



Research and Development Journal Loei Rajabhat University (Online)

วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Online)



VOL 18, NO 66, October - December 2023

ปีที่ 18 ฉบับที่ 66 ตุลาคม - ธันวาคม 2566



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 18 ฉบับที่ 66 เดือนตุลาคม – ธันวาคม พุทธศักราช 2566

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 3 ท่าน โดยผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review)

ที่ปรึกษา

รศ.สมเจตน์ ดวงพิทักษ์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

ดร.ฉัฐวัฒน์ ลิ้มปี่สุรพงษ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ

ผศ.ดร.ก่อพงษ์ พลโยธา

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ดลฤทัย ไกวรรณะกุล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.เมษธาวิณ พลโยธี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.รัฐการ บัวศรี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย

รศ.ดร.พรชัย วิสุทธีศักดิ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผศ.ดร.นันทวรรณ ม่วงใหญ่

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รศ.ดร.เดือนเด่น นาคสีหราช

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.ลินจง โพธิ์ศรี

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.วีรยา ภัทรอาชาชัย

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.กิตติสุข ชุลิกาวิทย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผศ.ดร.สรวิณ วงศ์ประเมษฐ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

รศ.ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผศ.ดร.จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ผศ.ดร.ปารณีย์ บุญไชย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ผศ.ดร.ชรินทร์ สวณภักดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ผศ.ดร.ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผศ.ดร.พิศณุ ชัยจิตวณิชกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผศ.ดร.วีระยุทธ ลาสงยาง	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผศ.ดร.อัษฎลี โทกะนุช	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ดร.สุไพลิน พิชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.ไพฑูริย์ มนต์พานทอง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รศ.ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.รักษนก แสงภักดีจิต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวัตต์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภูติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.นัยนา อรรจนาท	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริกัญจนารณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บรรณาธิการอำนวยการ

ผศ.ดร.สุพรรณิณี พุกษา	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ
-----------------------	--------------------------------------

บรรณาธิการ

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

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.รุ่งกานต์ อินทวงศ์	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายบริการวิชาการ
ผศ.ดร.เนตรนา พงเพชร	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายโครงการพระราชดำริ
ดร.ขวัญคุณิษฐ์ อินทรตระกูล	รักษาการหัวหน้างานวิจัยและพัฒนา
ผศ.ดร.ธัญชัย บุญหนัก	รักษาการหัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย
นายธีรภัทร์ อนุชาติ	หัวหน้างานบริการวิชาการและทรัพยากรมนุษย์

เจ้าหน้าที่ประจำกองบรรณาธิการ

นางสุพัตรา จันทร์รอด	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปรัดถกร พลดาหาญ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นายปริญญา จิตรโคตร	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวกมลศรี ราชวงษา	พนักงาน สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงศ์	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นายธนพงษ์ สุนทราวีรัตน์	นักวิชาการคอมพิวเตอร์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา ชั้น 4 อาคาร 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. 2566

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 นักศึกษาในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 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 18 ฉบับที่ 66 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

แนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยสู่การสร้างศักยภาพและองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม พื้นที่จังหวัดเลยอย่างยั่งยืน โดย ไทยโรจน์ พวงมณี	1
สมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดย เนตรศิริ เรืองอรวิภักดิ์, ปุณณชิสสา สีทองอ่อน, วรรณมน บัวลม, กุลณัฐณ์ กลิ่นมาลัย, วิมลรัตน์ ธันวาเทียม, สุภาวิดา วิเชียรกรอ, ชิดชนก ฮวบกระโทก และ ศุภกร แก้วธนะสิน	11
อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดย ศักดิ์ดิษฐ์ ชัยวีรัตน์, ภัทรานิษฐ์ กิตติธินันท์ และ สุदारัตน์ แสงแก้ว	22
การสร้างคุณค่าเพื่อการฟื้นตัวสู่สภาวะปกติของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดย ระชานนท์ ทวีผล	34
ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนผาห้วย ตำบลปวนพูน อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย โดย วราภรณ์ ใจน้อย	46
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด (Surfboard) ในจังหวัดพังงา โดย พงศกร เกตุประภากร และ กนกกานต์ แก้วนุช	54
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดย เลิศศักดิ์ ปนกลิ่น และ ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	62
ปัญหาและแนวทางการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแพลตฟอร์ม โดย ดวงพร บุญเลี้ยง, ปิยะพร ศรีวิชา, พุมิพร เจียรประวัติ และ ภาวิตา บุญเลี้ยง	71
การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา โดย พรพรรณ จันทร์แดง และ อาทิตย์ บุญกว้าง	79
การประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวางอำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ โดย กษมา ถาอ้าย, วันวสา วิโรจนารมย์ และ นลินี คงสุบรรณ	91

แนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยสู่การสร้างศักยภาพ และองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมพื้นที่จังหวัดเลยอย่างยั่งยืน

Guidelines for Driving Loei's Cultural Council Towards Sustainable Enhancement in Potential and Cultural Knowledge of Loei Province

ไทยโรจน์ พวงมณี¹

Thairoj Phoungmanee¹

Corresponding Author's Email: thai-roj@hotmail.com

(Received: April 9, 2023; Revised: August 18, 2023; Accepted: September 11, 2023)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยสู่การสร้างองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจังหวัดเลยอย่างยั่งยืน ผู้เขียนเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับสภาวัฒนธรรมและลงพื้นที่ภาคสนามเก็บข้อมูลจากตัวแทนสภาวัฒนธรรมของจังหวัดเลย กรรมการและผู้เกี่ยวข้อง พบว่า สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยเป็นกลุ่มบุคคลที่ถูกคัดเลือกขึ้นมาเป็นตัวแทนในการดำเนินการด้านวัฒนธรรม โดยสภาพของสภาวัฒนธรรมยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการที่ชัดเจน ทำให้คนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทของสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย จึงต้องดำเนินการดังนี้ 1) พัฒนาศักยภาพและการสร้างองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมของสภาวัฒนธรรม 2) การให้สมาชิกทุกคนและผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการมองเป้าหมายและวิธีการดำเนินการร่วมกัน 3) การกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมการขับเคลื่อนให้กลุ่มคณะกรรมการสภาวัฒนธรรมเพื่อสร้างองค์ความรู้ในพื้นที่ 4) การสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมระดับตำบล 5) แสวงหางบประมาณจากภาครัฐหรือเอกชนเข้าไปสนับสนุนการจัดกิจกรรมระดับจังหวัด ระดับอำเภอและระดับตำบล ส่วนแนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย มีดังนี้ 1) การอบรมเชิงปฏิบัติการ 2) การศึกษาดูงาน และ 3) การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

คำสำคัญ: การขับเคลื่อน สภาวัฒนธรรม การสร้างศักยภาพ องค์ความรู้ทางวัฒนธรรม

Abstract

This academic article aimed to present a guideline for driving Loei Provincial Cultural Council to enhance the sustainable body of cultural knowledge in Loei Province. The author collected the data from the document, research works, and articles related to the Cultural Council and field study to collect the data from representatives of the Cultural Council of Loei Province, the committee members, and those involved. It was found that Loei Provincial Cultural Council is a group of people being selected as representatives for cultural operations. The condition of the cultural council still lacked knowledge and understanding about the clear implementation that caused general people not to understand the role of Loei Provincial Cultural Council. Therefore, the following actions must be taken: 1) Developing potential and creating the body of cultural knowledge of the cultural environment; 2) Encouraging all members and stakeholders to participate in considering the common goals and methods of actions; 3) Formulating strategies and driving activities for cultural council committees to create the knowledge in the area; 4) Building a cultural network at the sub-district level; and 5) Seeking for public or private budgets to support activities at the provincial level, district level and sub-district level. The guidelines for driving the Loei Provincial Cultural Council were as follows: 1) workshops; 2) study visits; and 3) meetings to exchange knowledge.

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² Lecturer, Visual arts Program, Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

Keywords: driving, cultural council, potential creation, body of cultural knowledge

ความน่า

จังหวัดเลยเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีความชัดเจนทั้ง 14 อำเภอ โดยมีพื้นที่โบราณคดีอยู่ในหลายอำเภอ เช่นอำเภอท่าลี่ อำเภอเมือง อำเภอภูกระดึง อำเภอด่านซ้ายและอำเภอเซียงคาน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่มที่เดินทางเข้ามาลงหลักปักฐาน จนเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและถูกนำมาพัฒนาสู่การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนและจังหวัดเลย

สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยเป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้การดูแล และกำกับของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเลย มีนายทอง สิงห์สุวรรณ ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย มีตัวแทนวัฒนธรรมประจำอำเภอ 14 อำเภอเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ขาดการอบรมและเสริมสร้างความรู้ด้านวัฒนธรรมในมิติต่างๆที่จะนำไปสู่การพัฒนาและขับเคลื่อนในพื้นที่ ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพสมาชิกสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพในการดูแล รักษา ปกป้อง วัฒนธรรมในพื้นที่จึงจำเป็นต้องได้บุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะการทำงานด้านวัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ร่วมเรียนรู้ ร่วมให้ข้อมูล ร่วมเข้าถึงองค์ความรู้ที่มีการจัดการระบบข้อมูลที่ดี ซึ่งการดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมจะบรรลุได้ตรงเป้าหมายนั้นจะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบการดำเนินงาน วัฒนธรรมทั้งในระดับพื้นที่อำเภอและระดับจังหวัด เนื่องจากประชาชนคือเจ้าของวัฒนธรรม ย่อมมีความรู้ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมมากกว่าคนที่ไม่ใช่เจ้าของวัฒนธรรม ปี พ.ศ. 2536 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้มีแนวคิดการ “จัดตั้งสภาวัฒนธรรม” และหาแบบการดำเนินงานให้เป็นรูปธรรม โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 และนโยบายของรัฐบาลในการกระจายอำนาจการบริหารจัดการลงสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายด้าน โดยด้านที่สำคัญคือด้านศิลปะและวัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น (ศศิชา นิยมสันติ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2564) ซึ่งงานด้าน

วัฒนธรรมนั้นมีผู้รับผิดชอบหลายระดับดังนี้ วัฒนธรรมตำบล วัฒนธรรมอำเภอและวัฒนธรรมจังหวัด ภารกิจหลักคือ การอนุรักษ์ การฟื้นฟูและการพัฒนาระบบ กลไกการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม การให้คนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป (เลหลำ ตรีเอกานุกูล, 2562) สำหรับการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องใช้หลักวิชาการ และหลักปฏิบัติที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเข้ามาร่วมเป็นที่ปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะการทำงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อการร่วมรักษาวัฒนธรรมของบรรพบุรุษและสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเอง

การดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยที่ผ่านมา ยังมีการจัดกิจกรรมตามความรับผิดชอบที่ไม่ชัดเจน เนื่องจากขาดงบประมาณ การขาดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรม และวิธีการบริหารจัดการสมาชิกของวัฒนธรรมในแต่ละระดับ โดยที่การดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมยังขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกและชุมชนที่ชัดเจน โดยเน้นความสำคัญกับบทบาทของนักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่เชิญมาเป็นคณะกรรมการในการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมมากกว่า (จิรวรรณ ทองพ่ายพ และ ในตะวัน กำหม่อม, 2564) ซึ่งการทำงานของสภาวัฒนธรรมจังหวัดนั้น ปัจจุบันมีลักษณะจิตอาสา จึงควรมีการแก้ไขเพื่อให้มีประเด็นการพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากร การพัฒนากระบวนการทำงานและการสนับสนุนเครื่องมือการดำเนินการ เนื่องจากสภาวัฒนธรรมยังขาดความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของวัฒนธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และขาดช่องทางกรรับรู้ข้อมูลข่าวสารและแนวทางการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง (ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ, บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และ จีระวัฒน์ สีนะกนิษฐ, 2563) บางพื้นที่การดำเนินงานขาดความต่อเนื่อง (สมบัติ นามบุรี และ ธิติวุฒิ หมั่นมี, 2564) จึงมีปัญหาการขับเคลื่อนเครือข่ายระดับจังหวัด อำเภอ และตำบลให้ก้าวหน้า (พรรณสุภา ไพริย์ย่อย, 2560) จึงส่งผลต่อด้านความร่วมมือระหว่างสภาวัฒนธรรมด้านการทำงานไม่เป็นทีม (ศศิชา นิยมสันติ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2564) ส่วนด้านงบประมาณนั้นมืออยู่อย่างจำกัด

จึงส่งผลการขับเคลื่อนวัฒนธรรมทุกระดับ เช่น การจัดกิจกรรมรณรงค์ และการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมให้กับบุคคลทั่วไป ดังนั้นจึงอาจไม่สร้างความสำเร็จภาระหน้าที่การทำงาน (লেখ่า ตวีเอกานุกูล, 2562) เช่น การขาดงบประมาณ จะมีผลต่อการวางแผน การดำเนินงาน การติดตามและการประเมินผลการดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมด้วย (เมธพร คงคาน้อย, 2553) ซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรมและวัฒนธรรมจังหวัดเลยจะต้องมีการพัฒนาให้บุคลากรที่เป็นสภาวัฒนธรรมได้เรียนรู้เทคนิควิธีการพัฒนา และส่งเสริมกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของชุมชน โดยกิจกรรมที่สภาวัฒนธรรมลงพื้นที่ไปดำเนินการจะช่วยให้เข้าใจและมีทักษะการทำงานวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

ดังนั้นการพัฒนาสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยให้มีความรู้ด้านความรู้และทักษะการทำงานจึงต้องใช้กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติให้แนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล การบันทึกข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะชนเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการอนุรักษ์ การฟื้นฟู และการสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นระหว่างสภาวัฒนธรรมระดับอำเภอ และตำบลร่วมกัน ทั้งนี้กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันจะทำให้มีเครือข่ายความร่วมมือของแต่ละอำเภอ จากขั้นตอนดังนี้ 1) การสร้างความรู้ด้วยการระดมความคิดเห็น การลงพื้นที่สืบค้น 2) การสร้างแนวทางการพัฒนาและการดำเนินงาน และ 3) การสร้างแนวทางปฏิบัติที่มีลักษณะเฉพาะ (เกษม ปฐมฤกษ์, 2562)

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเลย จึงต้องสร้างความร่วมมือกัน เพื่อกำหนดนโยบาย และแนวทางการดำเนินงานให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมระดับอำเภอที่สามารถปฏิบัติได้จริง โดยมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้สมาชิกสภาวัฒนธรรมได้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เน้นการมีส่วนร่วม โดยฝึกปฏิบัติการบันทึกองค์ความรู้สำหรับจัดทำเป็นเอกสารเผยแพร่บนโลกออนไลน์ต่อไป ทั้งนี้กิจกรรมจะต้องช่วยกระตุ้นจิตสำนึกร่วมสร้างการเห็นคุณค่า การอนุรักษ์วัฒนธรรมในพื้นที่ของแต่ละระดับอำเภอและตำบลที่สภาวัฒนธรรมรับผิดชอบ (ลินดา ภูฎ, 2548; เมธพร คงคาน้อย, 2553) โดยมีการพัฒนาคู่มือการดำเนินงานและรูปแบบกิจกรรมที่ชัดเจน เช่น การเก็บรวบรวมข้อมูลทางวัฒนธรรมเชิงลึก และสามารถปฏิบัติงานได้จริงสำหรับการสร้างองค์ความรู้ของวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น (บุญจิรา นกเล็ก, 2548) อย่างไรก็ตามก็ตีสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย

ที่ผ่านมาแล้วยังมีบทบาทหน้าที่ที่จำกัดอันเนื่องมาจาก พ.ร.บ.ฯ ที่มีการกำหนดบทบาทเฉพาะตัวประธานสภาวัฒนธรรมเพียงตำแหน่งเดียว จึงทำให้เห็นถึงปัญหาของสมาชิกสภาวัฒนธรรม คือการขาดความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของ พ.ร.บ.ฯ การไม่มีข้อมูลข่าวสาร และแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง (ชวัลลักษณ์ คุณาภิกรกิจ และ คณะ, 2563) หากสภาวัฒนธรรม ทุกระดับของจังหวัดเลย มีการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ก็ย่อมทำให้สภาวัฒนธรรมจังหวัดมีความเข้มแข็งด้วย เพราะสภาวัฒนธรรมในแต่ละระดับมีส่วนสำคัญในการพัฒนาวัฒนธรรมทั้งวัฒนธรรมตำบลที่เป็นส่วนหนึ่งของสภาวัฒนธรรมอำเภอและสภาวัฒนธรรมจังหวัด เพราะการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมระดับตำบลนั้นถือว่าเป็นการดำเนินงานระดับท้องถิ่นที่ใกล้ชิดกับชุมชนและพื้นที่ทางวัฒนธรรมมากที่สุด (พรรณสุภา ไพฑิย์น้อย, 2560) ส่วนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของสภาวัฒนธรรมในแต่ละอำเภอและตำบลก็ยังไม่มีการดำเนินกิจกรรมใดๆ เกิดขึ้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมอำเภอและวัฒนธรรมตำบลที่ควรจะเกิดขึ้น ดังนั้นบทบาทของสภาวัฒนธรรมทุกระดับจึงประสบปัญหาในการดำเนินงาน และที่สำคัญคือ การไม่ได้รับการยอมรับจากประชาชนทั้งด้านการสืบสาน การอนุรักษ์พัฒนา และการเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น (พรรณสุภา ไพฑิย์น้อย และ ณัฐกริช เปาอินทร์, 2561) ดังนั้นการค้นหาแนวทางและรูปแบบการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยให้สามารถสร้างศักยภาพและองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจังหวัดเลยผ่านการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1. บทควมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยสู่การสร้างองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจังหวัดเลยอย่างยั่งยืน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิดและแนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยสู่การสร้างองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจังหวัดเลยอย่างยั่งยืน
3. คำจำกัดความ

สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย หมายถึง สภาวัฒนธรรมที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติส่งเสริมและสนับสนุนให้จัดตั้งขึ้น เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการพัฒนา

องค์กรดำเนินงานวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดและประสบการณ์ในการดำเนินงาน

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การดำเนินกิจกรรม การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงานและการจัดประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินการด้านวัฒนธรรมให้กับ สภาวัฒนธรรมระดับต่างๆ สำหรับนำความรู้ไปปฏิบัติการ จัดการ การสำรวจ และการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรม ในพื้นที่ที่รับผิดชอบได้

การสร้างศักยภาพสภาวัฒนธรรม หมายถึง การจัดการ กิจกรรมการเรียนรู้ภาคทฤษฎีและการปฏิบัติการให้กลุ่มบุคคลที่เข้ามาทำงานวัฒนธรรม ให้มีทักษะการปฏิบัติการ ทักษะการจัดการ ทักษะการสื่อสาร และทักษะการใช้เทคโนโลยี

การขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมของสภาวัฒนธรรมที่ หลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้คนในสังคมมีการเรียนรู้ มีการเห็นคุณค่าและตระหนักถึงวัฒนธรรมในฐานะรากเหง้าชุมชน

องค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม หมายถึง ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล วัตถุทางวัฒนธรรม รวมถึงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ที่ถูกเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาจัดการอย่างเป็นระบบและมีการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และเอกสารสิ่งพิมพ์

บทบาทของสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย

สภาวัฒนธรรมเป็นองค์กรภาคประชาชนที่จัดตั้งขึ้น เพื่อให้คนไทยในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมและรวมตัวกันโดยสมัครใจเพื่อดำเนินการรักษาสืบสาน และสร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเป็นองค์กรที่มีการผลักดันให้มีกระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และเป็นศูนย์กลางการติดต่อประสานงานในการปฏิบัติกิจกรรมวัฒนธรรมร่วมกัน โดยบริหารงานรูปแบบคณะกรรมการ สมาชิกสภาวัฒนธรรมมาจากผู้แทนองค์กรด้านวัฒนธรรมหรือองค์กรเครือข่าย วัฒนธรรมไม่น้อยกว่า 5 กลุ่ม ดังนี้ 1) เครือข่ายภาครัฐ ได้แก่ หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรอิสระหรือองค์กรภาครัฐลักษณะอื่นๆ ที่ดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ 2) เครือข่ายภาคเอกชน ได้แก่ องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันจัดตั้งและดำเนินการตามกฎหมาย และกฎระเบียบของราชการ เช่น สมาคมมูลนิธิหรือองค์กร

สาธารณประโยชน์องค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรการกุศล หรือองค์กรภาคเอกชนอื่นที่ดำเนินการอยู่ในท้องถิ่น 3) เครือข่ายภาคชุมชน ได้แก่ องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันตามสมัครใจและความถนัดของประชาชน เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มเยาวชน กลุ่มประชาสังคม กลุ่มออมทรัพย์ 4) เครือข่ายภาคธุรกิจ ได้แก่ องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันเช่น บริษัท ห้างร้านหรือร้านค้า สถานบริการ สถาบันการเงิน สหกรณ์ สื่อมวลชน และองค์กรธุรกิจอื่นที่อยู่ในท้องถิ่น และ 5) เครือข่ายภาควิชาการ ได้แก่ สถาบันการศึกษา หน่วยงานด้านศาสนา ศิลปกรรม ศิลปะวัฒนธรรมร่วมสมัย ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งเรียนรู้ กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ชำนาญการที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น (เมธาพร คงคาน้อย, 2554)

สภาวัฒนธรรมมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบตามระเบียบกระทรวงวัฒนธรรมว่าด้วยสภาวัฒนธรรม พ.ศ. 2551 ดังนี้ 1) เสนอข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่างๆ ประกอบการจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินงาน และการติดตามประเมินผลการดำเนินงานวัฒนธรรม 2) เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และแนวคิดการดำเนินงานวัฒนธรรม รวมทั้งเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายการดำเนินงานวัฒนธรรม 3) ส่งเสริมการดำเนินงานวัฒนธรรมร่วมกับองค์กรภาคีและเครือข่ายวัฒนธรรม 4) ระดมทรัพยากรและบุคลากรจากหน่วยงานและองค์กร 5) ส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมขององค์กรภาคีและเครือข่ายวัฒนธรรมต่างๆ เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟู การพัฒนาสร้างสรรค์ การเผยแพร่ การแลกเปลี่ยน และการสืบทอด 6) เผยแพร่กิจกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรภาคีและเครือข่ายวัฒนธรรมต่างๆ 7) ดำเนินการอื่นตามที่กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติจังหวัดกรุงเทพมหานคร หรือหน่วยงานอื่นขอความร่วมมือมา 8) ปฏิบัติตามธรรมนูญหรือข้อบังคับของสภาวัฒนธรรม 9) ปฏิบัติตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมที่ไม่ขัดแย้งต่อคุณธรรม จริยธรรม และข้อกฎหมาย และ 10) เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม (เมธาพร คงคาน้อย, 2554; ศศิชา นิยมสันติ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2564) อย่างไรก็ตามสมาชิกสภาวัฒนธรรมจังหวัดนั้นต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมอย่างกว้างขวางและแม่นยำ สามารถจำแนกความเป็นวัฒนธรรมแต่ละประเภทได้ ดังนั้น

การส่งเสริมสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยให้มีศักยภาพการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมที่มีระบบและมีมาตรฐานจะช่วยรักษามรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน สามารถประยุกต์ใช้วัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม และสามารถนำวัฒนธรรมขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมได้ (ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ และ คณะ, 2563)

ศักยภาพสภาวัฒนธรรมของจังหวัดที่พึงประสงค์

สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยเป็นกลุ่มบุคคลที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้จัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นศูนย์กลางการพัฒนาศักยภาพที่ดำเนินงานวัฒนธรรมของท้องถิ่น ด้วยการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และประสบการณ์การดำเนินงาน (กาสั๊ก เต๊ะซันหมาก และ กานดา เต๊ะซันหมาก, 2555) ซึ่งสภาวัฒนธรรมของจังหวัดเลยที่พึงประสงค์นั้นควรเป็นองค์กรที่มีความเป็นต้นแบบด้านการส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟูและต่อยอดวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการให้ความสำคัญกับชุมชนด้วยการจัดกระบวนการมีส่วนร่วม และมีการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจไปพร้อมกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้วย อันเป็นการสร้างงานและกระจายรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ดังที่ รณรงค์ จันโต (2564) กล่าวว่า การดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมต้องชัดเจนเป็นรูปธรรมทั้งด้านบุคลากร พื้นที่งบประมาณ ส่วนการมีส่วนร่วมในสภาวัฒนธรรมนั้นจะต้องเน้นบุคลากรที่มาจากหลายภาคส่วน และคนทุกช่วงวัยให้ได้ เข้ามามีบทบาทขับเคลื่อนงานของสภาวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น กล่าวได้ว่าสภาวัฒนธรรมเป็นกลุ่มคนที่ถูกแสวงหาจากภาครัฐและชุมชนให้เข้ามาเป็นตัวแทนดำเนินการด้านวัฒนธรรม ดังนั้นกลุ่มคนที่เข้ามาจะต้องมีความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจนกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่สภาวัฒนธรรมดำเนินการขับเคลื่อน ซึ่งการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการจะส่งผลทำให้สภาวัฒนธรรมมีความแข็งแกร่งมากขึ้น ดังที่ บุญจิรานกเล็ก (2548) กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจถึงบทบาทของสภาวัฒนธรรมแต่ละระดับก็จะส่งผลต่อการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สภาวัฒนธรรมที่เป็นตัวแทนมาจากอำเภอต้องมีการลงพื้นที่เก็บ

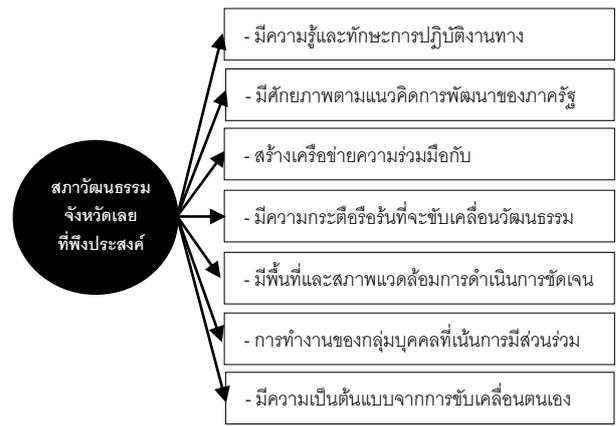
รวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

สำหรับการพัฒนาศักยภาพสภาวัฒนธรรมของจังหวัดเลยที่พึงประสงค์นั้น พบว่า กลุ่มสภาวัฒนธรรมต้องมีการดำเนินการดังนี้ 1) การจัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ และการทบทวนความรู้ เพื่อการศึกษาและสำรวจมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่รับผิดชอบ สำหรับบุคคลากรและผู้เกี่ยวข้องแต่ละระดับ เช่น ระดับผู้ปฏิบัติการสภาวัฒนธรรมระดับนักวิชาการ และระดับชุมชน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 2) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ ด้วยการมอบหมายนักวิชาการที่ผ่านการอบรม ทำการตรวจสอบข้อมูลตามแบบจัดทำรายการเบื้องต้นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (แบบสำรวจมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม แบบ มก. 1 และ มก. 2) โดยต้องมีกระบวนการตรวจสอบที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก เช่น ได้ข้อมูลมาจากชุมชนอย่างแท้จริง การมีมาตรการส่งเสริมรักษาของชุมชน และความคิดเห็นเชิงวิชาการ 3) มีการเผยแพร่ข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมสู่สาธารณชนผ่านช่องทางที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และ 4) การปรับปรุงการจัดการข้อมูลตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และคนทุกระดับสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย (ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ และ คณะ, 2563)

อย่างไรก็ดีการพัฒนาศักยภาพสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยที่พึงประสงค์นั้น มีเป้าหมายเพื่อการสร้างผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการให้มีคุณภาพ และสามารถขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมทุกระดับได้อย่างเต็มศักยภาพ ส่วนกรอบการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสภาวัฒนธรรมนั้นสามารถใช้แนวคิดของการพัฒนาภาครัฐปี พ.ศ. 2563 - 2565 มาเป็นกรอบพัฒนาดังนี้ ทักษะดิจิทัล (Digital skill) ทักษะการสื่อสารโน้มน้าว (Communicating and influencing) ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ (Systematic and creative thinking skill) และทักษะการคิดวิเคราะห์และวิพากษ์ (Analytical and critical thinking skill) ซึ่งการมีทักษะดังกล่าวจะทำให้สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยมีศักยภาพการดำเนินงาน ทั้งการบริหารจัดการ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อที่หลากหลายที่มีประสิทธิภาพ ส่วนการขับเคลื่อนงานของ

สภาวัฒนธรรมนั้นจะต้องกำหนดเป้าหมายและมีแผนปฏิบัติงานร่วมกัน มีแนวทางดังนี้ 1) เน้นกิจกรรมและการต่อยอดวัฒนธรรมสู่การพัฒนาวิถีชีวิต 2) เน้นการขยายเครือข่ายและพัฒนาคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมให้เข้มแข็ง และมีเครือข่ายร่วมขับเคลื่อนแบบมีส่วนร่วม 3) เป็นต้นแบบการส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟูและต่อยอดวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับทุกคน มีการสร้างงานและกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน 4) เน้นการดำเนินงานชัดเจนเป็นรูปธรรม เช่น บุคลากร พื้นที่ งบประมาณ และการมีส่วนร่วมของสภาวัฒนธรรม 5) การส่งเสริมให้คนทุกช่วงวัยเข้ามาร่วมขับเคลื่อนงานสภาวัฒนธรรม ส่วนปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของสภาวัฒนธรรมที่พึงประสงค์มีดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย เป็นไปได้และสอดคล้องกัน มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ เพื่อให้สภาวัฒนธรรมทุกระดับนำนโยบายสภาวัฒนธรรมไปปฏิบัติ 2) การสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน เช่น เข้าใจบริบทของสภาวัฒนธรรม กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ปฏิบัติงานได้ถูกต้อง มีทัศนคติที่ดี มุ่งมั่นและจริงจัง และตระหนักถึงความสำคัญของงานวัฒนธรรม 3) การติดต่อสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพที่ช่วยให้สมาชิกสภาวัฒนธรรมเข้าใจ ยอมรับนโยบาย ให้ความร่วมมือและสนับสนุน 4) มีการจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมสอดคล้องกับกิจกรรมของสภาวัฒนธรรมทุกระดับ และ 5) การจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี มีเครือข่ายสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถานประกอบการ หรือบุคคลในพื้นที่ที่จะเข้ามาร่วมพัฒนาดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมทุกระดับ (พรรณสุภา โพธิ์ย้อย และ ณัฐกริช เปาอินทร์, 2561)

กล่าวได้ว่าสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยที่พึงประสงค์นั้นจะต้องมีการบริหารจัดการที่เป็นอิสระไม่ต้องอยู่ภายใต้การกำกับของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด มีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินการในส่วนระดับจังหวัด อำเภอและตำบลเพื่อการขับเคลื่อนงานด้านวัฒนธรรมเชิงลึกให้มีประสิทธิภาพขึ้น มีนักวิชาการช่วยดำเนินการด้านเอกสารและการประชาสัมพันธ์งานสภาวัฒนธรรมและมีพื้นที่ตั้งในส่วนของวัฒนธรรมจังหวัดหรือศาลากลางจังหวัดเลย (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยที่พึงประสงค์

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพสภาวัฒนธรรมจังหวัด

การพัฒนาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและประชาชนในพื้นที่เป็นกลไกที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสภาวัฒนธรรมได้ ดังนั้นการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจึงต้องกำหนดข้อตกลง และข้อบังคับร่วมกันอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร โดยกำหนดรูปแบบความร่วมมือ ประโยชน์ที่จะได้รับ และแนวทางการบูรณาการงานวัฒนธรรม สำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนศักยภาพบุคลากรมี 2 แนวทางคือ 1) แนวตั้ง คือ สภาวัฒนธรรมตำบล สภาวัฒนธรรมอำเภอ และสภาวัฒนธรรมจังหวัด และ 2) แนวราบ คือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในพื้นที่ (พรรณสุภา โพธิ์ย้อย และ ณัฐกริช เปาอินทร์, 2561) โดยสภาวัฒนธรรมจังหวัดต้องเป็นหลักในบทบาทการส่งเสริม เผยแพร่ อนุรักษ์ พื้นฟู และแก้ไขปัญหาวิกฤตที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ด้วยการจัดกิจกรรมระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง และมีการนำผลที่เกิดขึ้นหรือข้อเสนอแนะทำการเผยแพร่สู่สาธารณชน (ศศิขานิช นิยมสันติ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2564)

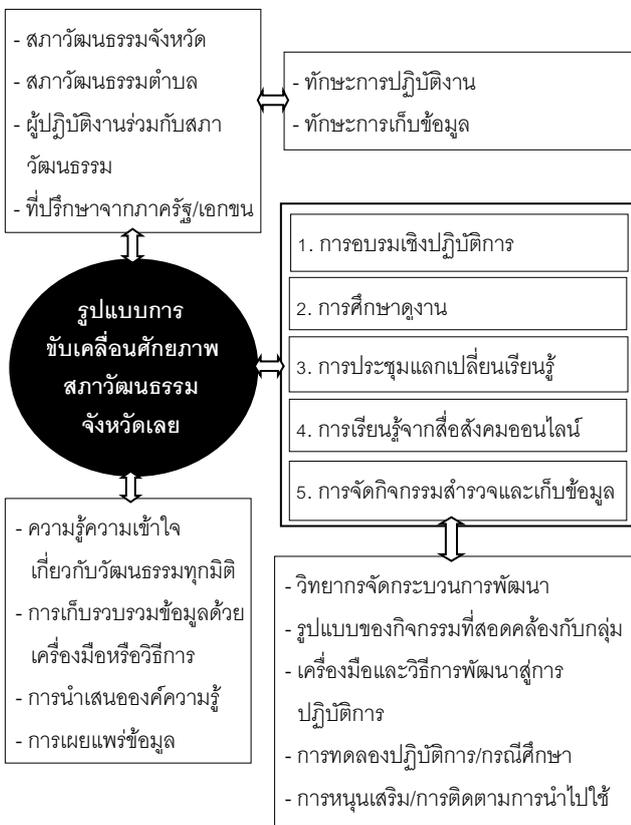
สำหรับรูปแบบการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยให้มีศักยภาพทุกมิติ (ภาพที่ 2) มีรายละเอียดดังนี้ 1) รูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการ เป็นวิธีการพัฒนาศักยภาพสภาวัฒนธรรมทุกระดับ โดยการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมที่มีเนื้อหา และกิจกรรมที่ผู้เข้ารับการอบรมจะสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนางานวัฒนธรรมในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) รูปแบบการศึกษาดูงานพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ เป็นวิธีการช่วยขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมด้วยการออกนอกพื้นที่ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมสร้าง

เครือข่ายเรียนรู้และความร่วมมือ ซึ่งผลดีคือการนำองค์ความรู้ มาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม 3) รูปแบบการประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นวิธีการให้สมาชิกสะท้อนความคิดเห็น โดยมีผู้นำการประชุมที่ช่วยเปิดประเด็นกระตุ้นสมาชิกให้ แสดงความคิดเห็นออกมา โดยการประชุมจะต้องกำหนด ประเด็นที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีการเตรียมตัว ศึกษา 4) รูปแบบการเรียนรู้จากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินตราแกรม (Instagram) โดยนำข้อมูลด้านการบริหารจัดการ หรือข่าวสาร วัฒนธรรมของจังหวัดเลยมาแสดงพร้อมภาพประกอบ เพื่อ กระตุ้นการคิดสร้างสรรค์ และ 5) รูปแบบการจัดกิจกรรม สสำรวจและเก็บข้อมูลทางวัฒนธรรมด้วยเครื่องมือและวิธีการ ที่เป็นระบบ เพื่อเป็นแนวทางการเก็บข้อมูลในพื้นที่ของตนเอง (ทิพย์วรรณ จุลิรัชนีกร, อุบลวรรณ สอนมาลี, และ แสนประเสริฐ ปานเนียม, 2562) หรือใช้วิธีการระดมความคิดจากปราชญ์ ท้องถิ่น เพื่อให้ได้องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่นมาจัดทำฐานข้อมูล หรือจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่ (พระครูใบฎีกาธีรยุทธ ภูโคกหวาย และ พระเทพศาสนานិบาล, 2565)

แนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย

การขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยอย่างยั่งยืน นั้นกระบวนการมีส่วนร่วมของวัฒนธรรมแต่ละอำเภอในการ เข้ามาเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพตนเอง ถือว่ามีความสำคัญ เพราะจะได้ดำเนินการตามหน้าที่ของตัวแทนสภาวัฒนธรรม ได้ สามารถส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือระหว่างสภา วัฒนธรรมตำบลกับหน่วยงานภาครัฐภาค เอกชน และภาค ประชาชนในพื้นที่ เพื่อเป็นกลไกเสริมสร้างความเข้มแข็งของ สภาวัฒนธรรม โดยผลักดันให้มีข้อตกลงหรือข้อบังคับใช้ ร่วมกัน และมีการกำหนดแผนขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สภา วัฒนธรรมทุกระดับร่วมกัน มีการจัดทำแผนงาน และโครงการ เพื่อขอสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ โดยแผนงานนั้นต้อง สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (พรณัฐภา โปธิย์อ้อย, 2560) ดังนั้นการสนับสนุนงบประมาณสำหรับการจัดกิจกรรม พัฒนาทักษะความรู้ให้กับสภาวัฒนธรรมทุกระดับ จึงช่วยให้ สภาวัฒนธรรมสามารถขับเคลื่อนบุคลากรให้ก้าวต่อไปได้ อย่างมีคุณภาพ (เมธาพร คงคาน้อย, 2553) อย่างไรก็ตาม สภาวัฒนธรรมจังหวัดได้แก้ไขข้อบังคับให้สภาวัฒนธรรมจังหวัด เลยมีอิสระการบริหารจัดการ โดยไม่ขึ้นกับกรมส่งเสริม วัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อให้ดำเนินกิจกรรมได้ตามพันธกิจของสภา วัฒนธรรม ศศิชา นิยมสันติ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล (2564) กล่าวว่าแนวทางการดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมที่ เป็นหลักคือ ควรจัดตั้งเป็นองค์กรเฉพาะที่มีงบประมาณ มี บุคลากรและมีทรัพยากรสนับสนุน ส่วนขั้นตอนการขับเคลื่อน สภาวัฒนธรรมทุกระดับนั้นมีรายละเอียดดังนี้ ขั้นที่ 1 การ สร้างความตระหนักรู้และความต้องการเปลี่ยนแปลง ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วม คือร่วมเรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วม ตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ ขั้นที่ 3 ศักยภาพการพึ่งพาตนเอง และขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมจาก การดำเนินกิจกรรม (ภาพที่ 3) ส่วนแนวทางการขับเคลื่อน สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย มีดังนี้ (รณรงค์ จันใจ, 2564)

1. ด้านงานของสภาวัฒนธรรม ดังนี้ 1) สร้างการมี ส่วนร่วมกับกลุ่มเยาวชน ด้วยการจัดตั้ง “สภาวัฒนธรรมเด็ก และเยาวชน” สร้างคนรุ่นใหม่ใส่ใจวัฒนธรรม 2) หาแนวทาง พัฒนาสมรรถนะ “คณะกรรมการสภาวัฒนธรรม” 3) ขับเคลื่อน งานสภาวัฒนธรรมทุกระดับแบบมุ่งผลสำเร็จ 4) ส่งเสริมให้ จัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมจังหวัด หรือพื้นที่การเรียนรู้วัฒนธรรม



ภาพที่ 2 รูปแบบการขับเคลื่อนศักยภาพสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย

สร้างสรรค์ 5) การจัดแสดงผลงานของสภาวัฒนธรรมทุกระดับอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 6) การกำหนดบทบาทของสภาวัฒนธรรมจังหวัดให้เอื้อต่อการดำเนินงาน 7) ติดตามงานของสภาวัฒนธรรมอำเภอเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ 8) การต่อยอดผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วม และ 9) สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาทุกระดับในการจัดทำหลักสูตร เพื่อปลูกฝังค่านิยมและจิตสำนึก

2. ด้านโครงสร้างของคณะกรรมการ ดังนี้

- 1) กำหนดวาระการดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริหาร
- 2) คณะกรรมการสภาวัฒนธรรมที่มาจากหลายภาคส่วน และ
- 3) ขั้วเคลื่อนไหวสภาวัฒนธรรมเป็นองค์กรอิสระที่มีประสิทธิภาพ

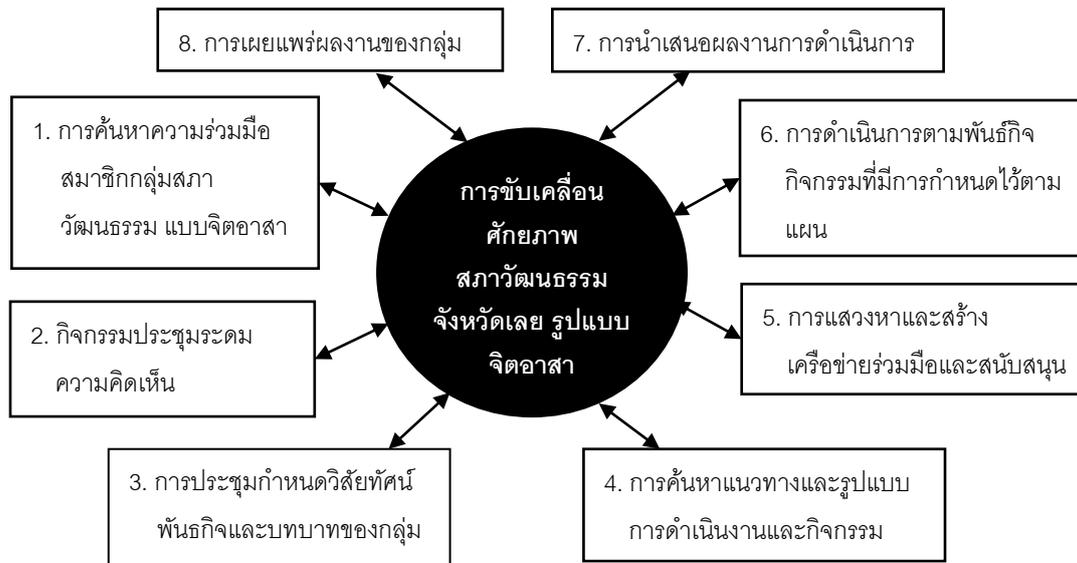
3. ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับเครือข่ายทางวัฒนธรรม ดังนี้ 1) การบูรณาการกับภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมสืบสาน ร่วมต่อยอดวัฒนธรรม โดยร่วมจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรม 2) สร้างความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ และมีการจัดทำแผนงานวัฒนธรรมร่วมกัน 3) สร้างความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบัน การศึกษา และประชาชนในพื้นที่ และ 4) ส่งเสริมสภาเด็กและเยาวชนเป็นแกนนำหลักดำเนินงานสภาวัฒนธรรม

4. ด้านการบริหารจัดการ ดังนี้ 1) การสนับสนุนงบประมาณให้สภาวัฒนธรรมทุกระดับ ได้มีการสำรวจวัฒนธรรมที่มีอยู่และใกล้สูญหาย 2) มีข้อมูล Big data วัฒนธรรมทุกระดับผ่าน Application และ Website ที่เข้าถึงง่ายเหมาะสมกับทุกวัย 3) ประชาสัมพันธ์บทบาทสภาวัฒนธรรมทุกระดับให้สังคมเข้าใจถึงหน้าที่การขับเคลื่อนวัฒนธรรม 4) สนับสนุนงบประมาณและกิจกรรมของสภาวัฒนธรรมทุกระดับอย่างต่อเนื่อง 5) จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนปลูกฝังค่านิยม สร้างจิตสำนึก เชิดชูชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ 6) กำหนดงานรวบรวมข้อมูล พื้นฟู อนุรักษ์ เผยแพร่ เฝ้าระวัง และปกป้องงานวัฒนธรรมระดับจังหวัด



ภาพที่ 3 แนวทางการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลย

อย่างไรก็ตามมีข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติงานจริงของสภาวัฒนธรรมระดับจังหวัด อำเภอและตำบลที่ไม่ต้องพึ่งพางบประมาณ และบุคคลากรจากภาครัฐที่มีกฎเกณฑ์และเงื่อนไขมาก ด้วยการขับเคลื่อนการดำเนินงานและการพัฒนาศักยภาพตนเองรูปแบบจิตอาสา ดังนี้ 1) การรวมและตั้งกลุ่มสภาวัฒนธรรมโดยไม่หวังผลกำไรหรือมีผลตอบแทน 2) การทบทวนสภาพและปัญหาการดำเนินการปรับแนวคิด 3) การกำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิก 4) การหาแนวทางและรูปแบบการขับเคลื่อนแบบพึ่งพาตนเอง 5) การค้นหาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากภาคเอกชน ประชาชนในและนอกพื้นที่ 6) การดำเนินงาน-การสืบค้น-การสำรวจ-การพัฒนา-การต่อยอด-การประยุกต์สู่การสร้างรายได้ 7) การนำเสนอผลการขับเคลื่อน และ 8) การเผยแพร่ผ่านเครือข่าย (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 การขับเคลื่อนศักยภาพสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยรูปแบบจิตอาสา

บทสรุป

สภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยเป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่ในโครงสร้างของวัฒนธรรมจังหวัดเลย มีบทบาทหน้าที่ในการดูแล อนุรักษ์และเฝ้าระวังด้านวัฒนธรรม การดำเนินการให้มีศักยภาพจึงต้องขับเคลื่อนในทุกมิติ โดยเฉพาะประเด็นบุคคลากรที่ต้องมีศักยภาพ เพราะเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพ โดยสภาวัฒนธรรมจังหวัดเลยทุกระดับจะต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมตั้งแต่รูปแบบการทำงานไปจนถึงการนำเสนอผลการดำเนินการและการขับเคลื่อนสภาวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดขึ้นมาให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย

เอกสารอ้างอิง

กาสั๊ก เต๊ะชั้นหมาก และ กานดา เต๊ะชั้นหมาก. (2555). *บทเรียนการดำเนินงานสภาวัฒนธรรม*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.

