต่อรองได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายให้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนในระยะยาว

2. แนวทางการพัฒนาปัจจัยภายนอกของธุรกิจชุมชน

2.1 การมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ควรมีการปฏิสัมพันธ์กับภายนอกอย่างสม่ำเสมอโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและกระบวนการเรียนรู้เป็นเครื่องมือและกิจกรรมในการขับเคลื่อนและพัฒนา กลุ่มธุรกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมการศึกษาดูงาน การส่งเสริมการพบปะระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตลอดจนทั้งควรสร้างพันธมิตรและสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นโอกาสในการพัฒนาด้านการผลิต การตลาด ซึ่งทำให้เกิดแนวคิดใหม่เพื่อนำมาพัฒนา กลุ่มให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิสรา ชุ่มจิตร์, นิศา ชัชกุล และ เครือวัลย์ ชัชกุล (2557) การพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา: ตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา พบว่า ปัจจัยที่เป็นโอกาสด้านความสัมพันธ์กิจกรรมภายนอกมีความสัมพันธ์กับหน่วยงานต่างๆ ทำให้ได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพทางด้านการผลิตและการตลาด

2.2 การบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน การประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมอัน

นำไปสู่การผลักดันกลุ่มให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งเป็นการได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพภาพของกลุ่ม สอดคล้องกับ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตกลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่า การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานที่สำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านการให้องค์ความรู้ การพัฒนาทักษะวิชาชีพในด้านต่างๆ การสนับสนุน การตลาดและการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

สรุปผลการวิจัย

ธุรกิจชุมชนอำเภอทาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ มีจุดแข็งคือ วัตถุประสงค์เพียงพอต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองมาตรฐาน ประสิทธิภาพของสมาชิก จุดอ่อน คือ ขาดการประชาสัมพันธ์ ช่องทางการจำหน่ายไม่หลากหลาย ขาดทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โอกาส คือ ความนิยมสินค้าจากภูมิปัญญา การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ การสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน มีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน อุปสรรคคือ ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบได้ง่าย ต้นทุนวัตถุดิบ ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ คู่แข่งมีจำนวนมาก

แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนประกอบด้วย การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ การเพิ่มทักษะองค์ความรู้ การบูรณาการกับหน่วยงาน การปฏิสัมพันธ์กับภายนอกและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจชุมชน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งและนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มธุรกิจชุมชนควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งกลุ่มจะต้องติดตามตรวจสอบ ปัจจัยดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อการป้องกันและปรับปรุงแก้ไข ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง รวมทั้ง การกำหนดแนวทางพัฒนากลุ่มที่สอดคล้องกับศักยภาพและ บริบทของกลุ่ม เพื่อการพัฒนาให้เจริญเติบโตได้อย่าง เหมาะสม

2. กลุ่มธุรกิจชุมชน ควรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง หรือการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะความเชี่ยวชาญ เพื่อเสริมสร้าง องค์ความรู้สมัยใหม่ ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม ความคิด สร้างสรรค์ เป็นต้น เพื่อนำประยุกต์ใช้ความรู้ในการเสริมสร้าง ทักษะความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้ กระบวนการผลิตที่เน้นใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่ใน ชุมชนผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและนำมาพัฒนา ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดเด่น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน มีความทันสมัย เป็นที่ยอมรับ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถ ในการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

3. ภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การทำบัญชี การใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ การผลิต การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมการต่อยอดภูมิปัญญา และมีการบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ โดยส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการ ดำเนินงานกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความ ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ ธุรกิจชุมชนเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานให้มีความเข้มแข็งและสามารถการดำเนินกิจกรรมกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจชุมชนที่มีการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็น แบบอย่างต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีศักยภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญฤดี ตันตระกูล. (2551). แนวทางการพัฒนาธุรกิจ ชุมชน. *วารสารการพัฒนาท้องถิ่น*, 3(1), 55-63.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ อูทิศ สังข์รัตน์. (2557). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. *วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(1), 97-122.
- นิภาภรณ์ ใจวุฒิวาศ, รัชนีกร สิงห์เลิศ และ สมสงวน ปัสสาโก. (2553). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ ดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม*, 4(2), 103 -111.
- พิชัยรัฐ หมีนด้วง, เกียรติศักดิ์ แก้วนาค และดนัย ลามคำ. (2560, มีนาคม). *ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ดำเนินงานการพัฒนากลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ คำ ตำบลกุดแห่ อำเภอกลาง จังหวัดหนองบัวลำภู*. บทความวิจัยเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4 “งานวิจัย เพื่อพัฒนาท้องถิ่น” วันที่ 10 มีนาคม 2560 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, เพชรบูรณ์.
- ไฉลา บุญพิศ และฮัมเดีย มุดอ. (2556). *เส้นทางพัฒนา ธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืน*. นนทบุรี: วัชรินทร์ พี.พี.
- ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์, พชชนันท์ บุญช่วย และณัฐภัทร์ เทียนจันทร์. (2558). *รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการ ตลาดโอท็อปสู่สากล อำเภอสามพราน จังหวัด นครปฐม* (รายงานการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏรัตนโกสินทร์.
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วัชรวิ พฤชกานนท์, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, สุขุม พันธุ์ณรงค์ และ พิมลพรรณ บุญยะเสนา. (2554). การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อ พัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนที่ผลิต สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ใน เขตภาคเหนือ. *วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่*, 15(2), 1-25.

สุภาภรณ์ เขียงใหม่ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2560). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าไหมแพรวา กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมแพรวา ตำบลโพน อำเภอคำม่วงจังหวัดกาฬสินธุ์. บทความวิจัยเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 “การบริหารกิจการสาธารณะ ภายใต้ประเทศไทย 4.0” วันที่ 4 สิงหาคม 2560 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

อภิสร่า ชุ่มจิตร, นิตา ชัชกุล และเครือวัลย์ ชัชกุล. (2557). การพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา: ตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 10(2), 94-139.

การเพิ่มการเข้าถึงสวัสดิการของรัฐด้านการพัฒนาอาชีพของผู้พิการ
ด้วยกลุ่มเครือข่าย: กรณีศึกษาสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด
Improvement in Accessibility to Professional Development Welfare of Persons with
Disabilities by Social Network: A Case Study of the Association
of the Blind and Persons with Disabilities, Roi-Et Province

วีระชัย อักษรินทร์^{1*} อจิรภาส เพียรขุนทด²

Weerachai Arsarin^{1*} Ajirapa Pienkhuntod²

Corresponding author's E-mail: Tum5208@gmail.com¹

(Received: May 11, 2021; Revised: July 6, 2021; Accepted: October 1, 2021)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งตอบคำถามการวิจัยที่ว่า สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด ช่วยเพิ่มการเข้าถึงสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพให้แก่ผู้พิการในจังหวัดร้อยเอ็ดได้อย่างไร งานวิจัยนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ตัวแทนจากสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด เจ้าหน้าที่จากเทศบาลตำบลโนนชัยศรี อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด และเจ้าหน้าที่จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จังหวัดร้อยเอ็ด ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากเอกสารแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า การเพิ่มการเข้าถึงสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพของผู้พิการของรัฐด้วยกลุ่มเครือข่าย ทำให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงสวัสดิการด้านอาชีพผ่านสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด สมาคมฯ มีบทบาทหลัก 2 ประการ ได้แก่ การจัดทำฐานข้อมูลคนพิการ และการติดตามและดูแลผลประโยชน์ให้แก่ผู้พิการในจังหวัดร้อยเอ็ด นอกจากนี้ สมาคมฯ ยังมีส่วนช่วยผู้พิการให้สามารถ 1) เข้าถึงเงินอุดหนุนเพื่อการจัดอบรมด้านการพัฒนาอาชีพ ปีละ 50,000 บาท จาก 3 หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงาน จังหวัดร้อยเอ็ด เทศบาลตำบลโนนชัยศรี ซึ่งสมาคมฯ ใช้จัดโครงการอบรมด้านการพัฒนาอาชีพให้แก่ผู้พิการใน จังหวัดร้อยเอ็ด และเป็นการเตรียมความพร้อมให้มีความรู้ก่อนประกอบอาชีพที่เหมาะสมแก่ผู้พิการและสมาคมฯ และ 2) เข้าถึงเงินกู้ไม่มีดอกเบี้ยเพื่อเป็นทุนประกอบอาชีพโดยสมาคมฯ เป็นตัวเชื่อมประสานให้ผู้พิการที่เป็นสมาชิกให้สามารถเข้าถึงเงินกู้ยืมจากกองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ และให้การประกอบอาชีพอิสระประสบความสำเร็จและมีรายได้ที่มั่นคง ซึ่งเป็นการกักเงินที่ไม่เสียดอกเบี้ยตลอดระยะเวลา 5 ปี

คำสำคัญ: สวัสดิการสังคม การพัฒนาอาชีพ ผู้พิการ สมาคม เครือข่าย

Abstract

This research held a research question that how did the Association of the Blind and Persons with Disabilities improve the professional development of persons with disabilities in Roi-Et province? This research used in-depth interview to gather information from representatives from the Association of the Blind and Disability person Roi-Et province, local government officials from the Nonchaisri sub-district, Ponthong district, Roi-Et province, officials from the Social Development and Human Security Office, Roi-Et province, and officials from the Department of Skill Development, Roi-Et province. The gathered information then was analyzed along with information from secondary research and documents.

¹ นักศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹ Master's Candidate, Master of Public Administration, College of Local Administration, Khon Kaen University

² Lecturer, College of Local Administration, Khon Kaen University

The results found that the Association of the Blind and Persons with Disabilities helped improved the professional development of persons with disabilities in Roi-Et province. Persons with disabilities could access to professional development via the association's programs. The association had 2 main roles, which were creating of database of persons with disabilities and following up and looking out for benefits of persons with disabilities disability person in Roi-Et province. Moreover, with the association's assistance, the persons with disabilities could: 1) access to funding of 50,000 bath per year for skill development trainings from 3 government departments (the Social Development and Human Security, Skill Development, and the local government of Nonchaisri sub-district, Ponthong district, Roi-Et province; and 2) access to loans without interests (for 5 years) from the Career Development for Persons with Disabilities Fund for a career setup, which was coordinated by the association to ensure that the loans used for career advancement and better earning of persons with disabilities.

Keywords: social welfare, professional development, persons with disabilities, association, partnerships

ความเป็นมาของปัญหา

การจัดสวัสดิการสังคม (Social welfare) เป็นหน้าที่สำคัญของรัฐที่ต้องดูแลรับผิดชอบประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนให้สามารถเข้าถึงบริการทางสังคมขั้นพื้นฐานได้ สวัสดิการสังคมสามารถจัดในรูปแบบโครงการหรือบริการจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยจัดขึ้นเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงของชีวิตให้แก่ประชาชน (ระพีพรรณ คำหอม, 2549) ผู้พิการเป็นกลุ่มคนต้องพึ่งพิงสวัสดิการสังคมและความช่วยเหลือจากรัฐ เพราะเป็นกลุ่มที่มีความเปราะบางและเผชิญความเสี่ยงในหลากหลายมิติ ที่เป็นผลมาจากข้อจำกัดทางกายภาพและสุขภาพของตน