เกษม ปฐมฤกษ์. (2562). *บทบาทและความร่วมมือของสภาวัฒนธรรมเขตกับสำนักงานเขต ในการอนุรักษ์ พื้นฟู และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ)*. สืบค้นจาก http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:179422

จิรวรรณ ทองพายัพ และ ในตะวัน กำหอม. (2564). การขอขึ้นบัญชีมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. 2559: กรณีศึกษาสภาวัฒนธรรม ตำบลขวาว อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 12(1), 153-162.

ชวัลลักษณ์ คุณาภิกรกิจ, บุญเกียรติ การเวกพันธุ์ และ จีระวัฒน์ สีนะกนิษฐ. (2563). การส่งเสริมศักยภาพสภาวัฒนธรรมในการดำเนินงานสงวนและรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(34), 186-202.

ทิพย์วรรณ จุลิรัตน์กร, อุบลวรรณ สอนมาลี และ แสนประเสริฐ ปานเนียม. (2562). การขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี: กรณีศึกษาชุมชนนาพันสาม อำเภอเมืองจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 11(1), 22-31.

บุญจิรา นกเล็ก. (2548). *การพัฒนาคู่มือการเก็บรวบรวมวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมตำบล (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ)*. สืบค้นจาก <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/7440?attempt=2&&locale-attribute=en>

- เมธาพร คงคาน้อย. (2553). นโยบายและแนวทางการส่งเสริมการปฏิบัติงานของสภาวัฒนธรรมในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ) สืบค้นจาก <https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/258908>
- เมธาพร คงคาน้อย. (2554). นโยบายและแนวทางการส่งเสริมการปฏิบัติงานของสภาวัฒนธรรมในประเทศไทย. *Veridian E-Journal SU*, 4(1), 623-644.
- พรรณสุภา โพธิ์น้อย. (2560). การนำนโยบายสภาวัฒนธรรมไปปฏิบัติ กรณีศึกษาสภาวัฒนธรรมตำบล จังหวัดสมุทรสาคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2560/b201081.pdf>
- พรรณสุภา โพธิ์น้อย และ ณัฐกริช เปาอินทร์. (2561). การนำนโยบายสภาวัฒนธรรมไปปฏิบัติกรณีศึกษาสภาวัฒนธรรมตำบล จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 8(3), 132-151.
- พระครูใบฎีกาธีรยุทธ ภูโคกหาวย และ พระเทพศาสนานិบาล. (2565). รูปแบบกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในการพัฒนาศักยภาพทุนทางทรัพยากรและทุนทางวัฒนธรรมไทย. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 7(1), 254-269.
- สมบัติ นามบุรี และ ธิดิวุฒิ หมั่นมี. (2564). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ฟื้นฟูประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดชัยภูมิ. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(6), 126-136.
- ลินดา ภูฤ. (2548). สภาพและแนวทางการปฏิบัติงานวัฒนธรรมของคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมอำเภอ จังหวัดนครปฐม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/7493>
- เลหล่า ตรีเอกานุกูล. (2562). การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่. *สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(4), 36-42.
- รณรงค์ จันได. (2564). การพัฒนาโครงสร้างคณะกรรมการบริหารสภาวัฒนธรรมด้วยพลังการมีส่วนร่วมของเครือข่ายในพื้นที่ตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2553. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*, 29(1), 138-176.
- ศศิชา นิยมสันติ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล. (2564). การบริหารจัดการงานสภาวัฒนธรรม เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 26(2), 23-33.

สมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Competency and Service Quality Correlation to the Image of Suvarnabhumi Airport

เนตรศิริ เรืองอรักดี^{1*} ปุณณชิสิตา สีตองอ่อน¹ หรรษมน บัวลม² กุลณัฐณ์ กลิ่นมาลัย² วิมลรัตน์ ถันวาเทียม²
สุภาวิดา วิเชียรกร² ชิดชนก ฮวบกระโทก² ศุภกร แก้วธนะสิน²

Natesiri Ruangariyak^{1*} Panchisa Seetong-on¹ Hassamon Boulom² Kullanat Klinmalai² Wimonrat Tanwateam²
Supawida Wicheinkorn² Chidchanok Huabkrathok² Suphakorn Kaewthanasin²

Corresponding Author's Email: natesiri.rua@kbu.ac.th

(Received: January 5, 2023; Revised: September 11, 2023; Accepted: September 12, 2023)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย 1) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2) ศึกษาสมรรถนะที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 3) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล สมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลจากบุคลากรที่ปฏิบัติงานที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ จำนวนทั้งสิ้น 390 คน สถิติที่ใช้คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สถิติ t-test สถิติ F-test (One-way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในด้านสมรรถนะ และคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ถึงมากที่สุด โดยด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรมอยู่ในระดับมาก และคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิพบว่ามีค่าสัมสัมพันธ์มากที่สุดในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ดังนั้นสนามบินสุวรรณภูมิควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการโดยเน้นด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งเสริมให้มีการจัดการฝึกอบรมการปฏิบัติงาน หรือมีคู่มือการปฏิบัติงานเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแบบยั่งยืน

คำสำคัญ: สมรรถนะ คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Abstract

The research Objective 1) study demographic data related to the image of Suvarnabhumi Airport, 2) explore the competence related to the image of Suvarnabhumi Airport, 3) investigate the service quality related to the image of Suvarnabhumi Airport and 4) explore the relationship between demographic data, competence and service quality related to the image of the Suvarnabhumi Airport. Quantitative research was done by using a questionnaire and accidental sampling, collecting data from personnel working at Suvarnabhumi Airport with a total number of 390 samples. The statistics used were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test statistics, F-test statistics (One-way ANOVA) and Correlation. The results of the study found that demographic data had no relationship with the image of Suvarnabhumi Airport, but the competency and service quality had a relationship with the image of Suvarnabhumi Airport at high to the highest level. Achievement Motivation was the most correlated

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาธุรกิจการบิน สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

² นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจการบิน สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

¹ Lecturers, Bachelor of Arts Program in Airline Business (B.A.), Kasem Bundit University

² Bachelor's Students, Bachelor of Arts Program in Airline Business (B.A.), Kasem Bundit University

aspect with 'adhering to righteousness and ethics' at the highest level Service quality related to the image of Suvarnabhumi Airport was found at the most correlated with the concreteness of the service' at the highest level. Therefore, Suvarnabhumi Airport should focus on improving the quality of service by emphasizing on the concreteness of the service. Encourage the management of operational training. Or have an operating manual to go in the same direction Promote a sustainable good image

Keywords: competency, service quality, Suvarnabhumi airport's image

ความเป็นมาของปัญหา

การประกาศผล The World's Best Airports of 2022 100 อันดับ สนามบินที่ดีที่สุดในโลกประจำปีนี้ โดย Skytrax ที่รวบรวมผลโหวตจากนักเดินทางทั่วโลกกว่า 100 ประเทศ ในช่วงปี 2011/2022 เป็นที่เรียบร้อยแล้วนั้นพบว่า ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ที่อันดับ 77 ส่วนอันดับหนึ่งได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติฮามัด (Hamad International Airport) ณ กรุงโดฮา ประเทศกาตาร์ ที่คว้าแชมป์ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 (ฐานเศรษฐกิจ, 2565) ด้วยความที่เป็นสนามบินที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีห้องให้นอนพักผ่อน และมี WIFI ให้บริการฟรีภายในสนามบิน ฮามัดออกแบบด้วยแนวคิดโอเอซิส มีหลังคาสูงโปร่งโล่งโดดเด่นไปด้วยงานศิลปะ



ภาพที่ 1 สนามบินฮามัด สนามบินที่ดีที่สุดในโลกปี 2022

ที่มา: <https://www.wonderfulpackage.com/article/v/1380/>

เมื่อปี 2016 สนามบินนานาชาติฮามัดติดอันดับ 10 ของโลก จากความพยายามในการปรับปรุงพัฒนาในทุกมิติ ในการให้บริการทำให้ขึ้นมายังอันดับ 1 ใน 2 ปีซ้อน

บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างองค์กรสู่ความเป็นเลิศ โดยมุ่งมั่นที่จะยกระดับการพัฒนาคุณภาพบริการ การพัฒนาสมรรถนะบุคลากร และการปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความพร้อม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่ก้าวไปอย่างไม่หยุดนิ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังสถานการณ์

ระยะแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ภายใต้คำขวัญ “ปลอดภัย คือมาตรฐาน บริการ คือหัวใจ”



ภาพที่ 2 สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ

ที่มา: <https://www.dailynews.co.th/news/422574/>

บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้ผลักดันการพัฒนาศักยภาพท่าอากาศยานของไทยให้เป็นที่อากาศยานนานาชาติชั้นนำในภูมิภาค ผ่านการกำหนดแผนแม่แบบด้านการบริหาร และพัฒนาทรัพยากรบุคคล ปี พ.ศ. 2560-2564 เพื่อให้บุคลากรมีคุณภาพ และองค์กรประสบความสำเร็จตามความคาดหวังอย่างยั่งยืน ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องทราบดีถึงประสิทธิภาพ และศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรเพื่อที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ ดังนั้นสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กร เพื่อให้บุคลากรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการบริหารงานในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะงานในด้านการให้บริการที่ต้องอาศัยสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านบุคลิกประจำตัวของบุคคลากร ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเอง และด้านแรงจูงใจในการทำงาน (บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2562) สมรรถนะ

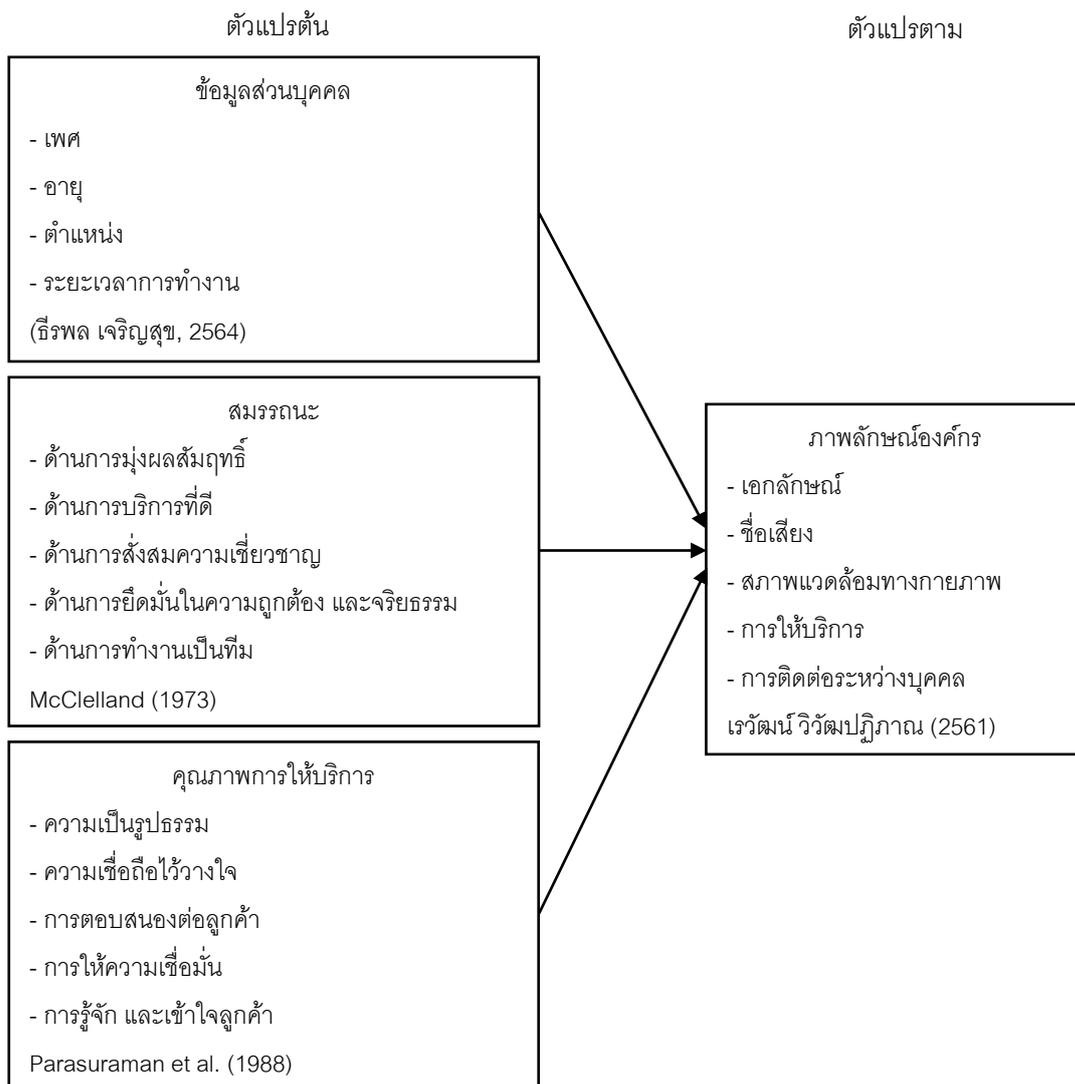
(Competency) ถูกคิดค้นโดย McClelland (1973) นักจิตวิทยา แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ที่เป็นความ 1) ความชำนาญพิเศษ และ 2) ลักษณะ ส่วนบุคคล

ผู้บริหารมีความคาดหวังต่อคุณภาพสินค้า หรือ บริการมากขึ้นตลอดเวลา ธุรกิจจำนวนมากใช้ “ภาพลักษณ์องค์กร” มาช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า หรือบริการ ของตน หากองค์กรที่มีภาพลักษณ์ดีก็จะส่งผลให้พนักงานใน องค์กร มีความภาคภูมิใจ และทำให้มีความตั้งใจในการทำงาน มากขึ้น เพื่อให้บริการที่ดีที่สุดต่อลูกค้า ซึ่งหาก พนักงานมีการให้บริการดีก็ย่อมส่งผลให้ภาพลักษณ์ของ องค์กรดีตามไปด้วย (อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์, 2565) ส่วน Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) กล่าวไว้ว่า คุณภาพของการบริการสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 มิติ ดังนี้

คือ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) 2) ความ เชื่อถือได้ไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้าที่ รวดเร็ว (Responsiveness) 4) การประกันคุณภาพหรือการ ให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ 5) การเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ใช้เป็น ต้นแบบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ด้วยเช่นกัน

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมา คณะผู้วิจัยจึงได้นำมา ศึกษาวิจัยในหัวข้อ “สมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการที่มี ความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” โดยมี คำถามการวิจัยว่า สมรรถนะของบุคลากร และคุณภาพการ ให้บริการ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ มีความสัมพันธ์ต่อ ภาพลักษณ์ของสนามบินสุวรรณภูมิ หรือไม่ และมีลักษณะเป็น อย่างไร โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลส่วนบุคคล สมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านประชากร: ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้แก่ พนักงานฝ่ายธุรการท่าอากาศยาน พนักงานฝ่ายบริการภาคพื้นดิน พนักงานฝ่ายรักษาความปลอดภัย พนักงานฝ่ายรักษาความสะอาด พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

ด้านพื้นที่: ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ด้านเนื้อหา: ตัวแปรต้น ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล สมรรถนะ คุณภาพการบริการ และ ตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กร

ด้านระยะเวลา: ดำเนินการวิจัยครั้งนี้อยู่ในช่วงเดือนมีนาคม 2565 - พฤษภาคม 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้วิจัยได้ทราบผลของการวิจัยว่าสมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาสมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือท่าอากาศยานอื่นๆ
3. ท่าอากาศยานอื่นๆ ภายใต้การดูแลของบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนพัฒนาสมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยาน

4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ นักศึกษา อาจารย์ผู้บริหารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานอื่นๆ และนักวิจัย สามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในการต่อยอดงานวิจัย

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

สมรรถนะ หมายถึง กลุ่มของทักษะ ความรู้ความสามารถ รวมทั้งพฤติกรรม คุณลักษณะ และทัศนคติที่บุคลากรจำเป็นต้องมี เพื่อปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2561)

สมรรถนะของบุคลากรในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานอาชีพ โดยใช้ความรู้ ทักษะ และเจตคติ ที่บูรณาการกันอย่างแนบแน่น เพื่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (วิลาสินี จงกลพีช, 2563)

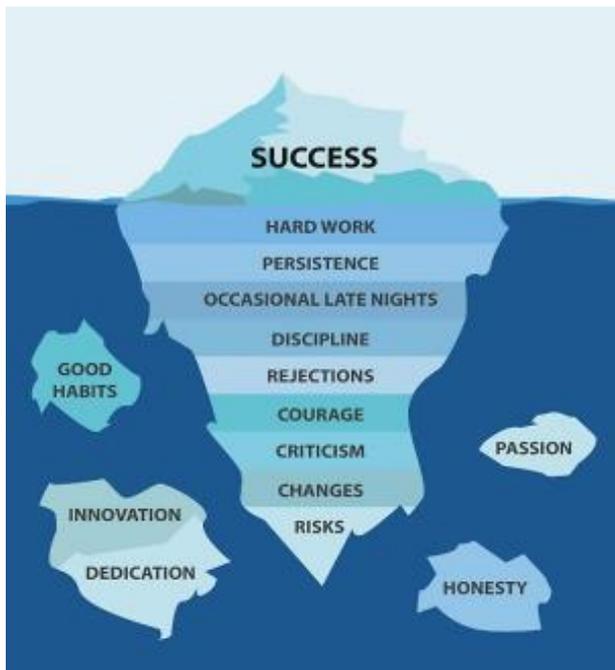
ภาพลักษณ์ หมายถึง ความคิดรวบยอดที่ก่อตัวเกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลแต่ละคนอันเป็นผล มาจากการได้รับประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์อ้อมที่ได้รับรู้มาเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ซึ่งจะมีผลต่อทัศนคติ และการกระทำใดๆ ที่บุคคลจะมีต่อไป (วริศรา สุกุมลจันทร์, 2564)

ภาพลักษณ์องค์กรของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ หรือมีความรู้ความประทับใจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีสมรรถนะ

McClelland (1973) ยังได้เปรียบบุคลิกลักษณะของ คนว่าเหมือนภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg model) ดังภาพที่ 3 โดยภูเขาน้ำแข็งจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำ และส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำ ส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำเป็นส่วนที่สังเกตเห็นได้ง่าย ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ของบุคคลในสาขาต่างๆ และทักษะ (Skill) ที่เป็นความเชี่ยวชาญ หรือความชำนาญพิเศษ และส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำ เป็นส่วนที่สังเกตเห็นได้ยาก เนื่องจากจะซ่อนอยู่ภายในแต่ละบุคคล ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept) เช่น ทัศนคติหรือค่านิยม ลักษณะนิสัย (Trait) และแรงจูงใจหรือแรงขับภายในแต่ละบุคคล (Motive)



ภาพที่ 3 ทฤษฎีภูเขาน้ำแข็ง

ที่มา: https://www.zyo71.com/2019/04/blog-post_13.html

แนวคิด ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman et al. (1988) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) หมายถึง คุณภาพการให้บริการที่มีการพัฒนาจากการดูแลเอาใจใส่ ความไว้เนื้อเชื่อใจ และการตอบสนองต่อความต้องการ แบ่งออกได้เป็น 5 มิติ ดังนี้ คือ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว (Responsiveness) 4) การประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ 5) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีระพล เจริญสุข (2564) ได้ทำการศึกษา สมรรถนะการทำงานของบุคลากร 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) ด้านการบริการที่ดี 3) ด้านการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 4) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม 5) ด้านทำงานเป็นทีม 6) ด้านการพัฒนาชุมชน และ 7) ด้านการคิดวิเคราะห์ เพื่อสำรวจสมรรถนะของพนักงานในองค์กรสรรพสามิต