รัฐบาลทุกสมัยได้ให้ความสำคัญกับการดูแลผู้พิการ มีนโยบายต่างๆ เพื่อปรับปรุง พัฒนาบริการสาธารณะและสวัสดิการของรัฐให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้พิการ ทำให้ผู้พิการได้รับบริการและความช่วยเหลือตามสิทธิขั้นพื้นฐาน สามารถเข้าถึงสวัสดิการของรัฐอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้มีอาชีพ มีคุณภาพชีวิตที่ดีและอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีศักดิ์ศรีเช่นคนทั่วไปได้ (วิจารณ์ พานิช, 2555) การฟื้นฟูสมรรถภาพด้านอาชีพให้กับผู้พิการจึงเป็นหนทางหนึ่งที่ภาครัฐดำเนินการมาโดยตลอด ถึงแม้ว่าการส่งเสริมอาชีพให้แก่ผู้พิการเป็นภารกิจหลักที่สำคัญของภาครัฐ แต่การดำเนินงานเพียงลำพังอาจจะไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้พิการได้อย่างรวดเร็ว ทั่วถึง และเท่าเทียม ด้วยสาเหตุนี้ หน่วยงานภาครัฐ

จึงต้องร่วมมือกับหน่วยงานเอกชน และเครือข่ายผู้พิการ ไม่ว่าจะ เป็นเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ เช่น มูลนิธิ และสมาคมคนตาบอดและผู้พิการ ในการจัดสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพให้แก่ ผู้พิการในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาบทบาทของสมาคมคนตาบอดและคนพิการในการเพิ่มการเข้าถึงสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพให้แก่ผู้พิการในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเป็นการถอดบทเรียน และทำความเข้าใจเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเครือข่าย ผู้พิการในการจัดสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพให้แก่ผู้พิการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด ในการจัดสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพแก่คนพิการ
2. เพื่อศึกษาการเข้าถึงบริการ ทรัพยากร และโอกาส ของคนพิการจากหน่วยงานรัฐผ่านสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 บทความงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก กึ่งโครงสร้าง โดยการสังเคราะห์จากข้อมูลศึกษาเอกสาร (Document research) ที่เป็นแหล่งข้อมูล ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับคนพิการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของคนพิการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับสวัสดิการของคนพิการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับอาชีพของคนพิการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิต่างๆ ของคนพิการ

ขั้นตอนที่ 2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ตัวแทนจาก สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด (6 คน) เป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด เจ้าหน้าที่จากเทศบาลตำบล โนนชัยศรี อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด (เทศบาลตำบลโนนชัยศรี เป็นต้นแบบที่ดีที่ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำต่างๆ ให้กับคนพิการในเรื่องของการจัดตั้งกลุ่มสมาคมขึ้นมา ทำให้สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด มีความเข้มแข็งมากกว่าสมาคมกลุ่มอื่นๆ) เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด และเจ้าหน้าที่จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นผู้ดำเนินงานหลักในการปฏิบัติงานในพื้นที่อีกด้วย

ขั้นตอนที่ 3 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยออกแบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง และกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการประสานงานไปยังสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ดและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับงานการส่งเสริมอาชีพคนพิการที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ โดยใช้ 2 วิธีคือ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นแบบกึ่งโครงสร้างและไม่เป็นโครงสร้าง ซึ่งทำให้สามารถสัมภาษณ์ถึงประเด็นอื่นๆ ได้ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ

ผลการวิจัย

สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2548 การจัดตั้งและการดำเนินงานของสมาคมฯ ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงาน

พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐหลักที่มีภารกิจในการจัดสวัสดิการเพื่อผู้พิการ สมาคมฯ ทำหน้าที่เป็นช่องทางให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของผู้พิการ และเป็นศูนย์กลางรับบริการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐต่างๆ ที่จัดงบประมาณและความช่วยเหลือในรูปแบบเงินอุดหนุนและเงินกู้ไม่มีดอกเบี้ยให้แก่ผู้พิการ เพื่อดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการให้ดียิ่งขึ้น สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่ผู้พิการสามารถเข้าถึงได้โดยผ่านสมาคมฯ มีดังนี้

1. บทบาทของสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด ในการจัดสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพแก่ผู้พิการ ผลการศึกษาพบว่า

1.1 การจัดทำฐานข้อมูลผู้พิการ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำฐานข้อมูลผู้พิการด้านการส่งเสริมอาชีพ และสามารถประสานงานข้อมูลเพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการได้อย่างครบวงจร และเพื่อให้การประกอบอาชีพของผู้พิการนั้น ประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากการทำฐานข้อมูลของสมาคมฯ ดังนั้น “ทางสมาคมฯได้ให้สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำฐานข้อมูลผู้พิการด้านการส่งเสริมอาชีพและสามารถประสานงานข้อมูลเพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการได้ และข้อมูลนี้สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาต่อได้อีกด้วย” เสาวนีย์ บุนผาติ (2564) การจัดทำฐานข้อมูลดังกล่าวนี้ มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนและติดตามการบังคับใช้กฎหมาย นโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการภายในจังหวัด รวมทั้งผลักดันให้มีการผนวกรวมประเด็นผู้พิการเข้าสู่อการพัฒนากระแสหลักและสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรของผู้พิการให้สามารถทำหน้าที่พิทักษ์สิทธิผู้พิการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 การติดตามและดูแลผลประโยชน์ให้แก่ ผู้พิการ สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด มีคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ ที่มาจากการเลือกตั้งของสมาชิก ประกอบด้วย ตำแหน่งประธาน รองประธาน เภรัญญิก บัญชี เลขานุการ ผู้ช่วยเลขานุการ และคณะบริหารจัดการที่ดำเนินการแก้ไขปัญหาสมาคมฯ อำนวยความสะดวก การให้ความรู้ การกำกับ

ติดตาม การรักษาผลประโยชน์ของสมาชิกและสวัสดิการต่างๆ มีการรายงานผลการดำเนินงานจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย รายงานงบท่างการเงินทุกครั้งที่มีการประชุมใหญ่สามัญ ประจำปีและมีกรรมการตรวจสอบการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานนั้นเป็นไปในทิศทางที่กำหนดไว้

บทบาทสำคัญยิ่งอีกอย่างหนึ่งของสมาคมฯ คือ การเป็นตัวเชื่อมให้ผู้พิการที่เป็นสมาชิกของสมาคมฯ ได้เข้าถึงเงินกู้ยืมจากกองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการที่ทางสมาคมฯ ได้จัดตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้พิการ และเพื่อให้การประกอบอาชีพอิสระของผู้พิการประสบความสำเร็จและมีรายได้ที่มั่นคง

นอกจากนี้ผลของการศึกษาบทบาทของสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ดในการจัดสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพแก่ผู้พิการ พบว่าเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับสิทธิต่างๆ ของ คนพิการ

2. การเข้าถึงบริการ ทรัพยากร และโอกาสของผู้พิการจากหน่วยงานรัฐผ่านสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า

2.1 เงินอุดหนุนเพื่อการจัดอบรมด้านการพัฒนาอาชีพ หน่วยงานรัฐ 3 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดร้อยเอ็ด และเทศบาลตำบลโนนชัยศรี ให้การสนับสนุนงบประมาณเงินอุดหนุน ปีละ 50,000 บาท ให้กับสมาคมฯ เพื่อจัดโครงการอบรมด้านการพัฒนาอาชีพให้กับผู้พิการในจังหวัดร้อยเอ็ด และยังเป็นเตรียมความพร้อมให้ความรู้ก่อนประกอบอาชีพที่เหมาะสมแก่ผู้พิการ และสมาคมฯ ยังได้มีการพัฒนาบทบาทในการจัดทำหลักสูตรการฝึกอาชีพที่ตรงกับความต้องการของผู้พิการ และจัดทำหลักสูตรการฝึกอาชีพที่สามารถต่อยอดอาชีพให้แก่ผู้พิการ โดยมีการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอาชีพผู้พิการในรูปแบบของหลักสูตรประกอบไปด้วยหลักสูตรการฝึกอาชีพระยะสั้น - ระยะยาวตั้งแต่ 3 วัน จนถึง 1 สัปดาห์ เพื่อให้เนื้อหาหลักสูตรมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพความพิการแต่ละประเภทแต่ละอาชีพทางสมาคมฯ ได้จัดทำโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้พิการ มีดังนี้

2.1.1 โครงการฝึกอาชีพในการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้พิการ โดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดร้อยเอ็ด จัดอบรมใช้เวลาจัดฝึกอบรมโครงการ 7 วัน

2.1.2 โครงการฝึกอาชีพการตัดผมเพื่อเป็นช่างตัดผมสำหรับผู้พิการ จัดฝึกอบรมโดย เทศบาลตำบลโนนชัยศรี ร่วมกับร้านเพื่อนผมในการให้ความรู้ ทักษะต่างๆ แก่ผู้พิการ

2.1.3 หลักสูตรฝึกอาชีพการตัดเสื้อผ้า และหลักสูตรฝึกอาชีพทอผ้าไหมไทยแก่ผู้พิการ จัดอบรมโดยสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด

2.1.4 โครงการฝึกอบรมการทำพรมเช็ดเท้าจากเศษผ้า จัดโครงการและให้ความรู้โดยเทศบาลตำบลโนนชัยศรี

2.1.5 โครงการฝึกอบรมสำหรับผู้พิการหลักสูตรการสานตะกร้าเชือกมัดฟาง โครงการฝึกอบรมหลักสูตรการสานตะกร้าพลาสติก โครงการฝึกอบรมอาชีพทำพรมเช็ดเท้า และถักสานเปลนอนจากเศษผ้า โครงการฝึกอบรมสำหรับผู้พิการหลักสูตรการฝึกอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้า กระเป๋า และรองเท้า จัดโดยสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ดร่วมกับเทศบาลตำบลโนนชัยศรี

2.1.6 โครงการอบรมความรู้ช่องทางการประกอบอาชีพแนวใหม่ต่อยอดการทำธุรกิจ เพื่อขยายกิจการให้แก่ผู้พิการ เช่น การทำกิจการเพื่อสังคมเพื่อคนพิการ (Social Enterprise: SE) ตามพระราชบัญญัติคณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติโดยหลักเกณฑ์และวิธีการยื่นคำขออนุญาตประกอบกิจการ เพื่อสังคม พ.ศ. 2561 การรวมกลุ่มประกอบอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำการเกษตร สมาร์ทฟาร์มเมอร์ การขายของ Online การทำแผนธุรกิจ เป็นต้น

ดังนั้น หากผู้พิการต้องการของบประมาณสนับสนุนหรือโครงการต่างๆ จากหน่วยงานรัฐจะต้องมีการจัดตั้งกลุ่มชมรม และสมาคม โดยจะต้องขอจดทะเบียนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเป็นผู้รับรองการจัดตั้งเพื่อนำมาแนบในเอกสารในการเขียนโครงการของบประมาณในการฝึกอบรมพัฒนาอาชีพผู้พิการกับหน่วยงานรัฐ โดยปกติสมาคมฯ จะได้โครงการจาก พมจ.ร้อยเอ็ด ประมาณปีละ 3-4 โครงการ และ พมจ.ร้อยเอ็ด จะให้งบประมาณกับสมาคมฯ มาบริหารจัดการเอง ทำให้สมาคมฯ สามารถหาวัสดุ อุปกรณ์ และวิทยากร ตามความต้องการได้ ดังนั้นสมาคมคนตาบอด

และคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ดจึงทำหน้าที่หลักในการของบประมาณจากหน่วยงานรัฐเพื่อนำงบประมาณที่ได้มาจัดโครงการฝึกอบรมให้แก่ผู้พิการต่อไป