เรวัฒน์ วิวัฒน์ปฏิภาณ (2561) ได้ศึกษาภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์องค์กร ด้านชื่อเสียง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ และด้านการ

ติดต่อระหว่างบุคคล ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ธนาคารออมสิน

โคภิชฐา เต็มรัตน์ (2561) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับระดับของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนเนื่องจากมีทั้งประจำ และจากบริษัทจัดหา (Out source) จึงใช้ สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนของ Cochran (1977) ได้จำนวนตัวอย่างจำนวน 385 คน คณะผู้วิจัยเก็บตัวอย่างสำรองเพิ่มอีก 5 ตัวอย่างรวม 390 คน วิธีการสุ่มแบบไม่คำนึงความน่าจะเป็น (Non-probability) และดำเนินการสุ่มวิธีตามสะดวก (Convenience sampling design)

1. เครื่องมือ และขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 สมรรถนะของบุคลากร

ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการของบุคลากร

ส่วนที่ 4 ภาพลักษณ์ของสนามบินสุวรรณภูมิ

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

2.1 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้วางไว้ แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา

2.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรง ความเหมาะสมของเนื้อหา ความเหมาะสมในการใช้ภาษา และความชัดเจนของคำถาม (IOC) ได้ค่าความเที่ยงตรงอยู่ในเกณฑ์ 0.67-1.00 ทุกข้อคำถาม

2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับแก้แล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกันจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.948

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการวิจัยในครั้งนี้ได้จากการจัดหาข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความ และการสรุปผล ประกอบไปด้วย

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงจากบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มแบบไม่คำนึงความน่าจะเป็น (Non-probability) และสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling design)

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ วรรณกรรมต่าง ๆ หนังสือ ตำรา วารสาร นิตยสาร และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม 390 ชุด มาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์

4.1 สถิติเชิงพรรณนาใช้วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล สมรรถนะ คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.2 สถิติเชิงอนุมานการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรเพศที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, และสถิติ F-test (One-way ANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอายุ ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการทำงานที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของสมรรถนะ คุณภาพการบริการ กับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) มีจำนวน 4 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	155	39.7
หญิง	235	60.3
รวม	390	100.0
อายุ		
ช่วงอายุ 20-29 ปี	192	49.2
ช่วงอายุ 30-39 ปี	116	29.7
ช่วงอายุ 40-49 ปี	64	16.4
มากกว่า 50 ปี	18	4.6
รวม	390	100.0
ตำแหน่ง		
พนักงานฝ่ายธุรการท่าอากาศยาน	18	4.6
พนักงานฝ่ายบริการภาคพื้นดิน	181	46.4
พนักงานฝ่ายรักษาความปลอดภัย	90	23.1
พนักงานฝ่ายรักษาความสะอาด	48	12.3
พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์	27	6.9
อื่นๆ	26	6.7
รวม	390	100.0
ระยะเวลาการทำงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	78	20
ระยะเวลา 1-3 ปี	131	33.6
ระยะเวลา 3-5 ปี	95	24.4
มากกว่า 5 ปี	86	22.1
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 390 คน โดยเพศของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 235 คนคิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามลำดับ ช่วงอายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 30-39 ปี

จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 16.4 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับตำแหน่งของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ พนักงานฝ่ายบริการภาคพื้นดิน จำนวน 181 คนคิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา คือ พนักงานฝ่ายรักษาความปลอดภัย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 พนักงานฝ่ายรักษาความสะอาด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 พนักงานฝ่ายอื่นๆ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และพนักงานฝ่ายธุรการท่าอากาศยาน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ และระยะเวลาการทำงานของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา คือ ระยะเวลา 3-5 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ระยะเวลามากกว่า 5 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตารางที่ 2 สมรรถนะของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

สมรรถนะของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์	4.218	0.737	มากที่สุด
2. ด้านการบริการที่ดี	4.227	0.693	มากที่สุด
3. ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญ	4.100	0.688	มาก
4. ด้านการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม	4.434	0.681	มากที่สุด
5. ด้านการทำงานเป็นทีม	4.305	0.689	มากที่สุด
รวม	4.257	0.698	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.257$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ด้านการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม ($\bar{X} = 4.434$) รองลงมา คือ ด้านการทำงานเป็นทีม ($\bar{X} =$

4.305) ด้านการบริการที่ดี ($\bar{X} = 4.227$) และด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ($\bar{X} = 4.218$) ตามลำดับ และด้านที่มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก คือ ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 4.100$)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตารางที่ 3 ผลสรุปคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

คุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.428	0.650	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.306	0.691	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.178	0.811	มาก
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.160	0.793	มาก
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.297	0.722	มากที่สุด
รวม	4.274	0.733	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.274$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{X} = 4.428$) รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.306$) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 4.297$) ตามลำดับ และด้านที่มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.178$) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.160$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตารางที่ 4 ผลสรุปคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเอกลักษณ์	4.188	0.775	มาก
2. ด้านชื่อเสียง	4.161	0.763	มาก
3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.001	0.880	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. ด้านการให้บริการ	4.163	0.748	มาก
5. ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล	4.192	0.809	มาก
รวม	4.141	0.795	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน: ข้อมูลส่วนบุคคลสมรรถนะ คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลสมรรถนะ คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Correlations					
		ข้อมูลส่วนบุคคล	สมรรถนะ	คุณภาพการให้บริการ	ภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ข้อมูลส่วนบุคคล	Pearson Correlation	1	.118 [*]	.137 ^{**}	.113 [*]
	Sig (2-tailed)		.020	.007	.026
	n	390	390	390	390
สมรรถนะ	Pearson Correlation	.118 [*]	1	.812 ^{**}	.642 ^{**}
	Sig (2-tailed)	.020		.000	.000
	n	390	390	390	390
คุณภาพการให้บริการ	Pearson Correlation	.137 ^{**}	.812 ^{**}	1	.754 ^{**}
	Sig (2-tailed)	.007	.000		.000
	n	390	390	390	390
ภาพลักษณ์สนามบินสุวรรณภูมิ	Pearson Correlation	.113 [*]	.642 ^{**}	.754 ^{**}	1
	Sig (2-tailed)	.026	.000	.000	
	n	390	390	390	390

^{*} Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

^{**} Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่ง ระยะเวลาในการทำงานพบว่า ค่าความสำคัญ = .026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ .05 นั่นคือยอมรับผลวิจัยได้ (H_0) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย 1) ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ 0.113, 2) ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะที่ 0.118, 3) ข้อมูล

ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่ 0.137 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก และ สมรรถนะ ประกอบด้วย ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม ด้านการทำงานเป็นทีมที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ค่าความสำคัญ = .00 น้อยกว่าค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ .05 นั่นคือ ยอมรับ

ผลวิจัยได้ (H_0) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย 1) สมรรถนะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่ 0.812 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับสูง, 2) สมรรถนะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ที่ 0.642 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมในการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จัก และเข้าใจลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่าค่าความสำคัญ = .00 น้อยกว่าค่าความสัมพันธ์ทางสถิติที่ .05 นั่นคือยอมรับผลวิจัยได้ (H_0) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ที่ 0.754 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง จึงทำให้เห็นว่าสมรรถนะ และคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

อภิปรายผล

1. วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง และระยะเวลาการทำงานพบว่า ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวนทั้งสิ้น 390 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.3 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.7 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 192 คน อายุ 30-39 ปี จำนวน 116 คน ในตำแหน่งพนักงานฝ่ายบริการภาคพื้นดินมากที่สุดจำนวน 181 คน ถัดไปเป็นพนักงานฝ่ายรักษาความปลอดภัย จำนวน 90 คน พนักงานฝ่ายรักษาความสะอาด จำนวน 48 คน พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 27 คน ตำแหน่งงานอื่นๆ จำนวน 26 คน และพนักงานฝ่ายธุรการท่าอากาศยาน จำนวน 18 คน โดยมีระยะเวลาการทำงาน 1-3 ปี มากที่สุด จำนวน 131 คน รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี จำนวน 95 คน ระยะเวลาการทำงาน มากกว่า 5 ปี จำนวน 86 คน และระยะเวลาการทำงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 78 คน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีระพล เจริญสุข (2564) ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกรมสรรพสามิตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ

หญิง และไม่สอดคล้องในเรื่องอายุเพราะส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี

2. วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาสมรรถนะมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ระดับความคิดเห็นด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านการบริการที่ดี อยู่ในระดับเห็นด้วยมากด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากด้านการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และด้านการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีระพล เจริญสุข (2564) เกี่ยวกับสมรรถนะการทำงานของบุคลากรสรรพสามิตใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และด้านการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับบุคลากรสรรพสามิตใน 2 ด้าน เนื่องจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะการทำงานของบุคลากร ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และด้านการบริการที่ดี อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

3. วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ระดับความคิดเห็นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไศภิชฐา เต็มรัตน์ (2561) เกี่ยวกับระดับของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งศึกษาในตัวแปรการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ (Tangibles) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ส่วนกรณีที่ไม่สอดคล้องด้านคุณภาพการบริการใน 3 ด้าน

ซึ่ง โศภิตฐา เต็มรัตน์ (2561) พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ เป็นเกณฑ์ที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการเข้าใจลูกค้า (Empathy) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

4. วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลส่วนบุคคล สมรรถนะ และคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

พบว่าด้านเอกลักษณ์ขององค์กรอยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ด้านชื่อเสียงอยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก ด้านการให้บริการ อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก ตามด้วยด้านการติดต่อระหว่างบุคคล อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวดีณัฏวิวัฒน์ปฏิภาณ (2561) เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านชื่อเสียง อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก ด้านการให้บริการ อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก และด้านการติดต่อระหว่างบุคคลอยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก แต่ไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราชใน 1 ด้าน คือ ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ซึ่งผู้ตอบให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งพนักงานบริการภาคพื้นดิน ระยะเวลาในการทำงาน 1-3 ปี ด้านสมรรถนะมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดในด้านการยึดมั่นความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ของ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ด้านคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดใน

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ การสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนในด้านสมรรถนะ และคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สมรรถนะการทำงานด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญที่พบมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด จึงควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น และประสบการณ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานให้มากขึ้น

2. ด้านการตอบสนองลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง และทันตามเวลาที่ผู้โดยสารต้องการ นั้นอาจหมายถึงว่าในสถานการณ์ปัจจุบันหลังจากการระบาดของโควิด 19 เริ่มมีทิศทางการลดลง และเพิ่งมีการเปิดให้บริการเส้นทางการบิน แต่ยังมีสัดส่วนของผู้โดยสารที่เดินทางยังไม่มากเกินไบนัก อาจเพิ่มหรือมอบหมายงานที่เกี่ยวข้องกับสายงานให้กับบุคลากรในฝ่ายอื่นๆ ให้มากขึ้น

3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด นั้นอาจสื่อได้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอาจไม่พอเพียง หรือเสื่อมสภาพทางท่าอากาศยานควรสำรวจ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการให้มีความสมบูรณ์ ครบถ้วน เพียงพอต่อความต้องการ เช่น เคาเตอร์การให้บริการ ที่นั่งพัก ห้องน้ำสะอาด ที่จอดรถ ฯลฯ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ หากกลุ่มเป้าหมายคือบุคลากรในท่าอากาศยานฯ ควรลงเก็บข้อมูลในเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีการกระจายตัวมากขึ้น

2. ให้ความสำคัญกับการทำหนังสือขออนุญาตเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัยควรทำล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจะได้รับการอำนวยความสะดวก ไม่ติดขัดข้อกั้น จะมีป้ายคัลล์ออก และได้รับความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

ฐานเศรษฐกิจ. (2565, 02 ธันวาคม). เปิด 10 อันดับ. "สนามบินที่ดีที่สุดในโลก 2022" จากสกายแทร็กซ์. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/business/529271>.

ธีระพล เจริญสุข. (2564). *การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกรมสรรพสามิตในเขตกรุงเทพมหานคร* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2562, 15 พฤษภาคม). แผนวิสาหกิจของ ทอท. (ปีงบประมาณ 2560-2564) ฉบับทบทวน. สืบค้นจาก <https://www.airportthai.co.th/wp-Content/uploads/2019/06/>

เว็บบอร์ดวิวัฒนาการ. (2561, 5 กันยายน). ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นจาก http://www.baabstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-8_1566464540.pdf

วิธรา สุกุมลจันทร์. (2564). *รายงานการวิจัย เรื่อง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร* (รายงานการวิจัย). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.

วิลาสินี จงกลพีช. (2563, 5 กันยายน). *คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ว วิทยาศาสตร์การศึกษาระดับปริญญาตรี* (ประเทศไทย) จำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี, เพชรบุรี.

โคกิชฐา เต็มรัตน์. (2561, 5 กันยายน). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี, เพชรบุรี). สืบค้นจาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2044/1/59602703.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2561, 29 กันยายน). *การพัฒนาสมรรถนะหลัก (สำหรับข้าราชการใหม่)*. สืบค้นจาก <https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/page/aptitude/development.pdf>

อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. (2565, 20 สิงหาคม). คน...ผู้สร้างภาพลักษณ์องค์กร. สืบค้นจาก <https://www.Siamhrm.com/?name=management&file=readnews&max=74>

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). New York: John Wiley and Sons Inc.

McClelland, D.C. (1973). Test for Competence, rather than intelligence. *American Psychologists*, 17(7), 57-83.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.

อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

Influence of Entrepreneurial Innovation Management Skills Affecting the Success of Small and Medium Enterprises in Chiang Mai Province

ศักดิ์ดนัย ชัยวิรัตน์¹ ภัทรานิชฐ์ กิตติรัตนันท์² สударัตน์ แสงแก้ว³
Sakdanai Chaiwirat¹ Phathranit Kitthitinan² Sudarat Saengkeaw³

Corresponding Author's Email: 64864104@g.cmru.ac.th

(Received: June 23, 2023; Revised: August 17, 2023; Accepted: September 11, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของทักษะการจัดการนวัตกรรม และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในภาคการบริการที่เป็นธุรกิจขนาดย่อม โดยมีรายได้ต่อปีก่อนหักค่าใช้จ่าย ไม่เกิน 50 ล้านบาท ใช้ระยะเวลาในการประกอบกิจการ มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป และมีจำนวนพนักงานทั้งหมด (รวมเจ้าของกิจการ) ตั้งแต่ 1 - 5 คน

ผลการศึกษาทักษะการจัดการนวัตกรรม พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากกับปัจจัยที่ 2 (ด้านกระบวนการใหม่) และด้านความสำเร็จของวิสาหกิจนั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากกับการบรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่ได้ตั้งไว้

ผลการทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการ พบว่า มี 3 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่ โดยสามารถพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 31.10

คำสำคัญ: ทักษะการจัดการนวัตกรรม ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The purposes of this research were to study the importance of innovation management skills, entrepreneur transformational leadership, and the success of small and medium enterprises in Chiang Mai province and to test the influence of innovation management skills and entrepreneur transformational leadership towards the success of small and medium enterprises in Chiang Mai. This research is quantitative research. Data collection was conducted with a questionnaire with 400 entrepreneurs of small and medium enterprises in Chiang Mai province. Data were analyzed

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³ อาจารย์ประจำภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

¹ Master's Student, Master of Business Administration, Program Business Administration, Chiang Mai Rajabhat University

² Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

³ Lecturer, Department of Business Computers, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

by using descriptive statistics to find frequency, percentage, mean, standard deviation. Also, inferential statistics, which is factor analysis, was analyzed for exploratory factor and multiple regression.

The results of the research revealed that most entrepreneurs were female, aged between 31 to 40 years old with a bachelor's degree. Most of them were from small businesses in a service sector with annual income, before deducting expenses, not exceeding 50 million baht, and having more than 5 years business operation as well as having a total number of 1-5 employees (including business owners).

The results of the study on innovation management skills found that entrepreneurs focused on the second factor (new processes). And the success of the enterprise, entrepreneurs focused on the achievement of business goals that had been set.

The results of testing the influence of innovation management skills of entrepreneurs found that there were 3 factors that had a positive influence. to the success of small and medium enterprises in Chiang Mai. Can be ranked in order of importance from the most to the least as follows: human capital development, new products, and finding new markets, which can forecast the trend of success of small and medium enterprises in Chiang Mai at 31.10 percent.

Keywords: innovation management skills, the success of small and medium enterprises

ความเป็นมาของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2564 สร้างรายได้ถึง 5,602,743 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวน 12,601,726 คน คิดเป็นร้อยละ 71.86 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการจ้างงานเพียง 4,934,610 คน คิดเป็นร้อยละ 28.14 เท่านั้น ในประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจทั้งสิ้น 3,178,124 แห่ง โดย ร้อยละ 99.57 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.43 เป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

เมื่อพิจารณาเฉพาะในเขตภาคเหนือ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดจำนวน 103,600 แห่ง โดยร้อยละ 99.28 เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 0.72 เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจประเภทบริการ 47,747 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.09 รองลงมาเป็นวิสาหกิจการค้า จำนวน 37,484 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 36.18 และวิสาหกิจการผลิต จำนวน 18,369 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 17.73 ตามลำดับ ทั้งนี้สามารถสร้างรายได้ 143,260 ล้านบาท และเกิดการจ้างงาน 353,425

คน ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จึงถือเป็นแหล่งของ การจ้างงาน แหล่งของการกระจายรายได้ แหล่งแปรรูปสินค้า และเสียภาษี ให้กับภาครัฐ ที่เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ และแนวคิดใหม่ๆ ขณะเดียวกันจังหวัดเชียงใหม่ก็มีจำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ประสบความสำเร็จมากที่สุด ในเขตภาคเหนือเช่นกัน ระหว่างปี พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2565 มีจำนวนวิสาหกิจที่ปิดกิจการจำนวน 3,889 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) สืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และปัญหา ของความผันผวนทางเศรษฐกิจที่ประเทศไทย กำลังเผชิญอยู่ สาเหตุหลักที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ประสบความสำเร็จจนต้องปิดกิจการ นั่นคือ การปรับตัวของผู้ประกอบการ

จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับตัวของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำพาธุรกิจให้สามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ ผู้ประกอบการควรมีการปรับตัวที่จะยอมรับและจัดการที่จะนำเอานวัตกรรมมาปรับใช้ในธุรกิจของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปัจจุบันนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจ เพื่อช่วยให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจดีขึ้น เช่น

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการตลาดจากรูปแบบเดิมการตลาดออฟไลน์ (Offline Marketing) เปลี่ยนเป็นการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ซึ่งจะช่วยให้นักค้าตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น ด้วยการทำการตลาดผ่านการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Instagram ตลอดจนการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee และ Lazada เป็นต้น ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถปรับตัวด้วยการเปิดใจยอมรับนวัตกรรม และนำเอานวัตกรรมมาปรับใช้แทนที่กระบวนการทำงานแบบเดิมจะสามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถึงแม้ว่าจะเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงก็ตาม

ดังนั้น ทักษะการจัดการนวัตกรรม จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการ สำหรับการสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ (นาวา มาสวนจิก, ปิยะวรรณ ยางคำ, พรวิดี รักษาศรี, กชนิภา วานิชกิตติกุล และอัจฉรพร เฉลิมชิต, 2562) ถึงแม้ว่าจะมีการศึกษาด้านทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จกันอย่างกว้างขวาง แต่ก็ยังมีบทสรุปที่ไม่ชัดเจน โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

ประเด็นแรก ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ มีทั้งปัจจัย และประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง ยกตัวอย่าง เช่น การศึกษาของ วารุณี กุลรัตน์วิจิตร (2560) พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ มี 1 ปัจจัยเท่านั้น คือ ปัจจัยการพัฒนาทุนมนุษย์ ในขณะที่ ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล (2555) พบว่า มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และปัจจัยด้านการบริการใหม่ แต่ผลการศึกษาของ ศิริรญา สันติภานุโสภณ (2562) กลับพบว่า มี 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ ปัจจัยด้านการตลาดใหม่ และปัจจัยด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจ เป็นต้น

ประเด็นที่สอง ความไม่สอดคล้องกันของผลการศึกษาทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ยกตัวอย่าง เช่น ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ โดย สุพัตรา ปรานี, ธนพล ก่อฐานะ, กุญชรย์ คำชาย และ บัณฑิต ผังนิรันดร์ (2561); นาวา มาสวนจิก และ คณะ (2562); ศิริรญา สันติภานุโสภณ (2562); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); กัลยารัตน์ วีระธนชัยกุล (2563); ปรียาพรรณ พุ่มระหงษ์ (2563); สุวิมล มธุรส (2563) และฐาภา อานุสรณ์

พานิชกุล (2563) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในขณะที่ ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล (2555) และ วารุณี กุลรัตน์วิจิตร (2560) กลับพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และปัจจัยด้านการบริการใหม่ โดย ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล (2555); สุพัตรา ปรานี และ คณะ (2561); นาวา มาสวนจิก และ คณะ (2562); กัลยารัตน์ วีระธนชัยกุล (2563) และ สุวิมล มธุรส (2563) พบว่า ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในทางตรงกันข้าม วารุณี กุลรัตน์วิจิตร (2560) พบว่า ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เป็นต้น