การฝึกอบรมพัฒนาอาชีพให้แก่ผู้พิการยังสามารถพัฒนาบุคลากรในสมาคมฯ ในการพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ในด้านการสร้างอาชีพแก่ผู้พิการที่มีความสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ หรือเป็นวิทยากรในการฝึกอบรมให้แก่สมาชิกในสมาคมและกลุ่มต่างๆ ที่สนใจ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มชมรมผู้สูงอายุ พร้อมทั้งยังนำเอาสินค้าจากกลุ่มต่างๆ มาจำหน่ายอีกด้วย ดังความคิดเห็นจากคำสัมภาษณ์ เช่น “มีการติดต่อจากกลุ่มแม่บ้านให้ไปเป็นวิทยากรในการฝึกอบรมทำพรมเช็ดเท้าจากเศษผ้าก็ได้ชั่วโมงละ 300 บาท และก็จากหน่วยงานอื่นติดต่อเข้ามาให้ไปเป็นวิทยากรหลายที่” เสาวนีย์ นุบผาดี (2564)

นอกจากนี้ การฝึกอบรมอาชีพให้ผู้พิการจนเกิดความชำนาญ และผู้พิการได้นำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่บุคคลอื่นได้ ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ผู้พิการในทางอ้อม และยังทำให้ผู้พิการเกิดการภาคภูมิใจในตนเองมากขึ้น

2.2 เงินกู้ไม่มีดอกเบียเพื่อเป็นทุนประกอบอาชีพ สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นตัวเชื่อมให้ผู้พิการที่เป็นสมาชิกสมาคมฯ ได้เข้าถึงเงินกู้ยืมจากกองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ จำนวนเงินกู้ยืมที่ผู้พิการสามารถกู้ยืมได้ คือ

2.2.1 ผู้พิการสามารถกู้ได้คนละไม่เกิน 30,000 บาท

2.2.2 หากผู้พิการมีความประสงค์ที่จะกู้ยืมเงินเกินกว่าวงเงินที่กำหนด ให้มีการพิจารณาเป็นรายๆ ไป โดยไม่เกิน 60,000 บาท

การกู้เงินที่ไม่เสียดอกเบี้ยตลอดระยะเวลา 5 ปี และผ่อนชำระภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี ดังนั้นหากคำนวณที่เงินกู้ 30,000 บาท ก็เท่ากับว่า จะต้องจ่ายคืนปีละ 6,000 บาท หรือเดือนละ 500 บาทต่อเดือน จึงนับได้ว่าทางสมาคมฯ จัดตั้งกองทุนคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด นี้ขึ้นมาสามารถช่วยสร้างโอกาสการเข้าถึงเงินทุนให้ผู้พิการได้ ดังความคิดเห็นได้จากคำสัมภาษณ์นี้ “ผมได้ยืมเงินจากกองทุนฯ มาลงทุนซื้อเศษผ้ามาสานเปลชาย ถ้าไม่มีกองทุนฯ ที่ทาง

สมาคมฯ จัดขึ้น ผมก็ไม่รู้ จะหาเงินจากทางไหนมาซื้อเศษผ้า ผมดีใจมาก ที่ทำให้ผมมีรายได้” ประมวล เจริญเขต (2564)

ตั้งแต่มีการจัดตั้งกองทุนฯ สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด มีผู้พิการที่ได้รับเงินกู้ยืมเพื่อประกอบอาชีพ จากกองทุนฯ เพิ่มขึ้นจาก 52 คน มาเป็น 286 คน จากจำนวนสมาชิกทั้งหมด 348 คน ในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 82.18 จากจำนวนทั้งหมดจำนวนคนที่เพิ่มขึ้นนี้แสดงให้เห็นว่า จำนวนผู้พิการมีความต้องการเงินทุนเพื่อนำมาประกอบอาชีพมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และผู้พิการเหล่านี้ไม่สามารถกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ ดังนั้น การมีกองทุนฯ เพื่อให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ และมีระบบการบริหารจัดการ ติดตาม และประเมินผลผู้พิการที่กู้ยืมเงินทุนไปประกอบอาชีพจากกองทุนฯ ของสมาคมฯ อย่างมีประสิทธิภาพ สมาคมฯ จึงสามารถเชื่อมต่อกับผู้พิการในจังหวัดร้อยเอ็ดไปสู่บริการ ทรัพยากร และโอกาสต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ฐานข้อมูลของสมาคมฯ ยังสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้พิการ และการประกอบอาชีพมีรายได้อย่างมั่นคงต่อไป

นอกจากนี้ผลของการเข้าถึงบริการ ทรัพยากร และโอกาส ของผู้พิการจากหน่วยงานรัฐผ่านสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับสวัสดิการของคนพิการ

อภิปรายผล

บทบาทของสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ดในการจัดสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพแก่ผู้พิการ จากผลการศึกษาพบว่า การจัดทำฐานข้อมูลผู้พิการ โดยทางสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ให้สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำฐานข้อมูลผู้พิการด้านการส่งเสริมอาชีพและสามารถประสานงานข้อมูล ศึกษา วิเคราะห์ สํารวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้พิการ และสถานการณ์เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของผู้พิการ เพื่อเป็นประโยชน์ในการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้พิการรวมทั้งจัดทำแผนงาน และผลักดันยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ รวมทั้งติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแผนงานด้านผู้พิการต่อไป

ส่วนบทบาทในด้านการติดตามและดูแลผลประโยชน์ให้แก่ผู้พิการ ผู้นำสมาคม หรือผู้แทนสมาคม มีความเสียสละและอดทน มีการบริหารงานด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม และมีกฎระเบียบข้อบังคับของสมาคม หรือวัฒนธรรมของสมาคมที่มีความชัดเจน มีการประชุมสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ มีการแบ่งเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ เปิดโอกาสให้มีการปรึกษาหารือและการมีส่วนร่วมในหมู่สมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ (2557) ศึกษารูปแบบและแนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพ เกิดการรวมกลุ่มกันมี 2 ลักษณะ ดังนี้ ลักษณะแรกเป็นการรวมตัวกันแบบไม่เป็นทางการ โดยไม่ได้จดทะเบียนเป็นองค์กร ได้แก่ กลุ่มเพาะเห็ดสำหรับคนพิการ กลุ่มสตรีพิการ และลักษณะที่สองเป็นการรวมตัวกัน โดยมีการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ในรูปแบบของสมาคม/สหกรณ์ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรคนพิการผู้เลี้ยงแพะ กลุ่มอาชีพนวดสมาคมคนตาบอด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม รูปแบบการรวมกลุ่มลักษณะที่ 2 นี้ มีกฎระเบียบและมีข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนว่าด้วยเรื่องของอาชีพที่จะดำเนินการนั้น การแบ่งปันผลประโยชน์รายได้ที่มาจากกรรวมกลุ่ม นอกจากนี้รูปแบบของการรวมกลุ่มทั้ง 2 ลักษณะเป็นการรวมกลุ่มของเครือข่ายความพิการเฉพาะประเภท และความพิการหลายๆ ประเภทในกลุ่มเดียวกัน

นอกจากนี้ผลของการศึกษาบทบาทของสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด ในการจัดสวัสดิการด้านการพัฒนาอาชีพแก่ผู้พิการ พบว่าเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับสิทธิต่างๆ ของคนพิการ สิทธิคนพิการในพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ตามมาตรา 20 กล่าวไว้ว่า คนพิการมีสิทธิเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้จากสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะตลอดจนสวัสดิการและความช่วยเหลืออื่นจากรัฐ

การเข้าถึงบริการ ทรัพยากร และโอกาสของผู้พิการจากหน่วยงานรัฐผ่านสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด จากผลการศึกษาพบว่า เงินอุดหนุนเพื่อการจัดอบรมด้านการพัฒนาอาชีพ การที่หน่วยงานรัฐเข้ามาให้ความสำคัญและมีบทบาทในการให้เงินอุดหนุนเพื่อให้ทางสมาคมฯ ได้จัดอบรมด้านการพัฒนาอาชีพให้แก่ผู้พิการ ฝึกอบรมให้ความรู้ทักษะต่างๆ เพื่อให้ผู้พิการมีความรู้และเกิดความเชี่ยวชาญในการประกอบอาชีพมากขึ้น นับว่าเป็นโอกาสที่ดี

สำหรับผู้พิการทุกคนอย่างมากในการที่จะได้เรียนรู้เกี่ยวกับอาชีพเฉพาะทางต่างๆ เพื่อเป็นความรู้ในการนำไปประกอบเป็นอาชีพของตัวเองในอนาคตต่อไป ซึ่งสอดคล้อง จิตติมา คิมสุขศรี (2550) ได้นำเสนอบทบาทหน้าที่ของศูนย์ฟื้นฟูอาชีพผู้พิการ กรณีศึกษาศูนย์ฟื้นฟูอาชีพผู้พิการพระประแดง ซึ่งมี 3 ด้าน คือ 1) ด้านการบริการให้คำปรึกษา ด้านอาชีพแก่ผู้พิการในด้านต่างๆ 2) ด้านการฟื้นฟูสมรรถภาพทางอาชีพของผู้พิการ มีการจัดหลักสูตรการฝึกอาชีพให้กับผู้พิการ โดยการนำบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีรวมทั้งหาอุปกรณ์ในการเรียนการสอนและยังพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยด้วย 3) ด้านการดำเนินการสร้างและประสานเครือข่าย โดยเน้นให้คนในชุมชนสามารถดูแลผู้พิการในชุมชนของตนเองได้ ดังนั้น ศูนย์ฯ สามารถสร้างความรู้และทักษะตามความถนัดของความพิการแก่ผู้พิการเมื่อผู้พิการฝึกอบรมสำเร็จตามหลักสูตร สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพอิสระตามต้องการของผู้พิการได้

ในส่วนของ เงินกู้ไม่มีดอกเบี้ยเพื่อเป็นทุนประกอบอาชีพ ทางสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด ได้มีการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ เพื่อให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทำให้ผู้พิการสามารถนำเงินกู้ยืมไปใช้ในการประกอบอาชีพ โดยที่เงินกู้ยืมจากกองทุนฯ ที่ทางสมาคมฯ จัดตั้งขึ้น โดยเงินกู้ไม่มีดอกเบี้ยตลอดระยะเวลาที่ผ่อนชำระกับทางกองทุน 5 ปี ซึ่งสอดคล้อง สุกลักษณ์ ภาวะ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ผลสำเร็จรูปในการประกอบอาชีพอิสระของคน พิการจากการกู้ยืมเงินของกองทุนฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ” พบว่า นอกเหนือไปจากการฝึกอาชีพ เงินทุนก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการประกอบอาชีพอิสระโดยเป็นปัจจัยพื้นฐานของการประกอบอาชีพ ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้พิการได้มีการจัดตั้งกองทุนฟื้นฟูสมรรถภาพผู้พิการขึ้นมา ส่วนใหญ่ผู้พิการที่กู้เงินจากกองทุนฯ เพื่อนำเงินไปประกอบอาชีพ มีความสำเร็จในการประกอบอาชีพ ซึ่งวัดได้จากผู้พิการมีอาชีพ และผู้พิการมีรายได้เพิ่มขึ้นที่สามารถในการพึ่งพาตนเองได้ การให้บริการของกองทุนฯ เป็นประโยชน์ต่อผู้พิการอย่างมาก และยังเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น และทำให้ผู้พิการไม่ต้องพึ่งเงินนอก ระบบ อีกทั้งเป็นการให้กู้ยืมเงินโดยไม่มีดอกเบี้ยโดยไม่เป็นการเพิ่มภาระหนี้สินให้กับผู้พิการ

นอกจากนี้ผลของการเข้าถึงบริการทรัพยากร และโอกาสของผู้พิการจากหน่วยงานรัฐผ่านสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับสวัสดิการของคนพิการกล่าวคือ ระเบียบ นโยบาย ผลประโยชน์และบริการ ซึ่งจะทำให้การดำเนินการจัดบริการต่างๆ เป็นไป โดยสอดคล้องกับความต้องการของสังคมเป็นที่ยอมรับกันว่าสวัสดิการสังคมเป็นบริการพื้นฐานที่มีความสำคัญ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและถาวรเปลี่ยนแปลงจากสภาวะที่เคยยากลำบากไปสู่สิ่งคาดหวังว่าดีกว่ารวมไปถึงความอุดมสมบูรณ์ในที่สุด