ประเด็นที่สาม ยังมีข้อถกเถียงกันถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจ นักวิชาการ ได้นำเสนอเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความสำเร็จไว้แตกต่างกัน สามารถแยกเป็น 2 วิธี คือ การพิจารณาจากศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ และการพิจารณาจากผลการดำเนินงานของธุรกิจ แต่ก็ยังมีบทสรุป ที่ไม่ชัดเจนว่าจะใช้วิธีการใดในการวัดค่าความสำเร็จที่แน่นอน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการ มี 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านกระบวนการทำงานใหม่ ด้านการบริการใหม่ ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ด้านการตลาดใหม่ และด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ส่วนความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้ผลการดำเนินงานของธุรกิจทางด้านเศรษฐกิจเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ประกอบด้วย ยอดขายที่เพิ่มขึ้น กำไรที่เพิ่มขึ้น และจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นปัจจัยเชิงปริมาณที่สามารถวัดค่าความสำเร็จออกมาเป็นตัวเลขได้ ทำให้มองเห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด

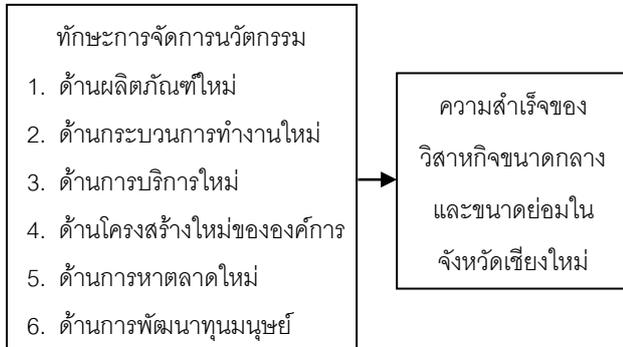
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของทักษะการจัดการนวัตกรรม และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H₁) : อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจสามารถรวบรวมข้อมูล มีการคิดวิเคราะห์และวางแผน เพื่อที่จะดำเนินการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา โดยการนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น ทุน ที่ดิน แรงงาน และเทคนิคการบริหารจัดการมาดำเนินงานด้วยวิธีที่สร้างสรรค์นำเสนอการขายในตลาดเพื่อหวังผลกำไรและพร้อมที่จะยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจของตน ดังที่ กนกกาญจน์ อวีรุตม์ (2561) ศึกษาไว้ว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่มีความคิดริเริ่มในการประกอบธุรกิจหรือมองเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ ทั้งการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตใหม่ให้ดีกว่าเดิม และมีการประยุกต์ใช้ความรู้และความสามารถของตนเองในการบริหารจัดการ ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาช่วยในการวางแผนและดำเนินการจัดการ บริหารพัฒนาธุรกิจ โดยผู้ประกอบการนั้นต้องสามารถแบกรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจ มุ่งเน้นความสำเร็จของธุรกิจในลักษณะของผลกำไรและความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ

2. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่าความสำเร็จของธุรกิจ คือ การบรรลุผลของเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายหนึ่งๆ ของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจที่สามารถวัดค่าเป็นตัวเลขได้ชัดเจน เช่น ผลกำไร ยอดขาย

จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และไม่สามารถวัดค่าเป็นตัวเลขได้ชัดเจน เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า เจ้าของกิจการ รวมถึงคู่แข่ง และการเรียนรู้และเติบโตของธุรกิจ โดยงานวิจัยครั้งนี้ ใช้การวัดค่าความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ตามแนวคิดของ เฟรเซอร์ (Frese, 2000) ที่วัดความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากข้อมูลทางธุรกิจ ได้แก่ ผลกำไร ยอดขาย และจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง เนื่องจากเป็นปัจจัยเชิงปริมาณที่สามารถวัดค่าความสำเร็จออกมาเป็นตัวเลขได้ และทำให้มองเห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด

3. แนวคิดเกี่ยวกับทักษะการจัดการนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่าทักษะการจัดการนวัตกรรม หมายถึง การบริหารจัดการทางด้านความคิดและกระบวนการใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือการพัฒนาต่อยอดจากของเดิมให้ดีขึ้น และเมื่อนำมาใช้สามารถทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตามแนวคิดของ Zhao (2006) ที่ให้ความหมายของทักษะการจัดการนวัตกรรมไว้ว่า เป็นความสามารถของบุคคลในการใช้เทคโนโลยีที่สามารถเรียนรู้ อบรมและพัฒนาได้ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจทุกภาคส่วน เพื่อการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ซึ่งประกอบ ด้วยทักษะการจัดการนวัตกรรม 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) คือ การคิดค้น ปรับปรุง วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือเกิดเป็นสิ่งใหม่ สร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

2) ด้านกระบวนการใหม่ (New process) คือ การนำเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่มาปรับปรุงและพัฒนาวิธีการผลิตการดำเนินงาน และการบริหาร เพื่อลดต้นทุน ลดขั้นตอน และเพิ่มประสิทธิภาพ

3) ด้านการบริการใหม่ (New service) คือ การนำความคิดและแนวทางใหม่ มาใช้ในการสร้างการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งการรักษาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

4) ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร (New form of organization) คือ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาปรับปรุงโครงสร้างองค์กรใหม่ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

5) ด้านการหาตลาดใหม่ (New markets) คือ การพัฒนาวิธีการทำการตลาด โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้

6) ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human capital development) คือ การพัฒนาความรู้ ทักษะและความสามารถให้กับบุคลากร โดยการนำวิธีการใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการพัฒนาปรับปรุงให้เกิดความชำนาญ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ

วิธีดำเนินงานวิจัย

1. ประชากร คือ วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 103,600 แห่ง

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรตามแนวคิดของ Yamane (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมมาและได้พัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นข้อคำถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามแบบตัวเลือก (Check list question)

ส่วนที่ 2-3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของวิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม เป็นข้อคำถามแบบมาตราวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

มีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ราย ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ที่คำนวณได้อยู่ระหว่าง 0.8-1.00 คะแนน ซึ่งสูงกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม แสดงว่า ข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถนำไปใช้ได้ (ลิน พันธุ์พินิจ, 2551) และได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยได้นำแบบสอบถามออกไปทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) โดยมีผลการวิเคราะห์ ด้านทักษะการจัดการนวัตกรรมเท่ากับ 0.914 และ ด้านความสำเร็จ เท่ากับ 0.863 ซึ่งทั้ง 2 ด้านมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่า อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978 อ้างถึงใน George and Mallery, 2003)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional study)

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการทดสอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และสมมติฐานที่ 1 (H_1) : อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่ แสดง 3 ลำดับแรก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	ลำดับ 1 (ร้อยละ)	ลำดับ 2 (ร้อยละ)	ลำดับ 3 (ร้อยละ)
เพศ	หญิง (56.50)	ชาย (43.50)	-
อายุ	31-40 ปี (34.75)	41-50 ปี (20.50)	51-60 ปี (19.25)
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี (48.75)	อนุปริญญา (ปวส.) (19.25)	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (13.75)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	ลำดับ 1 (ร้อยละ)	ลำดับ 2 (ร้อยละ)	ลำดับ 3 (ร้อยละ)
ประเภทและขนาดของธุรกิจ	ภาคการบริการ (41.75)	ภาคการค้า (31.50)	ภาคการผลิต (26.75)
- ภาคการบริการ	รายย่อยและขนาดย่อม (40.25)	ขนาดกลาง (1.50)	-
- ภาคการค้า	รายย่อยและขนาดย่อม (30.25)	ขนาดกลาง (1.25)	-
- ภาคการผลิต	รายย่อยและขนาดย่อม (25.75)	ขนาดกลาง (1.00)	-
ระยะเวลา	มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป (48.80)	ตั้งแต่ 1 - 5 ปี (43.20)	ไม่เกิน 1 ปี (8.00)
จำนวนพนักงาน	1-5 คน (74.80)	6-30 คน (22.20)	31-100 คน (2.00)

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.75 ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในภาคบริการ คิดเป็นร้อยละ 41.75 โดยเป็นธุรกิจภาคบริการรายย่อยและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 40.25 ภาคการค้ารายย่อยและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 30.25 และภาคการผลิตรายย่อยและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 25.75 มีระยะเวลาในการประกอบกิจการมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48.80 และมีจำนวนพนักงานทั้งหมด 1-5 คน คิดเป็นร้อยละ 74.80

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของทักษะการดำเนินงานนวัตกรรม และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของทักษะการดำเนินงานนวัตกรรม

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะการจัดการนวัตกรรม

ทักษะการจัดการนวัตกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่	3.72	0.756	สำคัญมาก
2. ด้านกระบวนการใหม่	3.97	0.721	สำคัญมาก
3. ด้านการบริการใหม่	3.93	0.736	สำคัญมาก
4. ด้านโครงสร้างใหม่	3.72	0.779	สำคัญมาก
5. ด้านการตลาดใหม่	3.60	0.832	สำคัญมาก
6. ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์	3.77	0.719	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77	0.772	สำคัญมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า จากภาพรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลของทักษะการจัดการนวัตกรรม ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก แสดงว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ (\bar{X} = 3.77, S.D.= 0.772) สามารถเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ด้านกระบวนการใหม่ (New process) (\bar{X} = 3.97, S.D.= 0.721) รองลงมา คือ ด้านการบริการใหม่ (New service) (\bar{X} = 3.93, S.D.= 0.736) และน้อยที่สุด คือ ด้านการตลาดใหม่ (New markets) (\bar{X} = 3.60, S.D.= 0.832)

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ

ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ธุรกิจของท่านมีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.59	0.680	สำคัญมาก
2. ธุรกิจของท่านมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.76	0.636	สำคัญมาก
3. ธุรกิจของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.74	0.676	สำคัญมาก
4. ธุรกิจของท่านได้บรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่ท่านได้ตั้งไว้	3.80	0.650	สำคัญมาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
5. ท่านรู้สึกพึงพอใจในความสำเร็จ ของกิจการ	3.70	0.694	สำคัญมาก
รวม	3.72	0.671	สำคัญมาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่
ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.72$,
S.D.= 0.671) ต่อความสำเร็จของกิจการ เมื่อพิจารณารายชื่อ
สามารถเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด
ได้ดังนี้ ธุรกิจของท่านได้บรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่
ท่านได้ตั้งไว้ ($\bar{X} = 3.80$, S.D.= 0.650) รองลงมา คือ ธุรกิจ
ของท่านมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.76$,
S.D.= 0.636) และน้อยที่สุด คือ ธุรกิจของท่านมีกำไรเพิ่มขึ้น
อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.59$, S.D.= 0.680)

**3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของทักษะการ
จัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
จังหวัดเชียงใหม่** ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 2 โดยใช้
เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory factor
analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็น
ขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ขั้นตอนที่ 1 การจัดกลุ่มปัจจัยทักษะการจัดการ
นวัตกรรม ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ
(Exploratory Factor Analysis)

ตารางที่ 4 แสดงค่าแปรปรวนของปัจจัย ค่าน้ำหนักปัจจัย
และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคของปัจจัย
ทักษะการจัดการนวัตกรรม

ทักษะการจัดการนวัตกรรม	ค่า น้ำหนัก	ค่า แปรปรวน	ความ เชื่อมั่น
1. ปัจจัยที่ 1 ด้านโครงสร้างใหม่		27.031	0.702
1.1 กิจการสามารถกระจายอำนาจ ให้แก่บุคลากรตามโครงสร้างการ บริหารงานใหม่	0.974		

ตารางที่ 4 (ต่อ)

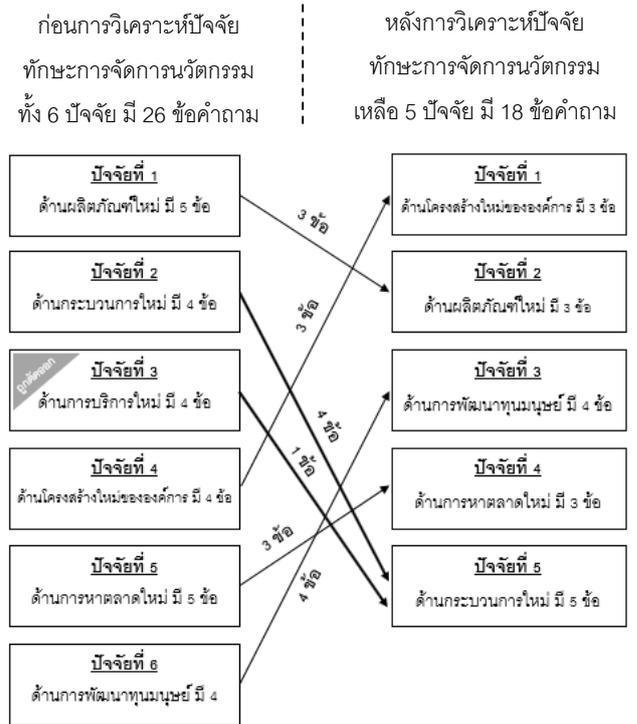
ทักษะการจัดการนวัตกรรม	ค่า น้ำหนัก	ค่า แปรปรวน	ความ เชื่อมั่น
1.2 กิจการสามารถปรับลดขนาด องค์กรเพื่อความสะดวกต่อการ บริหารงานภายในองค์กร	0.563		
1.3 กิจการสามารถปรับเปลี่ยน โครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลง	0.532		
2. ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่		12.746	0.716
2.1 กิจการสามารถนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม	0.894		
2.2 กิจการสามารถพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง จากคู่แข่งอย่างชัดเจน	0.711		
2.3 กิจการสามารถพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีในตลาดมาก่อน	0.515		
3. ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์		9.384	0.750
3.1 กิจการสามารถส่งเสริมบุคลากร ให้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่	0.775		
3.2 กิจการเน้นการพัฒนาความรู้ และทักษะของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวให้ทันต่อการ เปลี่ยนแปลง	0.761		
3.3 กิจการสามารถเปิดโอกาสให้ บุคลากรได้เรียนรู้ในการทำงานข้ามสาย งานเพื่อปฏิบัติงานได้หลากหลาย	0.580		
3.4 กิจการมีการพัฒนาความรู้และ ทักษะของบุคลากรได้อย่างรวดเร็วเมื่อมี การนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในธุรกิจ	0.494		
4. ปัจจัยที่ 4 ด้านการตลาดใหม่		12.746	0.716
4.1 กิจการเก็บรวบรวมข้อมูลทาง การตลาดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่	0.894		
4.2 กิจการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ใหม่เพื่อตอบสนองตลาดใหม่ได้รวดเร็ว กว่าคู่แข่ง	0.711		
4.3 กิจการเปิดโอกาสรับฟังความ คิดเห็นของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อ นำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	0.515		

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ทักษะการจัดการนวัตกรรม	ค่า น้ำหนัก	ค่า แปรปรวน	ความ เชื่อมั่น
5. ปัจจัยที่ 5 ด้านกระบวนการใหม่		6.124	0.713
5.1 กิจการสามารถนำเทคนิคและวิธีการปฏิบัติ งานใหม่มาปรับใช้ในกระบวนการผลิต	0.816		
5.2 กิจการสามารถลดขั้นตอนกระบวนการทำงาน เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว	0.636		
5.3 กิจการสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตและกระดำเนิงานให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า	0.624		
5.4 กิจการสามารถนำเสนอบริการใหม่ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	0.450		
5.5 กิจการสามารถนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย	0.389		
รวม		62.652	

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่า Factor Loading มีค่าระหว่าง 0.3 - 0.9 ตามเกณฑ์ของ แฮร์, แอนเดอร์สัน, เทแฮม และแบล็ค (Hair, Anderson, Tatham and Black, 2003) ค่าน้ำหนักปัจจัยควรมีค่าตั้งแต่ 0.25 ขึ้นไป หากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามที่ได้จากการวิเคราะห์มีความเหมาะสมที่จะอยู่ในปัจจัยเดียวกัน ซึ่งค่า Factor Loading ของทักษะการจัดการนวัตกรรมใหม่ทั้ง 5 ด้าน มีค่ามากกว่า 0.25 ตามเกณฑ์ โดยสามารถวัดค่าความแปรปรวนทั้งหมด ได้เท่ากับ 62.652

ภายหลังจากการวิเคราะห์ทั้ง 26 ข้อคำถาม ของปัจจัยทักษะการจัดการนวัตกรรมทั้ง 6 ปัจจัย มีข้อคำถามที่สามารถนำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 18 ข้อคำถาม ใน 5 ปัจจัย แสดงไว้ใน ภาพที่ 2 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 การจัดกลุ่มปัจจัยทักษะการจัดการนวัตกรรม

ข้อคำถามที่ถูกตัดออก จำนวน 8 ข้อคำถาม เนื่องจากค่าสถิติของข้อคำถามเหล่านั้นไม่สัมพันธ์กับปัจจัยใดเลยจึงไม่สามารถนำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเป็นแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรอิสระ คือ ทักษะการจัดการนวัตกรรมทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ปัจจัยที่ 4 ด้านการตลาดใหม่ และปัจจัยที่ 5 ด้านกระบวนการใหม่ โดยใช้ค่าคะแนนปัจจัย (Factor score) ที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยมาใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรตาม คือ ความ สำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยในครั้งนี้เลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีเงื่อนไข 2 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูล

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูลของ ทักษะการจัดการนวัตกรรม

Tests of Normality			
Factor	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
1. ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์การ	0.199	400	0.200
2. ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่	0.160	400	0.200
3. ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์	0.379	400	0.170
4. ด้านการหาตลาดใหม่	0.265	400	0.200
5. ด้านกระบวนการใหม่	0.381	400	0.200

จากตารางที่ 5 การทดสอบการแจกแจงของข้อมูลด้วยค่าสถิติ Kolmogorov-Smirnov^a เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 50 ตัวอย่างขึ้นไป พบว่า ข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นเส้นโค้งปกติ สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณได้

2) ผลการทดสอบ Multicollinearity

ตารางที่ 6 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยทักษะการจัดการนวัตกรรม

ทักษะการจัดการนวัตกรรม					
Factor	ปัจจัยที่ 1	ปัจจัยที่ 2	ปัจจัยที่ 3	ปัจจัยที่ 4	ปัจจัยที่ 5
ปัจจัยที่ 1 ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์การ	1.000				
ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่	0.159	1.000			
ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์	0.225	0.092	1.000		
ปัจจัยที่ 4 ด้านการหาตลาดใหม่	0.016	0.264	0.131	1.000	
ปัจจัยที่ 5 ด้านกระบวนการใหม่	0.183	0.217	0.122	0.293	1.000

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง 5 น้อยกว่า 0.3 ทุกคู่ปัจจัย โดยยูทอ ไกรวรรณ (2556) กล่าวว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยน้อยกว่า 0.30 จะไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

3) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน

ตารางที่ 7 แสดงปัจจัยของทักษะการจัดการนวัตกรรมของ ผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์การ ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน

ทักษะการจัดการนวัตกรรม	B	Std. Error	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	18.585	0.107	173.287	.000**
ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์	0.837	0.128	6.557	.000**
ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่	0.422	0.140	3.020	.003**
ปัจจัยที่ 4 ด้านการหาตลาดใหม่	0.354	0.135	2.628	.009**
R = 0.566 Adjusted R ² = 0.311 F = 6.909				
R ² = 0.317 Std. Error of the Estimate = 2.145				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ มี 3 ปัจจัย โดยมีความสำคัญเรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ (B=0.837, Sig=0.000) ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ (B=0.422, Sig=0.003) และปัจจัยที่ 4 ด้านการหาตลาดใหม่ (B=0.354, Sig=0.009) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถร่วมกันพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 31.10 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ผู้ประกอบการมีทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการหาตลาดใหม่เพิ่มมากขึ้น ยังมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จมากขึ้น สามารถตอบสมมติฐานที่ 1 (H₁): ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ได้ว่า "สนับสนุนเป็นบางส่วน"

อภิปรายผล

ผลการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยและการทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมนั้น มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ทักษะการจัดการนวัตกรรมที่สำคัญ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงลำดับความสำคัญ ได้ดังนี้

1.1 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ จากผลการวิจัย พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ยิ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ วารุณี กุลรัตนาวิจิตรา (2560); นาวา มาสวณจิก และ คณะ (2562); ศิริินภา สันติภาณุโสภณ (2562); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) และ ปรียาพรพน พุ่มระหงษ์ (2563) ที่ค้นพบว่า การพัฒนาศักยภาพด้านทุนมนุษย์ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ เนื่องจาก การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ เพราะหากผู้ประกอบการ มีบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ยิ่งช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น

1.2 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ จากผลการวิจัย พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ยิ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ ฉัตรแก้ว ฮาตระวัง (2555); นาวา มาสวณจิก และ คณะ (2560); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); ปรียาพรพน พุ่มระหงษ์ (2563) และ สุวิมล มธุรส (2563) ที่ค้นพบในลักษณะเดียวกัน โดยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ เนื่องจาก การจัดการนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการสร้างสิ่งใหม่หรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็น

เครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ตัวสินค้าหรือบริการให้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งชั้น เมื่อสินค้ามีคุณภาพ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ยิ่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น

1.3 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการตลาดใหม่ จากผลการวิจัย พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการตลาดใหม่ ยิ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ สุพัตรา ปราณี และ คณะ (2561); นาวา มาสวณจิก และ คณะ (2562); ศิริินภา สันติภาณุโสภณ (2562); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) และ ปรียาพรพน พุ่มระหงษ์ (2563) ที่ค้นพบในลักษณะเดียวกัน โดยพบว่า การตลาดใหม่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากการตลาดใหม่หรือหากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีความต้องการในตัวสินค้า มีผลกระทบโดยตรงต่อความอยู่รอดของธุรกิจและเพื่อจะได้เปรียบในการแข่งขัน จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องหาตลาดใหม่เพื่อให้ได้ซึ่งผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ยิ่งผู้ประกอบการแสวงหาตลาดใหม่เพิ่มมากขึ้น ยิ่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น

2. ทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ไม่สำคัญสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

2.1 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ไม่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ วารุณี กุลรัตนาวิจิตรา (2560) และ กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) ที่ค้นพบในลักษณะเดียวกัน โดยพบว่า ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาของ วารุณี กุลรัตนาวิจิตรา (2560) และ กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) ได้ทำการทดสอบกับกลุ่มวิสาหกิจภาคบริการ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการทดสอบกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจภาคบริการ เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 41.75

2.2 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านกระบวนการใหม่ จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านกระบวนการใหม่ ไม่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล (2555) ที่พบว่า ด้านกระบวนการทำงานใหม่ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งได้ทำการทดสอบกับสถานประกอบการขึ้นส่วนยานยนต์ไทย (วิสาหกิจภาคการผลิต) และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ วารุณี กุลรัตน์วิจิตร (2560) ที่พบว่า ด้านกระบวนการทำงานใหม่ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งได้ทำการทดสอบกับกลุ่มวิสาหกิจภาคบริการ ในขณะที่การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ทำการทดสอบกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ประกอบด้วย ภาคการบริการ ภาคการค้า และภาคการผลิตและการเกษตร เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 3 ส่วน ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ จากผลการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรม (มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่) ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อเสนอแนะด้านการปฏิบัติ

2.1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ที่ต้องการจะประสบความสำเร็จภายใต้สถานการณ์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับตัวของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องยอมรับและนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในธุรกิจของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยที่ทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ

สำคัญ คือ ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่

2.2 ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่แก่ผู้ประกอบการ ทั้งนี้จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นแล้วว่าทักษะการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาพื้นที่อื่นด้วย เช่น จังหวัดอื่นๆ หรือในภาคอื่นๆ เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบและตรวจสอบกับผลการวิจัยในครั้งนี้ ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะทักษะการจัดการนวัตกรรมเท่านั้น ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ยังมีตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เช่น ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และปัจจัยด้านการขนส่ง เป็นต้น ดังนั้นควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนกกาญจน์ อวิรุตม์. (2561). *คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.

กัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล. (2563). *รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยเหตุและผลของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการของประเทศไทย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล. (2555). *การจัดการนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของสถานประกอบการขึ้นส่วนยานยนต์ไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.
- ฐาภา อนุสรณ์พาณิชย์กุล. (2563). รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการจัดการนวัตกรรมที่มีผลต่อความสำเร็จวิสาหกิจชุมชน ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 9(2), 14-25.
- นาวา มาสวนจิก, ปิยะวรรณ ยางคำ, พรวิทย์ รักษาศรี, กษนิภา วาณิชกิตติกุล และอัจฉรพร เฉลิมขิต. (2562). รายงานการวิจัยเรื่อง การจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ปรียาพรรณ พุ่มระหงส์. (2563). นวัตกรรมจัดการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ. *วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์*, 3(2), 105-124.
- ยุทธ ไกรวรรณ. (2556). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วารุณี กุศลรัตนวิจิตร. (2560). *ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริภา สันติภาณุโสภณ. (2562). *แนวทางการจัดการนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดโลก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานสถานการณ์ SME ไตรมาส ที่ 2 ปี 2565. หน่วยงานส่งเสริม SME*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).
- สิน พันธุ์พินิจ. (2551). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สุดารัตน์ พิมพ์รัตนกานต์. (2562). *ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี.
- สุพัทธา ปราณี่, ธนพล ก่อฐานะ, กุญชรีย์ คำชาย และบัณฑิต ผังนรินทร์. (2561). นวัตกรรมจัดการและศักยภาพเชิงพลวัตที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ธุรกิจก่อสร้าง. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 11(3), 123-133.
- สุวิมล มธุรส. (2563). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- Frese, M. (2000). *Success and failure of micro business owners in Africa: A psychological approach*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2003). *Multivariate data analysis*. (5th ed.). Pearson Education, India.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update*. (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.
- Zhao, F. (2006). *Entrepreneurship and Innovations in E-Business: An integrative perspective*. Hershey, PA: Idea Group.

การสร้างคุณค่าเพื่อการฟื้นตัวสู่สภาวะปกติของอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยวในประเทศไทย

The Value Creation for Adaptation of Hospitality and Tourism Industry of Thailand

ระชานนท์ ทวีผล¹Rachanon Taweephol¹

Corresponding Author's Email: mr.bozo@msn.com

(Received: March 31, 2023; Revised: June 19, 2023; Accepted: June 20, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและจุดเด่นของการสร้างคุณค่าและความประทับใจของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวไทย 2) เสนอแนวทางการประยุกต์การสร้างคุณค่าของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ร่วมกับเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการจัดเสวนากลุ่ม (Focus group discussion) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นคณาจารย์ในด้านการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จำนวนทั้งหมด 14 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) นำเสนอจุดเด่นที่มีความเป็นไทยแท้ที่อยู่ในรากฐานวัฒนธรรมของชาติ เพื่อสร้างความแตกต่างด้านกิจกรรม ด้านสถานที่ และด้านผู้ให้บริการ เพื่อสร้างการบอกต่อแบบปากต่อปากและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และ 2) การสร้างคุณค่าด้วยการใช้อำนาจละมุนแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวผ่านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวท้องถิ่น รวมทั้งการคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ และการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและอำนวยความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การสร้างคุณค่า การฟื้นตัว อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research aimed to 1) study the context of the strengths, value creation, and impressions of the service industry and tourism in Thailand.; 2) propose to the application of value creation in the service industry and tourism in Thailand. It is qualitative research using the content analysis methodology. Data was collected through in-depth interviews and focus group discussions. The key respondents are a group of lecturer of Tourism, hotel and event management, public and private agencies, totaling 14 people. The study's findings revealed that: 1) presenting the strengths of authentic Thai that is in the roots of the nation's culture to make a difference in activities, locations and service providers to create word-of-mouth and impress tourists; and 2) creating value by using soft power for tourists through local tourism resources Including taking into account the sustainability of the environment in business operations and applying the information technology to disseminate information and facilitate travel.

Keywords: value creation, adaptation, hospitality and tourism

ความเป็นมาของปัญหา

จุดเริ่มต้นของวิกฤตการณ์ของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 (COVID19) จากเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก โดย องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO)

ได้กำหนดมาตรการทางสาธารณสุขสำหรับประชาคมโลก ไม่ว่าจะเป็นการจำกัดการเดินทาง การไม่อนุญาตให้ออกจาก สถานะสถานเวลา ค่ำคืน การยกเลิกการจัดงานรื่นเริง การปิด สถานศึกษา และการใช้มาตรการคัดกรองตามท่าอากาศยาน และสถานีรถไฟ รวมทั้งการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Lecturer, Hotel Management Department, Faculty of Management Science, Silpakorn University

ไปยังภูมิภาคที่มีการแพร่เชื้อในระดับประชาคม (UNESCO, 2022) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่เกิดขึ้นยังส่งผลต่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวทั่วโลก รวมทั้งกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมดต้องสูญเสียรายได้ และผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ มีหลายรายตัดสินใจยุติกิจการเป็นเป็นการชั่วคราว วิจัยกรุงศรี (2565) ได้พยากรณ์ภาพรวมของธุรกิจโรงแรมในปี พ.ศ. 2565 – 2566 สามารถทยอยฟื้นตัว ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 4 ปี เพื่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาเท่ากับช่วงก่อนการแพร่ระบาด ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยกลับเป็นกลุ่มที่มีโอกาสฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการนำวัคซีนมาใช้อย่างแพร่หลายมีช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นตามลำดับ สำหรับการจัดประชุมและงานอีเวนต์ ช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2564 พบว่า จำนวนชาวต่างชาติลดลงประมาณร้อยละ 90 เมื่อเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2563 ส่งผลกระทบต่อรายได้การจัดงานและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามไปด้วย อีกทั้งกลุ่มผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานให้เป็นแบบผสมผสานระหว่างการจัดงานในพื้นที่จริง ร่วมกับการจัดงานแบบออนไลน์ หรือการจัดงานในพื้นที่ขนาดเล็ก เพื่อสามารถควบคุมความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง ภายใต้มาตรฐานวิถีชีวิตใหม่หลังวิกฤตโควิด-19 โดยกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวทุกประเภทควรเร่งปรับตัวเพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ในส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยังคงเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้ประกอบการ จากอดีตที่รูปแบบการเดินทางให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก (Volume-based tourism) สูการปรับเปลี่ยนในช่วงการแพร่ระบาดให้กลายเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญ หรือเป็นการเน้นคุณค่า (Value-based tourism) ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่น่าจดจำระหว่างการเดินทาง ในขณะที่ทิศทางของธุรกิจโรงแรมทั้งในด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวยังคงต้องเผชิญกับความต้องการหลากหลายที่เฉพาะเจาะจง (Niche market) มากขึ้น รวมถึงประสบการณ์ยังคงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะความเป็นส่วนตัวและประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร ทั้งนี้ การเลือกแหล่งท่องเที่ยว ที่พักผ่อน และสถานที่จัดงานประชุม ยังคงมีความเกี่ยวข้องกับรสนิยมของ

กลุ่มคนที่ต้องการหลีกเลี่ยงการทำงานภายในสำนักงานสู่การทำงานนอกสถานที่ (Remote work trend) นับว่าเป็นการผสมผสานระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวกับการทำงานไว้ในเวลาเดียวกัน (EHL Insights, 2022; SiteMinder, 2022) เช่น กลุ่มคนที่มีรูปแบบการทำงานไปด้วยและท่องเที่ยวไปด้วย (Workcation) กลุ่มคนที่ท่องเที่ยวใกล้และแวกบ้าน (Staycation) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาทำธุรกิจและผนวกรวมกิจกรรมท่องเที่ยวเข้าไปด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียว (Solo traveler) เป็นต้น เช่นเดียวกับทวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังสิ้นสุดการแพร่ระบาดของ กมลมาลย์ แจ็งล้อม และ ปุณญญาภรณ์ ตันติปิฎก (2565) อธิบายว่า พฤติกรรมเฉพาะบุคคลมีความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้เกิดความแตกต่าง อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นประชากรช่วง Baby boomer เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งศาสนาและพิธีกรรม ชอบที่พักแรมใกล้กับแหล่งธรรมชาติ และต้องการความเป็นส่วนตัว รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวสายเทศกาล คอนเสิร์ต และงานวิ่งมาราธอน เป็นประชากร Gen Y และ Gen Z ชอบที่พักแรมที่มีสไตล์การตกแต่งงดงามและต้องอยู่ใจกลางเมือง สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้สะดวก กลุ่มนี้ยังต้องการความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยน รวมทั้งยังเป็นกลุ่มคู่รัก LGBTQA+ เลือที่พักระดับแรมประเภท 4 – 5 ดาว ที่มีความหรูหรา ตลอดจนยังเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน พร้อมกับการทำธุรกิจหรือการเข้าร่วมประชุมสำคัญขององค์กร เช่นเดียวกับงานวิจัยของ กฤติเดช อนันต์ (2561) อธิบายว่า หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการควรร่วมมือกันสร้างคุณค่าในพื้นที่ ผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ผนวกเข้ากับกับสินค้าและบริการประเภทต่างๆ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวด้วยภาพจำที่ดี และกลายเป็นความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในที่สุด

นอกจากนี้ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยังเป็นกุญแจสำคัญของกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างนักท่องเที่ยวในฐานะผู้รับบริการกับพนักงานที่เป็นผู้ให้บริการในกรณีที่รูปแบบการบริการถูกปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้าเพื่อการบริโภคมากขึ้น ทางผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละประเภทต้องนำเสนอความแตกต่างของสินค้าและบริการที่กำลังส่งมอบ พิจารณาถึงประสบการณ์ความสำเร็จไปแล้วหรือล้มเหลว โดยกระบวนการส่งมอบประสบการณ์

เหล่านั้นต้องเป็นสิ่งที่ไม่ธรรมดาและยังคงอยู่ในความทรงจำระยะยาว อีกทั้งแนวคิดในลักษณะดังกล่าวยังมีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าเฉพาะเจาะจง ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจและการจดจำของนักท่องเที่ยว (Ketter, 2018) อีกทั้งประสบการณ์ยังเป็นก่อให้เกิดการสร้างความแตกต่างและ การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน สิ่งที่ผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจควรเริ่มทำความเข้าใจในประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ย่อมเกิดผลดีต่อการกำหนดวิสัยทัศน์การบริการของธุรกิจในอนาคตที่มั่นคง หรือการกล้าเผชิญความเสี่ยงที่น้อยลง (Tasci and Milman, 2019) ยิ่งไปกว่านั้น Goleman and Davidson (2017) ยังได้อธิบายว่า การออกแบบประสบการณ์สามารถพัฒนาได้จากวิธีการให้บริการของพนักงานที่มียืดหยุ่นตามสถานการณ์ (Flexible operation) ส่งเสริมการใช้ทักษะความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence: EQ) ความฉลาดเชิงวัฒนธรรม (Cultural Intelligence: CQ) และความฉลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Intelligence: ExQ) ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบรายบุคคลให้มากยิ่งขึ้น (Personalization)

อย่างไรก็ตามการสร้างคุณค่าด้วยประสบการณ์ยังเป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ในระบบบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกมากขึ้นในยุคที่ประชากรรุ่นใหม่นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารเป็นปัจจัยลำดับที่ 5 ในการดำรงชีพ (Kandampully, Bilgihan and Amer, 2022) รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ความยั่งยืนผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดแบบรวมสมัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละแพลตฟอร์มยอดนิยมต่างๆ (Salem, Elbaz, Al-Alawi, Alkathiri, and Rashwan, 2022; Horng, Liu, Chou, Yu, and Hu, 2022) รวมทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการข้อมูลทางการตลาด โดยใช้ Big data มากขึ้น ในฐานะคลังข้อมูลขนาดใหญ่ โดย Guillet and Shi (2019) ได้วิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากความคิดเห็นออนไลน์ที่พรรณนาเกี่ยวกับการเดินทางมาพักผ่อน คุณสมบัติของสื่อสังคมเหล่านี้ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการตลาดสมาชิก (Membership marketing) และการตลาด

แบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth marketing) (Ahani, Nilashi, Ibrahim, Sanzogni, and Weaven, 2019) อย่างไรก็ตามความสำคัญของประสบการณ์ช่วยสร้างความพึงพอใจ ควบคู่กับการเพิ่มอัตราการตัดสินใจซื้อและกลับมาใช้บริการซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (Kim, Cho, and Kim, 2019) ตลอดจนธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวยังสามารถใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมพร้อมกับสื่อมัลติมีเดีย เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการด้วยการสร้างประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร (Ben and Montargot, 2020) ในส่วนของข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (2565) ได้กล่าวถึง สภาพการณ์ของการจัดประชุมและอีเวนต์ในยุคหลังการแพร่ระบาด ได้เริ่มนำคุณค่าและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของประเทศไทยมาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างคุณค่าอย่างสร้างสรรค์ผ่านการออกแบบการจัดงาน ซึ่งยังช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็นไทยจากแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนธุรกิจบริการสนับสนุนของแต่ละภูมิภาค

ตามที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวจากอดีตสู่ปัจจุบัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ไปสู่การท่องเที่ยวแบบอิสระมากขึ้นรวมทั้งสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายในแต่ละพื้นที่ ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะสามารถกลับมาเดินทางทำกิจกรรมการท่องเที่ยวได้แล้วก็ตาม แต่มูลค่ายังคงไม่มากพอกหากเทียบกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นับว่าเป็นความท้าทายครั้งสำคัญของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวต้องปรับตัวด้วยกลยุทธ์และแนวทางใหม่ๆ เพื่อความอยู่รอดทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผ่านมุมมองการสร้างคุณค่า หรือ “Value Creation” ซึ่งจะเป็นแนวทางสำหรับการสร้างความยั่งยืนในหลากหลายมิติ ก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ พนักงาน ชุมชน นักวิชาการ และภาครัฐ ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือในการสร้างคุณค่าร่วมกัน เพื่อกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในบริบทใหม่ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประเด็น “การสร้างคุณค่าเพื่อการ

ปรับตัวของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของจุดเด่นการสร้างคุณค่าและความประทับใจของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวไทย
2. เพื่อเสนอแนวทางการประยุกต์การสร้างคุณค่าของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากมุมมองของกลุ่มคณาจารย์ในด้านการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ ที่มีคุณวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 10 คน หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน และเอกชน จำนวน 2 คน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้นมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 14 คน ซึ่งเป็นการกำหนดคุณสมบัติของการคัดเลือกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการผลิตเนื้อหาและองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในภาคสนามด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มคณาจารย์ ร่วมกับการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ในลักษณะของงานสัมมนาทางวิชาการกับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในชื่องาน “The Art of Value Creation The Next Era of Tourism, Hotel, & Event” มีแนวคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิดสะท้อนความคิดเห็นตามประเด็นปัญหาของการวิจัย ที่ผ่านกระบวนการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ในประเด็นของการร่วมสร้างคุณค่า การสร้างตราสินค้าสถานที่โดยใช้อัตลักษณ์พื้นฐาน และคุณค่าเชิงประสบการณ์ สามารถสรุปข้อคำถามจำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ สำหรับใช้เก็บรวบรวมข้อมูลตามขอบเขตของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 - 2

3. การวิเคราะห์และตีความข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นกระบวนการเทียบเคียงรูปแบบข้อมูล (Pattern matching) เพื่อรวบรวมเอาข้อมูลดิบที่ได้จากแหล่งข้อมูล ทฤษฎีหลักและการวิจัยเอกสารในฐานะชุดความรู้จากแนวคิด ทฤษฎีหลักและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเทียบเคียงกับบทสัมภาษณ์จากการลงภาคสนามให้อยู่ในลักษณะของชุดข้อมูล ตัวอักษรในแต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละข้อ ในลักษณะข้อมูลเชิงพรรณนา จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการลดขนาดข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน และการสร้างบทสรุปผลการศึกษาสำหรับการยืนยัน (จิตพนธ์ ชุมเกต, พิทักษ์ศิริวงศ์ และ ธีระวัฒน์ จันทร์ที, 2565)

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้หลักการของทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Data triangulation) โดยระบุคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม ที่มีความแตกต่างกันทั้งด้านประสบการณ์และทัศนคติ 2) การตรวจสอบความถูกต้องของวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลหลากหลายเทคนิคที่แตกต่างกัน (Method triangulation) เป็นการศึกษาเอกสาร ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อเปรียบข้อค้นพบจากการวิจัยในวัตถุประสงค์แต่ละข้อ 3) การตรวจสอบความถูกต้องของแนวคิดและทฤษฎีที่แตกต่างกัน (Theory triangulation) จากการปรับเปลี่ยนแนวคิดและทฤษฎีที่แตกต่างกันมา เพื่อพิจารณาชุดข้อมูลหรือปรากฏการณ์ในขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อการตีความที่ละเอียดและพบข้อค้นพบในลักษณะของข้อสันนิษฐานชั่วคราว (Thurmond, 2001; Miles and Huberman, 1994)

ผลการวิจัย

1. บริบทของจุดเด่นการสร้างคุณค่าและความประทับใจของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่า สิ่งกระตุ้นในช่วงหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ชะลอตัวมาจากมาตรการผ่อนปรนของภาครัฐสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ “การยกเลิกระบบการลงทะเบียนสำหรับการเดินทางเข้าประเทศไทย หรือที่เรียกว่า

Thailand Pass นักท่องเที่ยวทุกประเทศไม่ต้องกรอกข้อมูลสุขภาพล่วงหน้า” (ศิริภรณ์ เขียวสมุท, 2565) ทำให้จำนวนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในหลายประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงข้อจำกัดหลายอย่าง จึงได้ปรับยุทธศาสตร์ไปสู่การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความยั่งยืน หรือ High-value and Sustainable Tourism ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ 3Rs หรือทิศทางการเปิดประเทศเพื่อพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทยสู่โควิด-19 ประกอบด้วย 1) Reopen ในปี พ.ศ. 2564 เป็นช่วงทดลองเปิดภายใต้นโยบาย Phuket Sandbox 2) Recover ในปี พ.ศ. 2565 เป็นช่วงการเปิดประเทศ นำเสนอคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเหนือกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว และ 3) Resilient ในปี พ.ศ. 2566 - 2570 เป็นช่วงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและความยั่งยืน รวมทั้งการสร้างอุปสงค์ที่ได้รับความร่วมมือ และความช่วยเหลือจากเอกชนทั้งในและต่างประเทศ ในขณะที่การยกระดับอุปทาน ผ่านมิติของการท่องเที่ยวดิจิทัล มิติด้านความปลอดภัย หรือในมิติอื่นๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการและได้ประโยชน์ร่วมกัน โดยเฉพาะการส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) เศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน- เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy: BCG) ของกลุ่มโรงแรม การจัดประชุม และอีเวนต์ ที่มีลักษณะของธุรกิจสีเขียวผ่านการรับรองมาตรฐาน อาทิ โรงแรมสีเขียว (Green hotel) และการจัดประชุมสีเขียว (Green meeting) ตลอดจนการขับเคลื่อนความร่วมมือเป็นเรื่องสำคัญที่สุด ทั้งเรื่องสาธารณสุข วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ซึ่งจะช่วยให้ทำงานร่วมกันได้ตรงใจ ผู้รับบริการและเกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

การสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์ต่างๆ สามารถนำเสนอจุดเด่น (Uniqueness) ที่มีความเป็นของแท้ (Authenticity) เพื่อสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับกิจกรรมท่องเที่ยวหรืองานอีเวนต์ อีกทั้งยังต้องสร้างความน่าสนใจให้กับกิจกรรมท่องเที่ยวและงานอีเวนต์ด้วยการใส่เรื่องเล่าเข้าไป อาทิ การท่องเที่ยวชมเมืองเก่าแบบเดิมๆ ให้หันมาใช้คำที่ดูมีเรื่องเล่าเข้ามา เช่น นวนิยายราชดำเนิน หรือการเดินทางป่าแบบธรรมชาติ ให้ใช้ชื่อที่น่าสนใจมากขึ้น เช่น Hiking with Attitude จะเห็น