สรุปผลการวิจัย

สมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยประสานและเชื่อมระหว่างผู้พิการและสวัสดิการรัฐและความช่วยเหลือในรูปแบบอื่นๆ จากหน่วยงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ เป็นหน่วยงานหลักที่มีภารกิจในการจัดสวัสดิการเพื่อผู้พิการ โดยสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดร้อยเอ็ด ให้การสนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินงานของสมาคมคนตาบอดและคนพิการ จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงบริการด้านผู้พิการและสิทธิประโยชน์ของผู้พิการ ตลอดจนสนับสนุนและประสานงานให้หน่วยงานของรัฐจัดงบประมาณให้แก่สมาคมฯ เพื่อดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการให้ดียิ่งขึ้น ทำให้ผู้พิการมีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมฯ ได้สำเร็จ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐให้เข้ามาช่วยเหลือในด้านสวัสดิการต่างๆ โดยเฉพาะทางด้านอาชีพสำหรับผู้พิการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สภาพการจัดสวัสดิการเป็นไปตามหน่วยงานต่างๆ ที่จัดบริการในแต่ละประเภทการจัดสวัสดิการด้านอาชีพ ผู้พิการส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาในการเดินทางและความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการบริการ

2. ควรมีการติดตามผล ประเมินผลการเข้ารับบริการสวัสดิการของผู้พิการ เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลสารสนเทศในการพัฒนาการจัดสวัสดิการให้แก่ผู้พิการได้อย่างมีประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้นไป

เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา คิมสุขศรี. (2550). *องค์การทางสังคมและการฟื้นฟูสมรรถภาพ ด้านอาชีพคนพิการ: กรณีศึกษาศูนย์ฟื้นฟูอาชีพคนพิการพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ระพีพรรณ คำหอม. (2549). *สวัสดิการสังคมกับสังคมไทย (Social Welfare in Thai Society)* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท พริกหวานกราฟฟิคจำกัด.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). "องค์การแห่งการเรียนรู้และการจัดการความรู้". เอกสารสรุปการบรรยายในหลักสูตรการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 1 สถาบันพระปกเกล้า 11 พฤษภาคม 2555. สมาคนพิการทุกประเภทแห่งประเทศไทย. กฎหมายเพื่อคนพิการ. (กรุงเทพฯ: สมาคนพิการทุกประเภทแห่งประเทศไทย, 2556), หน้า 41.
- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ. (2557). *รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพ*. กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. กรุงเทพฯ: ศรีการเมืองพิมพ์.
- สุกัลกษณ์ ภาวะ. (2547). *ผลสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระของคนพิการจากการกู้ยืมเงินของกองทุนฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ผู้ให้สัมภาษณ์

เสาวนีย์ บุปผาลิ. (มกราคม 7, 2564). ตำแหน่งประธานสมาคมฯ. [สัมภาษณ์].

ประมวล เจริญเขต. (มกราคม 7, 2564). [สัมภาษณ์].

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด โดยปรับปรุงจาก Committee on Publication Ethics: <https://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf> โดย ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) รายละเอียดดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ

1.1 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์

1.2 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์คำแนะนำแก่ผู้เขียนในทุกประเด็นที่ผู้เขียนควรรับทราบและควรมีการปรับปรุงคำแนะนำให้ทันสมัยอยู่เสมอพร้อมทั้งควรมีการอ้างอิงหรือการเชื่อมโยงกับระเบียบดังกล่าวนี้ด้วย

1.3 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลัก และต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด บรรณาธิการไม่ควรเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการตอบรับบทความที่ถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ไปแล้ว ยกเว้นมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้นในระหว่างการส่งบทความมารับการพิจารณา

1.4 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

1.5 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียน และมีระบบปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ประเมินบทความ

1.6 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด คงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานวิชาการ และรักษามาตรฐานการดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์และรับรองคุณภาพของงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ตามมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับ

1.7 บรรณาธิการควรมีระบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าบทความที่ส่งเข้ามายังวารสาร จะได้รับการปกปิดเป็นความลับในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาประเมิน

1.8 บรรณาธิการมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงวารสารอย่างสม่ำเสมอ และขอรับการประเมินมาตรฐานคุณภาพวารสารวิชาการ

1.9 บรรณาธิการมีหน้าที่ปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ

1.10 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดการต่อข้อร้องเรียน กรณีมีการร้องเรียนต้องร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปที่บรรณาธิการโดยตรงก่อนในขั้นตอนแรกควรทำการร้องเรียนอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการวารสารโดยตรงหากข้อร้องเรียนไม่ได้รับการแก้ไขเป็นที่น่าพอใจ ก็สามารถยื่นข้อร้องเรียนนั้นต่อคณะกรรมการต้นสังกัดของบรรณาธิการ

2. บทบาทหน้าที่ของผู้เขียน

2.1 บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน

2.2 ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาของบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น

2.3 หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง

2.4 ผู้นิพนธ์ต้องยินยอมให้สิทธิ์แก่วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเผยแพร่ผลงาน และไม่นำ ผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตอบรับการตีพิมพ์กับวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้ว

2.5 ชื่อผู้นิพนธ์ที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

3. บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ การพิจารณาคูณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความ เป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมิน อย่างแท้จริง

3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน

3.4 หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้ง ให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน

3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของ บทความให้ผู้อื่นได้รับรู้

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Research and Development Journal, Loei Rajabhat University) เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่หลากหลายสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 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 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

1.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

1.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงที่มาของการทำวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ความยาวประมาณ 250 คำ