ได้ว่าชื่อที่นี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกอยากเข้าร่วมเดินทางด้วย สิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยว และผู้เข้าร่วมงานรับรู้ถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวและงานอีเวนต์เทศกาลนั้น ก่อให้เกิดความประทับใจ ความทรงจำที่ดีและสามารถจดจำเหตุการณ์ได้ในที่สุด ในขณะที่ประเด็นการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทยในบริษัทโรงแรม ไม่จำเป็นต้องแสดงผ่านรูปแบบของอาคารที่มีความเป็นไทยแท้ หรือของประดับตกแต่งและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมที่มีความเป็นไทยเพียงอย่างเดียว แต่การแสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทยในโรงแรมนั้นสามารถแสดงผ่านตัว “พนักงาน” หรือ “ผู้ให้บริการ” โดยการให้บริการในแบบคนไทย (Thai hospitality) ที่เป็นการต้อนรับรับส่งอย่างอบอุ่น (Warm hospitality) สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้จากบทสัมภาษณ์ “บริบทของคนไทยมีจิตใจอ่อนโยนและพร้อมยื่นมือช่วยเหลือตลอดเวลา ทำให้โรงแรมในประเทศไทยมีอัตลักษณ์ที่สามารถสร้างคุณค่าและความประทับใจอย่างเป็นธรรมชาติ” (สุพวงส์ศักดิ์ ลิขิตพิทยากร, 2565) แต่อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการสร้างความประทับใจยังหมายถึง การบอกต่อกันแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) เพื่อนำเสนอหรือเล่าเรื่องราวที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวได้รับและจดจำได้จากการเดินทางท่องเที่ยวให้กับผู้อื่นได้รับรู้ ซึ่งอาจกลายเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการสื่อสารอัตลักษณ์ไปสู่นักท่องเที่ยวคนต่อไป

2. แนวทางการประยุกต์การสร้างคุณค่าของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงกระบวนการขั้นตอนทางการท่องเที่ยวจากการให้ความสำคัญกับการแข่งขันไปสู่การพัฒนาความร่วมมือ จะเห็นได้จากเกณฑ์ชี้วัดประสิทธิภาพในการดำเนินการ จากการประเมินด้วยดัชนีที่ใช้วัดความสามารถการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Index Competitiveness Report: TTCI) มาเป็นการประเมินศักยภาพของท่องเที่ยว (Travel and tourism development index: TTDI) เพื่อการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนผ่านการสร้างคุณค่าให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาท่องเที่ยวไทยในอนาคต เช่นเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่ให้คุณค่าด้านความยั่งยืนว่าเป็นสิ่งที่ต้องทำ ไม่ใช่แค่กระแสนิยม การนำแนวคิดการร่วมสร้างคุณค่า (Value Co-creation) มาใช้จากตัวอย่างเป็นการแสดงความพยายามสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

ของธุรกิจโรงแรมผ่านการรับบริการและการบริโภคสินค้าและบริการทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ในขณะที่การจัดงานอีเวนต์มุ่งเน้นคุณค่าด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ “งานไม่ซีที่จริงคงใช้ไม่ได้จริงในปัจจุบัน กลุ่มผู้เข้าร่วมงานและผู้จัดงานในประเทศไทยยังขาดความรู้และยังไม่เห็นความสำคัญของการจัดงานอย่างยั่งยืน” (ศุภวรรณ ตีระรัตน์, 2565) ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญสำหรับประเทศไทย คือ เครื่องมือที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย คือ อำนาจละมุน (Soft power) ช่วยเพิ่มมูลค่าที่เกิดการสร้างสรรคและการออกแบบให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับประเด็น การพัฒนาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดย Soft power ยังเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดหรือสร้างความตระหนักรู้ให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยวเมืองไทย ประกอบด้วย อาหาร แฟชั่น ภาพยนตร์ เทศกาล และการต่อสู้

อย่างไรก็ตามด้านการจัดการเพื่อสร้างความยั่งยืนด้วย “ความทันสมัย” เป็นการมุ่งสู่ “ความยั่งยืน” ที่เน้นการพัฒนา “ปัญญา” ให้มีความสำคัญด้วยการปรับ “Mindset” มากกว่าแค่การยกระดับ “Skill-set” ที่มุ่งแต่การสร้าง “System Well-being” มากกว่าแค่ “Individual Well-being” มิได้จำกัดอยู่ในวงการธุรกิจ ครอบคลุมถึงภาคส่วนอื่นๆ ทั้งการจัดการภาครัฐ การจัดการเชิงพื้นที่ การสร้างความร่วมมือร่วมกับในธุรกิจ ในขณะเดียวกันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ภายในปี ค.ศ. 2030 ซึ่งแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญแตกต่างกัน เช่น กลุ่ม Ethical Traveler ที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม ที่สนใจกิจกรรมส่งเสริมสถานะทางสังคมและเปลี่ยนในสิ่งน่าสนใจกับการสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ นักท่องเที่ยวรู้จักต้องการของตัวเองมากขึ้น เป็นเหตุให้ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวต้องสร้างคุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะเจาะจงมาก สำหรับองค์ประกอบของทรัพยากรเพื่อนำมาประยุกต์การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับผู้รับบริการดังนี้

2.1 การนำอัตลักษณ์หรือความจริงแท้ของความเป็นไทย ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมหรือความเชื่อ มาสร้างเป็น

เรื่องราว (Story telling) หรือเรื่องเล่า (Narrative) ให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้นของแต่ละพื้นที่และภูมิภาค ผสมผสานการเทคนิคการตลาดเชิงเนื้อหาทั้งแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ให้บริการประเภทต่างๆ

2.2 การนำเสนอเอกลักษณ์ของคนไทย (Thai people) ในลักษณะการต้อนรับที่อบอุ่นอย่างไทยแท้ที่หาที่อื่นไม่ได้ (Thai warm hospitality) เป็นลักษณะการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เฉพาะเจาะจงและโดดเด่น อาทิ การสวมชุดเครื่องแต่งกายแบบไทยประยุกต์ การกล่าวต้อนรับด้วยความเอาใจใส่ด้วยคำไทยขึ้นต้น “สวัสดิ์” ตลอดจนการนำแนวคิดด้านสถาปัตยกรรมเพื่อออกแบบสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไทย

2.3 การสร้างภาพลักษณ์ไทย (Thai image) ที่ชัดเจนให้กับธุรกิจโดยการบอกต่อ (Word of mouth) จากประสบการณ์จริงจากปากของนักท่องเที่ยว เพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่ประทับใจที่ได้รับและจดจำได้จากการเดินทางท่องเที่ยวให้กับผู้อื่นได้รับรู้ ถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการสื่อสารอัตลักษณ์ไปสู่นักท่องเที่ยว หรือผู้รับบริการคนอื่นต่อไป และยังนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ในอนาคต

2.4 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มคุณค่าในยุคที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป โดยนักท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง เพื่อสนับสนุนให้การเดินทางท่องเที่ยวง่ายและปลอดภัยมากขึ้น เช่น แอปพลิเคชัน สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น รวมทั้งวิวัฒนาการของเทคโนโลยีเสมือนจริง ได้แก่ Virtual Reality (VR) Augmented Reality (AR) หรือ Metaverse ถูกนำไปใช้เพิ่มมากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและน่าสนใจ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

1. บริบทของจุดเด่นการสร้างคุณค่าและความประทับใจของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการใช้จุดเด่นและความจริงแท้ของความเป็นไทย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเรื่องราวหรือ

เรื่องเล่าตามความเชื่อแบบไทย การนำเสนอเอกลักษณ์ของคนไทย โดยเฉพาะการต้อนรับผู้ที่อบอุ่นอย่างไทยแท้ที่หาในต่างประเทศไม่ได้ การสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนให้กับธุรกิจจากการบอกต่อของนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ มีบทบาทต่อการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และมีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยใช้เอกลักษณ์หรือรากเหง้าความเป็นไทยเป็นพื้นฐานตลอดจนการนำจุดเด่นของพื้นที่ให้เกิดความประทับใจไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางกายภาพและระบบนิเวศของพื้นที่ที่มีความสวยงาม รวมทั้งวิถีชีวิตประเพณีของวัฒนธรรมในแต่ละแหล่งชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kandampully, Bilgihan and Amer (2022) พบว่า การสร้างความประทับใจการท่องเที่ยว เป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากความดั้งเดิมของพื้นที่ผ่านองค์ประกอบของภูมิทัศน์ประสบการณ์ (Experience scape) ที่ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคในปัจจุบันได้ จึงต้องอาศัยการออกแบบลักษณะทางกายภาพของสถานบริการให้มีความน่าจดจำ พร้อมนำเสนอจุดขายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในโครงสร้างวัฒนธรรมในวิถีดั้งเดิมของชุมชนให้นักท่องเที่ยวเกิดการมีส่วนร่วม หรือแม้กระทั่งการนำเสนอภาพลักษณ์ของระบบนิเวศทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้พื้นที่เข้ามาส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดเป็นส่วนประกอบที่มีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการเกิดการมีส่วนร่วมในการบริโภค อีกทั้งยังกระตุ้นให้เกิดการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องสร้างคุณค่า เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น พร้อมกับการสร้างความแตกต่าง และความโดดเด่นให้กับธุรกิจ โดยการใส่ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการตลอดจนการนำเสนอรูปแบบกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่แตกต่าง และมีคุณค่าของธุรกิจไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ อย่างไรก็ตามคุณค่าที่ถูกร่วมสร้างขึ้นเหล่านั้น ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจต่อภาคธุรกิจ คุณค่าด้านประสบการณ์และสังคมที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว และคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมต่อชุมชน สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ระชานนท์ ทวีผล (2562) พบว่า การสร้างคุณค่าด้วยการออกแบบกระบวนการจัดการอัตลักษณ์ของกลุ่มธุรกิจที่พิภพประเภทโฮมสเตย์ประกอบด้วยตัวบ้านพัก กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน วิถีชีวิตดั้งเดิม และสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งทางผู้นำชุมชนและสมาชิกต้องประเมินจุดเด่นของแต่ละองค์ประกอบ เนื่องจากธุรกิจที่พิภพประเภทโฮมสเตย์จำเป็นต้องใช้ความได้เปรียบของพื้นที่หรือแหล่งชุมชนเป็นทรัพยากรหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ ความสำคัญที่เกิดขึ้นกับธุรกิจที่พิภพประเภทโฮมสเตย์สามารถกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกที่ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kavaratzis and Hatch (2013) ที่ได้อธิบายว่า มิติการสร้างอัตลักษณ์ร่วมกันระหว่าง ผู้ประกอบการและผู้รับบริการ โดยมองว่าอัตลักษณ์เกิดจากการโต้ตอบระหว่างบุคคลหลายกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจและตราสินค้า โดยธุรกิจจะเป็นฝ่ายนำเสนอองค์ประกอบต่างๆ เช่น สินค้า การบริการ บรรยากาศ เป็นต้น เพื่อสร้างกระบวนการส่งมอบไปสู่ผู้รับบริการ ส่วนผู้ให้บริการจะมาสัมผัสกับองค์ประกอบต่างๆ ที่ธุรกิจจัดหาเอาไว้ให้ เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันจนกลายเป็นอัตลักษณ์ของสถานที่แห่งนั้น

2. แนวทางการประยุกต์การสร้างคุณค่าของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการที่มีความเฉพาะเจาะจง คำนึงถึงเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น การเรียนรู้พฤติกรรมและกระแสมนิยมหลังสถานการณ์โควิด-19 และทิศทางการท่องเที่ยวโลกที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งการออกแบบการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในภูมิภาคใกล้เคียง โดยรากเหง้าความเป็นไทยผ่าน Soft power มาสร้างตัวตนที่มีคุณค่าให้กับธุรกิจประเภทต่างๆ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวด้วยการใส่ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อออกแบบและพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการ และกิจกรรมต่างๆ ในขณะที่แนวทางการคุณค่าที่ถูกร่วมสร้างด้านประสบการณ์และสังคมที่ดีต่อนักท่องเที่ยว คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมต่อชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fu and Wang (2020) และ Mody, Suess and Lehto (2017) ที่คล้ายคลึงกันพบว่า คุณค่าเชิงประสบการณ์นั้นมีหลากหลายมิติมากขึ้น

โดยเฉพาะการบริโภคประสบการณ์ในปัจจุบัน หรือมีการขยายขอบเขตที่กว้างขึ้นมากกว่าในอดีต เช่น ความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป (Value) สุนทรียภาพ (Aesthetics) ความเป็นเลิศในการบริการ (Service excellence) ความสนุกสนาน (Playfulness) ความรู้ความเข้าใจ (Education) ความเป็นท้องถิ่น (Localness) เป็นต้น เพื่อส่งมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการที่เป็นรากฐานของตำแหน่งทางการตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจ

สำหรับการให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มธุรกิจทุกประเภทล้วนใช้ทรัพยากรของประเทศทั้งสิ้น การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวตระหนักถึงความยั่งยืนของทรัพยากรเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยวิธีการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้วัตถุดิบภายในชุมชนมาให้บริการ สร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อการลดขยะ การใช้พลังงานทางเลือกในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องคำนึงถึงปริมาณขยะหรือของเสียให้น้อยที่สุด หรือการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ ตลอดจนการสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรกับนักท่องเที่ยว อาทิ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ในชุมชน การสร้างระบบการจัดการของเสียในโรงแรมและงานอีเวนต์อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี รัตนานวัช (2563) พบว่า ธุรกิจโรงแรมสีเขียวใช้กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ควบคู่กับการประกาศนโยบายให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานได้ทราบถึงแนวทางการปฏิบัติร่วมกัน มีการจัดทำงบประมาณสำหรับเป็นหลักประกันด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชน รวมทั้งการคำนึงการประเมินผลกระทบด้านมลพิษที่เกิดจากการดำเนินกิจการด้านต่างๆ เช่น ด้านขยะ ด้านน้ำเสีย ด้านเสียง ด้านอากาศ ด้านพลังงาน เป็นต้น เช่นเดียวกับงานอีเวนต์ที่กลับมาเริ่มจัดงานกันอีกครั้งหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ได้นำเอาประเด็นเกี่ยวกับ Green เข้ามาในกระบวนการจัดงาน เพื่อตอบสนองความยั่งยืนกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่มีความเชื่อมโยงกับงานอีเวนต์แต่ละประเภท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธธมนต์ พลรงค์ และ ประสพชัย พสุนนท์ (2565) พบว่า การมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของงานวิงมาราธอนที่ทางผู้จัดงานและผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการออกแบบ

สีเขียว และการจัดการด้วยการภาชนะบรรจุอาหารที่ย่อยสลายง่าย มีการตกแต่งงานที่เรียบง่ายเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น เวที ภูง เป็นต้น การนำเสนอรายการอาหารหรือวัตถุดิบจากท้องถิ่น ในส่วนของสภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรมด้วยการหลีกเลี่ยงกิจกรรมในการเกิดควันไฟไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การปรุงอาหาร และการสูบบุหรี่ภายในงาน

นอกจากนี้ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา พร้อมกับการพึ่งพาอาศัยการเร่งขับเคลื่อนจากการที่ภาครัฐในการนำ Soft power เข้าใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นไทย จะเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญให้ทั่วโลกได้เห็น ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย อาหาร ดนตรี ตลอดจนการผลักดันส่งเสริมสินค้าภูมิปัญญาชุมชนของไทยให้มีรูปแบบที่น่าสนใจแต่ยังคงเอกลักษณ์ ความเป็นไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความสนใจ เกิดความต้องการในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร่วมด้วย ส่งเสริมพนักงานให้มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ สำหรับการให้บริการเพื่อสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมเพิ่มเติม สนับสนุนเทคโนโลยีการทำงานให้แก่พนักงาน เป็นต้น เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลความต้องการทางการท่องเที่ยวและบริการ โดยเทคโนโลยีปัจจุบันนี้ถูกสร้างขึ้น เช่น VR Metaverse ในสถานการณ์ระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิดที่ผ่านมา รูปแบบการจัดอีเวนต์ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างเด่นชัดที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานออนไลน์ การจัดงานประชุมออนไลน์ หรือแม้กระทั่งการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวผ่านระบบอินเตอร์เน็ตในลักษณะเสมือนจริง ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจและแปลกใหม่ รวมถึงช่วยสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้รับบริการ หรือผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์ได้อย่างยิ่ง อาทิ การจัดคอนเสิร์ตแบบ VR ที่ผู้เข้าชมได้ สามารถเห็นภาพศิลปินที่ตนเองชื่นชอบอย่างใกล้ชิดโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปสถานที่จัดงาน ยิ่งไปกว่านั้นการใช้เทคโนโลยีการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวและโรงแรม เช่น ระบบไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศอัตโนมัติ การเช็คอินเข้าพัก การส่งอาหารและเครื่องดื่ม การเสิร์ฟอาหารในห้องพัก การจองบริการต่างๆ โดยใช้แอปพลิเคชัน เป็นต้น เพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย

และรวดเร็ว ไม่จำเป็นต้องต่อแถวเพื่อรอการใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ สฐิตยา เนตรวงษ์ และ ปรีศนา มั่นภา (2564) อธิบายว่า การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นการลงทุนเชิงโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้เกิดการสนับสนุนความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวระหว่าง ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ สามารถพยากรณ์ ความคาดหวังของการท่องเที่ยววิถีใหม่ได้ และการหันมาใช้ เทคโนโลยีเข้ามาในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น อาทิ เว็บไซต์ สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชันเทคโนโลยีเสมือนจริง อุปกรณ์ลดการสัมผัส ระบบการตัดสินใจในการให้คำแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว และยังคงสอดคล้องกับ Li, Wang, Abbas, Hassan, and Mubeen (2022) พบว่า ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ รวมทั้งการสำรองการเดินทาง การดื่ม หรือการรับประทานอาหารและรับรู้ความบันเทิงเสมือนจริง มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอกที่ 2-3 ซึ่งทางผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำเป็นต้องจัดเตรียมต้นทุนทางด้านเทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ที่อาจเพิ่มขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเตรียมความพร้อมที่จะศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวให้มีคุณค่าอย่างสูงสุด

สรุปผลการวิจัย

การสร้างคุณค่าเพื่อการปรับตัวของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นแนวทางที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำหนดแนวทางของกิจการต่อไปหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ความเป็นไทยแท้ เริ่มจากการสร้างเรื่องราวของสถานที่หรือจุดให้บริการให้มีความน่าสนใจ และการฝึกฝนทักษะความเอาใจของกลุ่มผู้ให้บริการที่มีความอบอุ่น คำนึงถึงความร่วมสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีผสมผสานรูปแบบการบริการและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทั้งหมดเป็นกระบวนการส่งผ่านอำนาจละมุนที่มีทิศทาง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า เทคโนโลยีเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาด พนักงานจึงมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยปัจจัยดังกล่าวในฐานะเครื่องมือสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่องค์กรและผู้รับบริการ ดังนั้น ทางผู้บริหารจำเป็นต้องค้นหารูปแบบหรือเทคนิคการพัฒนาทุนมนุษย์ เพื่อสร้างความเข้าใจ และคำนึงถึงการฝึกอบรมมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับผู้เรียน เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เครือข่าย ฐานข้อมูล เป็นต้น เพื่อการเปลี่ยนทัศนคติของพนักงานที่มีระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันตามช่วงอายุ และยังสามารถทำให้พนักงานบริการในฐานะผู้ใช้ระบบสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันโดยไม่ต่อต้าน

2. จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาทักษะของพนักงานโดยให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมให้ตระหนักถึงการสร้างคุณค่า ซึ่งทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการฝึกอบรมให้ความรู้ เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจในยุคปัจจุบัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ และความพิเศษจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับนั้นจะก่อให้เกิดเป็นคุณค่าในใจของนักท่องเที่ยว พนักงานจำเป็นต้องตระหนักถึงวิธีการสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว อาทิ การบริการที่เหนือความคาดหวัง การให้บริการโดยอาศัยความเป็นไทย ที่มีอัธยาศัยไมตรีในการต้อนรับอย่างอบอุ่น อีกทั้งการส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้รอบในประเด็นต่างๆ ที่สามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้ในทุกเรื่อง เพื่อสนับสนุนความประทับใจจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นกลุ่มนักวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ปรากฏจากฝั่งอุปทานในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวเท่านั้น หากผู้วิจัยที่สนใจต้องขยายขอบเขตการศึกษาไปยังผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากฝั่งอุปทานที่เป็นผู้มาเยือนในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเก็บรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจทางตรงและทางอ้อมเพิ่มเติม โดยใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์กรณีศึกษาเฉพาะ หรือเลือกใช้การวิจัยการจัดประชุมเชิงนโยบาย (Policy meeting research) เพื่อการพัฒนาผลลัพธ์ทางการศึกษาให้เป็นข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่างๆ ที่ได้รับความนิยมหรือเป็นพื้นที่นำร่องจากนโยบายของรัฐบาล

2. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวแบบภาพรวมเท่านั้น โดยประเด็นการสร้างคุณค่ายังสามารถจำแนกออกตามธุรกิจประเภทต่างๆ ที่มีรายละเอียดเฉพาะไม่ว่าจะเป็นธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจการจัดประชุมและอีเวนต์ เพื่อเข้าถึงการให้คำนิยาม วิสัยทัศน์ และกระบวนการในบริบทใหม่ นอกจากนี้ การสร้างมูลค่ายังมีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้ที่เป็นประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวจากการใช้สินค้าและบริการ ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนและระหว่างการเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพยากรณ์ความคุ้มค่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์องค์ประกอบของการสร้างคุณค่าและการรับรู้ในหลากหลายมิติ ได้แก่ ด้านประสบการณ์ ด้านอรรถประโยชน์ ด้านอารมณ์ และด้านเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

กมลมาลย์ แจ้งล้อม และ ปุณณภพ ตันติปฏิภก. (2565, ธันวาคม 21). เจาะ 13 สายนักท่องเที่ยวไทยที่ผู้ประกอบการควรรู้ ปรับกลยุทธ์ไม่ตกเทรนด์. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/business/feature/2536573?fbclid=IwAR0z1ou7lIEe8mhhDAnmgcu6GAVZ71HKTswa-VBgo5VGnk23m1b9o9d0-U4>.