1.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

1.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

1.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับ บทคัดย่อภาษาไทย

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 ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัย ความยาวประมาณ 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 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

2.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

2.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปความเป็นมาของสิ่งที่นำเสนอ และสรุปภาพรวมทั้งหมดของบทความ ความยาวประมาณ 250 คำ

2.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 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) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่น่าสนใจ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้ผู้อ่านทราบเรื่องอะไรบางอย่าง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ

3) ขอบเขตของเรื่องที่น่าสนใจ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบและเข้าใจตรงกัน

4) คำจำกัดความ ควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหากคำเหล่านั้นมีความหมายที่แตกต่างจากคำทั่วไป หรือคำที่ผู้อ่านอาจจะไม่เข้าใจความหมาย

2.5.2 เนื้อหา ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.5.3 บทสรุป ข้อสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากเนื้อหา/เนื้อเรื่อง ความยาวประมาณ 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 สำหรับบทความย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และแบบ 2 คอลัมน์สำหรับเนื้อหาบทความ โดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ จำนวนหน้า 7-12 หน้า ขนาดกระดาษ A4 210x297 mm ห่างจากขอบกระดาษบน 2.2 ซม. ด้านล่าง 2.2 ซม. ห่างจากระยะขอบกระดาษด้านซ้ายและขวา ด้านละ 2 ซม. การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

- ชื่อเรื่อง** ขนาดตัวอักษร 17 ตัวหนา จัดไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
- ชื่อผู้เขียน** ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ ว่างขอบด้านขวาหน้ากระดาษ
- คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อหลักในบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติจัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
- ชื่อหัวข้อหลักและรอง** หัวข้อหลักในบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์และหัวข้อย่อยให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
- รูปแบบและตาราง** ชื่อตารางให้จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนคำบรรยายรูปภาพจัดไว้ให้อยู่ใต้รูปภาพ
- 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

ในกรณีที่มีจำนวนผู้แต่ง 3 คนให้ลงชื่อทุกคน มีคำว่า “และ” (“and” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) เชื่อมคนสุดท้ายและคั่นแต่ละคนด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ส่วนในกรณีที่ผู้แต่ง 4 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (“et al.” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย นอกจากนี้ การอ้างอิงงานเดียวกันที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 4 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 คน	วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพ์ และ อุษา งามดี (2553)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2553)	Smith, Bradley, and Brown (2011)	Smith et al. (2011)
≥ 4 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 ซึ่งผู้เขียนไม่ได้อยู่ในข้อความที่อ้าง ใส่ชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ 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 คน	(วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพ์ และ อุษา งามดี 2553)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2553)	(Smith, Bradley, & Brown, 2011)	(Smith et al., 2011)
≥ 4 คน	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(Smith et al., 2009)	(Smith et al., 2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อ ที่เป็นทางการ)	(สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ [วช.], 2555)	(วช., 2555)	(National University of Singapore [NUS], 2015)	(NUS, 2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อ ที่เป็นทางการ)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(Loei Rajabhat University, 2003)	(Loei Rajabhat University, 2003)

2. การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (อ้างถึงใน)

ในกรณีที่เป็นการอ้างถึงงานที่ถูกอ้างอิงอยู่ในงานเขียนอื่น และประสงค์จะอ้างอิงงานนั้นด้วย ให้ใส่ข้อความเพิ่มว่าอ้างถึงใน ชื่อผู้แต่งงานเขียนแหล่งที่ 2 ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และปีพิมพ์ สำหรับภาษาอังกฤษใช้ as cited in secondary source author, year และลงรายละเอียดของเอกสารทุติยภูมิในอ้างอิงท้ายบทความ เช่น

ชัยอนันต์ 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) หรือ นามสกุลของผู้แต่ง (กรณีภาษาอังกฤษ) และเรียงเอกสารภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ แสดงการลงรายการเพื่อเป็นตัวอยางดังนี้

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.xxxxxx>

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 แจ้บำรุง. (2546). ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน. ใน สุปราณี แจ้บำรุง และคณะ (บรรณาธิการ), *ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำสำหรับคนไทย 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 ให้ลิง URL ของวารสาร)

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

ตัวอย่าง

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

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

ดิเรก หงษ์ทอง. (2558). พงศาวดารเขมรใน “นิพนธ์วังน่าน”: 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 และดุชนีพิมพ์

3.4.1 ฉบับพิมพ์

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

3.4.2 จากฐานข้อมูลที่สถาบันบอกรับ คลังข้อมูลสถาบัน ฐานข้อมูลพาณิชย์ และเว็บไซต์ส่วนบุคคล

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

ตัวอย่าง

เข้มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร
(วิทยานิพนธ์ปริญญาดุชนีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

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

จรัล อุณัฐิวัฒน์. (2548). กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การ
สำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุชนีบัณฑิต, 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 เวชวิทยาขลัง. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลในธุรกิจ SMEs จังหวัด
สมุทรปราการ (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](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 บทความออนไลน์ของบทความที่นำเสนอในที่ประชุม

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

3.6.3 บทความ/โปสเตอร์นำเสนอในงานประชุมที่ไม่มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นทางการ

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

ตัวอย่าง

สุภักดิ์ ปัญญา, และสมชาย อารยพิทยา. (2560). การพัฒนาบนฐานข้อมูลสมุนไพรรักษาโรคผิวหนังในภาคเหนือตอนบน.

ใน สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, รายงานการประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ภาคบรรยาย (น. 592-603). การประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

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

กุลศิริ เตียนศรี, และอัชฌา 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. Phillips, 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

ร้อยพัน! อัตลักษณ์ชุมชน 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

เนื่อแพร เล็กเฟื่องฟู, วรประภา นาควัชระ, และปภัศสร 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>

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

234 ถ.เลย-เชียงคาน ต.เมือง อ.เมือง จ.เลย 42000

Research and Development Institute, Loei Rajabhat University

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,](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru)

E-mail: research_lru@hotmail.com