กฤติเดช อนันต์. (2561). แนวทางการสร้างความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยผ่านคุณค่าเชิงประสบการณ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

จิตพนธ์ ชุมเกต, พัทธ์ชัย ศิริวงษ์ และ ธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). การรับรู้และพัฒนากิจการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคม ของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 8(2), 292-322.

จิตติยา เนตรวงษ์ และ ปริศนา มั่นเภา. (2564). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลรองรับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุวิถีปกติใหม่ จากสถานการณ์โควิด-19. *วารสารนวัตกรรมวิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*, 3(1), 104-117.

ภัทรธมนต์ พลรงค์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2565). องค์ประกอบการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารครุศาสตร์วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 7(2), 201-220.

ภาวินีย์ ธนาอนวัช. (2563). โรงแรมสีเขียว: กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญญัติเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 117-134.

ระชานนท์ ทวีผล. (2562). แนวทางการจัดการอัตลักษณ์โฮมสเตย์ไทย จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 14(48), 22-33.

วิจัยกรุงศรี. (2565, 3 กันยายน). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: ธุรกิจโรงแรม. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/Hotels/IO/lo-hotel-21>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2565, 11 พฤศจิกายน). Virtual Event. สืบค้นจาก <https://innocatalog.tceb.or.th/innovation-service/product/1039>

- Ahani, A., Nilashi, M., Ibrahim, O., Sanzogni, L., and Weaven, S. (2019). Market segmentation and travel choice prediction in Spa hotels through TripAdvisor's online reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 52-77.
- Ben Lahouel, B., and Montargot, N. (2020). Children as customers in luxury hotels What are Parisian hotel managers doing to create a memorable experience for children?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1813-1835.
- EHL Insights. (2022, September 11). *Top Hospitality Industry Trends*. Retrieved from <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-trends>.
- Fu, Y. K., and Wang, Y. J. (2020). Experiential value influences authentic happiness and behavioral intention: Lessons from Taiwan's tourism accommodation sector. *Tourism Review*, 76(1), 289-303.
- Goleman, D., and Davidson, R., (2017). *Altered Traits: Science Reveals How Meditation Changes Your Mind, Brain, and Body*. New York: Avery Books.
- Guillet, B. D., and Shi, X. (2019). Can revenue management be integrated with customer Relationship management?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31, 978-997.
- Hong, J. S., Liu, C. H., Chou, S. F., Yu, T. Y., and Hu, D. C. (2022). Marketing Management in the Hotel Industry: A Systematic Literature Review by Using Text Mining. *Sustainability*, 14(4), 2344.
- Kandampully, J., Bilgihan, A., and Amer, S. M. (2022). Linking servicescape and experience scape: creating a collective focus for the service industry. *Journal of Service Management*, 2022. doi.org/ 10.1108/JOSM-08-2021-0301.
- Kavaratzis, M., and Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing theory*, 13(1), 69-86.
- Ketter, E. (2018). It's all about you: destination marketing campaigns in the experience economy era. *Tourism Review*, 73(3), 331-343.
- Kim, W. H., Cho, J. L., and Kim, K. S. (2019). The relationships of wine promotion, customer satisfaction, and behavioral intention: The moderating roles of customers' gender and age. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 212-218.
- Li, Z., Wang, D., Abbas, J., Hassan, S., and Mubeen, R. (2022). Tourists' health risk threats amid COVID-19 era: role of technology innovation, Transformation, and recovery implications for sustainable tourism. *Frontiers in Psychology*, 12, (2022), 769175. doi.org/10.3389/fpsyg.2021.769175.
- Miles, M., and Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publications.
- Mody, M. A., Suess, C., and Lehto, X. (2017). The accommodation experiencescape: a comparative assessment of hotels and Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2377-2404.
- Salem, I. E., Elbaz, A. M., Al-Alawi, A., Alkathiri, N. A., and Rashwan, K. A. (2022). Investigating the Role of Green Hotel Sustainable Strategies to Improve Customer Cognitive and Affective Image: Evidence from PLS-SEM and fsQCA. *Sustainability*, 14(6), 3545.
- SiteMinder. (2022, September 11). *Hotel industry trends to watch out for this year*. Retrieved from <https://www.siteminder.com/r/hotel-trends-hotel-hospitality-industry/#hotel-industry-market-trends>.

- Tasci, A. D., and Milman, A. (2019). Exploring experiential consumption dimensions in the theme park context. *Current Issues in Tourism*, 22(7), 853-876.
- Thurmond, A. V. (2001). The Point of Triangulation. *Journal of Nursing Scholarship*, 33(3), 253-258.
- UNESCO. (2022, December 20). *COVID-19 Educational Disruption and Response*. Retrieved from <https://en.unesco.org/themes/education-emergencies/corona-virus-school-closures>.

ผู้ให้สัมภาษณ์

- ศุภวรรณ ตีระรัตน์. (2565, 29 ตุลาคม). รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). [สัมภาษณ์]
- ศิริปกรณ์ เขียวสมุท. (2565, 29 ตุลาคม). รองผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา. [สัมภาษณ์]
- สุขพงษ์ศักดิ์ ลิขิตพิทยากร. (2565, 29 ตุลาคม). ผู้อำนวยการฝ่ายฝึกอบรม AHS Training Services บริษัท Absolute Hotel Services ผู้ดูแลจัดการธุรกิจโรงแรมในเครือ U Hotel and Resort และ Eastin. [สัมภาษณ์]

ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย

Community Strength in Community-based Tourism Management of Pha Wai Village,
Puanpu Sub-District, Nonghin District, Loei Province

วารากรณ์ ใจน้อย¹

Warakorn Jainoi¹

Corresponding Author's Email: warakorn.jainoi@gmail.com

(Received: April 28, 2023; Revised: September 7, 2023; Accepted: September 11, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย 2) เพื่อศึกษาความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่มได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประธานและคณะกรรมการกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน และประชาชนในชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า

ผลการศึกษาด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ด้านองค์กรชุมชน 2) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 3) ด้านการเรียนรู้ และ 4) ด้านการจัดการ ตามลำดับ

ผลการศึกษาความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ด้านการเรียนรู้ 2) ด้านการมีส่วนร่วม 3) ด้านทรัพยากร 4) ด้านเครือข่าย 5) ด้านองค์กรชุมชน 6) ด้านคน และ 7) ด้านแผนของชุมชน ตามลำดับ

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ พบว่า ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย มีความจำเป็นที่ชุมชนต้องตระหนักถึงความเป็นเจ้าของ มีความภาคภูมิใจ คงความเป็นเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้ตรงตามความต้องการของชุมชนสูงสุด เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่คนในท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชีวิตชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชน

Abstract

The research aimed at: 1) studying the factors of Pha Wai community-based tourism management in Puan Pu sub-district, Nong Hin District, Loei Province; and 2) studying the strength of Pha Wai community-based tourism management, Puan Pu sub-district, Nong Hin District, Loei Province. Data were collected through questionnaire and in-depth interview with 4 groups of informants: tourism-related government officers, private sectors, community leaders and tourism leaders from conservative tourism group, and people living in Pha Wai village. The results were as follows:

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturer, Tourism and Hotel Program, Faculty of Management science, Loei Rajabhat University

For opinions on community tourism management factors, overall aspect were rated at high level. The opinions on the management factors of community tourism were ranked as follows: 1) community organizations; 2) natural resources and culture; 3) learning; and 4) management, respectively.

For opinions on the strength of Pha Wai community in general, all aspects are at the highest level. Considering by the project, the strength of the community were ranked respectively as: 1) learning; 2) participation; 3) resources; 4) network; 5) community organization; 6) people; and 7) community plan.

The interview found that for the community's strength in managing the community needs to be aware of ownership, pride and local culture, create cross-cultural learning by involving people in the community in the direction and decision-making of community tourism management, maximize the needs of the community and create appropriate returns for the local people and strengthen sustainable tourism management in communities.

Keywords: tourism, community-based tourism, ways of life of community, community strength

ความเป็นมาของปัญหา

จากการคาดการณ์ของกรมการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวใหม่จะได้รับผลประโยชน์จากแนวโน้มและโอกาสที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นจึงควรเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคตโดยการกำหนดนโยบายตลอดจนมาตรการในด้านการส่งเสริมและพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกการตลาด และการพัฒนาบุคลากรเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศพร้อมทั้งสามารถป้องกันและลดผลกระทบทางลบต่างๆ ให้การท่องเที่ยวสามารถเติบโตได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ รัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยรัฐบาลได้แถลงนโยบายด้านการท่องเที่ยว ในแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ พุทธศักราช 2560 – 2564 มีเป้าหมายคือ การมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของอาเซียนและเสริมสร้างความยั่งยืนและการกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วนของการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) นอกจากนี้ รัฐบาลยังเปิดโอกาสให้ชุมชนและท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยให้ชุมชนมีสิทธิใน

การอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชุมชนและมีส่วนร่วมในการพัฒนา การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนของตน

ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2559 ได้มีบทบัญญัติบางประการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือชุมชนเป็นการเฉพาะ เนื่องด้วยเล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นหรือชุมชนเป็นการเฉพาะ ส่งเสริมให้บุคคลผู้เป็นรากฐานหลักของท้องถิ่นนั้นๆ อาทิ ประชาชน ชาวบ้าน หรือบุคลากรผู้มีความรู้ในท้องถิ่นหรือเจ้าน้อย เป็นต้น ให้สามารถนำเสนอหรือถ่ายทอดวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และความหลากหลายของธรรมชาติในท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ผ่านการประกาศกำหนดเขตพื้นที่ในท้องถิ่นหรือชุมชน เพื่อให้มัคคุเทศก์ที่ได้รับการยกเว้นคุณสมบัติตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ปฏิบัติงานในฐานะ “มัคคุเทศก์ท้องถิ่น” ได้ส่งเสริมให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ จากการท่องเที่ยวให้กับท้องถิ่นหรือชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนในท้องถิ่นได้รักถิ่นฐานบ้านเกิด มีขวัญกำลังใจในการสืบทอดความรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมของแผ่นดินถิ่นเกิด และดำรงอัตลักษณ์ของตนเองไว้ได้ สร้างความแข็งแกร่งให้กับท้องถิ่นหรือชุมชนอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์ และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองของความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมอย่างเสมอภาคกันทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องอย่างชาญฉลาด ซึ่งจะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ให้สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้นไว้ให้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

การพัฒนาประเทศในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 มุ่งพัฒนาภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) เพื่อให้สามารถรองรับกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องพัฒนาส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้และสามารถปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงนั้น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต้องอาศัยการส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดเวทีเพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหา สาเหตุของปัญหา และแนวทางแก้ไข ปัญหา ไปจนถึงการเรียนรู้เพื่อค้นหาทางเลือกในการแก้ไขปัญหา จะส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งได้อย่างยั่งยืน

การสร้าง ความเข้มแข็งในชุมชนผ่านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนนั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน และเร่งให้เกิดจิตสำนึกรักในทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยผ่านกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้วย เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม การเรียนรู้และวางแผนในทรัพยากรของชุมชนก่อให้เกิดรายได้เสริมแก่คนในชุมชนขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนเอง ส่งผลให้เป็นชุมชนต้นแบบด้าน

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ที่มีความเข้มแข็งทั้งคนในชุมชน และทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพูน อำเภอนงหิน จังหวัดเลย
2. ศึกษาความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพูน อำเภอนงหิน จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพูน อำเภอนงหิน จังหวัดเลย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพูน อำเภอนงหิน จังหวัดเลย และ 2) เพื่อศึกษาความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพูน อำเภอนงหิน จังหวัดเลย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยจึงจะได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยโดยแยกประเด็นพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 เจ้าหน้าที่และองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพูน อำเภอนงหิน จังหวัดเลย ได้แก่ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเลย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเลย (ททท.) องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเลย (องค์การมหาชน) อำเภอนงหิน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตำบลปวนพูน จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์

1.2 ผู้นำชุมชนและแกนนำกลุ่ม/ชมรมต่างๆ ภายในชุมชนผาหวายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพูน อำเภอนงหิน จังหวัดเลย ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน และหัวหน้าชมรมการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์

1.3 ผู้ประกอบการภาคเอกชนทางด้านท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและรถรับจ้างสาธารณะในพื้นที่ (รถอีแต๊ก) จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์

1.4 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย (ปัจจุบัน มี 263 ครัวเรือน ประชากร 1,069 คน ชาย 551 คน หญิง 518 คน) คำนวณหา กลุ่มตัวอย่างจากสูตรทราโ ยามาเน โดยใชแบบสอบถามกับ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน เชื้อชาติ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย

ตอนที่ 3 ความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย

2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน เชื้อชาติ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย

ตอนที่ 3 ความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษา (ชุมชนบ้านผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย) และการสังเกตของผู้วิจัย

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหนังสือวารสาร บทความ เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามกับประชาชนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย โดยใชแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน

2. ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่และองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้นำชุมชนและแกนนำกลุ่ม /ชมรมต่างๆ ภายในชุมชน และผู้ประกอบการภาคเอกชนทางด้านการท่องเที่ยว

3. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งรายละเอียดของปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย และ ความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และ ความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย

ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสนทนากลุ่มย่อย การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมตามประเด็นปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และ ความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย

5. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ข้อมูลเชิงปริมาณนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย และสถิติบรรยาย

5.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพนำเสนอในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และเป็นเพศชายจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 46 จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และอายุน้อยกว่า 21 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6 จำแนกตามการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมา ได้แก่ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26 อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา ได้แก่ ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2 จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 10 ปี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมา ได้แก่ 5-6 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมทุกด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมากที่สุด และเห็นว่าชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอยู่ในระดับมาก

ด้านองค์กรชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่ามีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย และชุมชนผู้เป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาอยู่ในระดับมากที่สุด และเห็นว่าชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน อยู่ในระดับมาก

ด้านการจัดการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่ามีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพุ อำเภอนงนุช จังหวัดเลยต่ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
2. มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้
3. มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ตามลำดับ

ด้านการเรียนรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างได้
2. มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือนตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพุ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย พบว่า โดยภาพรวมทุกด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพุ อำเภอนงนุช จังหวัดเลย อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านคน(ทรัพยากรมนุษย์) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. ความคิดเห็นของประชาชนในชุมชน
2. การรับรู้ร่วมกันของประชาชนในชุมชน
3. การร่วมแสดงออกในทิศทางเดียวกันของประชาชนในชุมชน
4. การคัดค้านหรือโต้แย้งของประชาชนในชุมชนตามลำดับ

ด้านทรัพยากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. ประชาชนในชุมชนมีความรู้ในภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชน
3. ประชาชนในชุมชนมีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น

ด้านการมีส่วนร่วม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. การเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วม
2. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน
3. การให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน/ปรับปรุงกิจกรรมต่างๆ
4. การให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการประเมิน/ตรวจสอบกิจกรรมต่างๆ

ด้านการเรียนรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการ

จัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนมีการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวิถีชีวิตชุมชน
2. ประชาชนในชุมชนมีการเรียนรู้ เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย
3. ประชาชนในชุมชนมีการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาของชุมชน ตามลำดับ

ด้านแผนของชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ชุมชนมีการกำหนดแผนการพัฒนาระยะสั้นและระยะยาว และเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. ชุมชนสามารถวางแผนแนวทางการพัฒนาชุมชนร่วมกันได้
2. ชุมชนสามารถมองเห็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและมีส่วนร่วม

ด้านเครือข่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. ชุมชนมีการทำเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อภาคีอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ
2. ชุมชนมีความสัมพันธ์กับหมู่บ้าน ชุมชนอื่นๆ ท้องถิ่น ภาคราชการ องค์กรเอกชน นักธุรกิจ นักวิชาการ และอื่นๆ
3. ชุมชนมีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีการพัฒนาอื่นๆ

ด้านองค์กรชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ชุมชนมีเป้าหมายร่วมกันโดยมุ่งถึงประโยชน์ที่สมาชิกและชุมชนได้รับเป็นสำคัญ

ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย พบว่า ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย มีความจำเป็นที่ชุมชนต้องตระหนักถึงความเป็นเจ้าของ มีความภาคภูมิใจ คงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้ตรงตามความต้องการของชุมชนสูงสุด เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่คนในท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

การศึกษา เรื่อง “ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย” มีประเด็นในการอภิปรายดังนี้

1. ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย จากการศึกษาปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนผาหวาย พบว่า ด้านองค์กรชุมชน ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย โดยเห็นว่ามีประชาชนหรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา และเห็นว่าชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน รองลงมาได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเห็นว่าชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และเห็นว่าชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสกสรร ท้าวทุมมา (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการชุมชนเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการประชาสังคมในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลทั้ง 5 ชุมชนยังคงดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ด้านความเชื่อได้แก่ สืบทอดวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มให้ดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงยั่งยืนสืบทอดมาสู่รุ่นลูกหลานได้ปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน และปัจจัยด้านสังคม โครงสร้างทางสังคมวิถีการให้เกียรติซึ่งกันและกัน ตลอดจนความพร้อมด้านการจัดการของ

ชุมชน และ ทรัพยากร สุขสมเกษม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลของการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนในเขตเทศบาลนคร ปากเกร็ด พบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี คือ 1) ปัจจัยผู้นำชุมชนอุทิศตนและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 2) ปัจจัยสมาชิกในชุมชนยอมรับบทบาทของ กรรมการชุมชน 3) ปัจจัยชุมชนมีกระบวนการบริหารงานในชุมชนที่ชัดเจน 4) ปัจจัยชุมชนมีศักยภาพในการพึ่งพาตนเองสูง 5) ปัจจัยชุมชนได้รับการจัดสรรงบประมาณจากเทศบาล 6) ปัจจัยชุมชนมีลักษณะพื้นที่ทางกายภาพที่เอื้ออำนวยต่อการรวมกลุ่ม 7) ปัจจัยชุมชนกับเทศบาลมีความร่วมมือกัน และปัญหา

2. ความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย ตำบลปวนพ อำเภอนงหิน จังหวัดเลย ผลการศึกษาความเข้มแข็งของชุมชนผาหวาย จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการเรียนรู้ มีความคิดเห็นต่อกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนมีการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวิถีชีวิตชุมชน รองลงมา คือ ประชาชนในชุมชนมีการเรียนรู้เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย และประชาชนในชุมชนมีการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาของชุมชน ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนบนพื้นที่สูง โดยใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในเขตบริการศูนย์การเรียนบ้านนาไต่ อำเภอมะป้าหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ของ สุพัตรา พรหมพิชัย และ คณะ (2560) พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีโครงสร้าง คณะกรรมการและระบบการบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจนโปร่งใส และมีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม โดยทั้ง 4 กลุ่มท่องเที่ยวมีโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คัดเลือกมาจากฐานทรัพยากรของชุมชน และเพื่อให้สามารถจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ด้วยตนเอง ตัวแทนแกนนำจากทั้ง 4 กลุ่มท่องเที่ยว ร่วมกันจัดตั้ง ‘ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนแม่ฟ้าหลวง’ มีโครงสร้าง คณะกรรมการและระบบการบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนศูนย์มีการพัฒนาแผนการตลาดที่เหมาะสมขึ้นมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานของศูนย์ต่อไป รวมถึงมีเครือข่ายและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายใต้ศูนย์ประสานงาน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอแม่ฟ้าหลวง ที่จะทำงานกับหน่วยงานสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด และหน่วยงานสนับสนุนด้านการพัฒนาศักยภาพของ คนในกลุ่มท่องเที่ยวได้ต่อไป สำหรับแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนบนพื้นที่สูง มีทั้ง ส่วนที่มาจากภายในคือคณะกรรมการ สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวและคนในชุมชน และหน่วยงานทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและในระดับภูมิภาค

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนผาห้วย ตำบลปวนพูน อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย” จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการเก็บแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ พบว่า ความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนผาห้วย ตำบลปวนพูน อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย มีความจำเป็นที่ชุมชนต้องตระหนักถึงความเป็นเจ้าของ มีความภาคภูมิใจ ความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้ตรงตามความต้องการของชุมชนสูงสุด เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่คนในท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนผาห้วย ตำบลปวนพูน อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย
2. ศึกษาการพัฒนาศักยภาพของชุมชนโดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

3. ศึกษาแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนให้เกิดความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ

4. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนการกระตุ้นและดึงดูดใจให้เกิดความต้องการใช้เวลาในการท่องเที่ยวภายในชุมชนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- รพีภัทร์ สุขสมเกษม. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)*. สถานิติบัญญัติแห่งชาติ. 2557. ราชกิจจานุเบกษา. สืบค้นจาก <http://www.senate.go.th/w3c/senate/pictures/comm/52/lawguide/law1/6.pdf>.
- สุพิศรา พรหมพิชัย และ คณะ. (2560). *รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพทางด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในเขตบริการศูนย์การเรียนรู้บ้านนาไต่ อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย*. เชียงราย: วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย
- เสกสรร ท้าวทุมมา. (2564). *รายงานการวิจัยเรื่อง การจัดการชุมชนเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการประชาสังคมในจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด (Surfboard) ในจังหวัดพังงา
Tourism Behavior of Thai Tourists Affecting the Decision to Participate
in Surfboard Activities in Phang Nga Province

พงศกร เกตุประภากร^{1*} กนกกานต์ แก้วนุช²

Pongsakorn Ketprapakorn^{1*} Kanokkarn Kaewnuch²

Corresponding Author's Email: Gotketprapakorn@gmail.com

(Received: June 20, 2023; Revised: September 3, 2023; Accepted: October 10, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด (Surfboard) ในจังหวัดพังงา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA: F-test)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดในจังหวัดพังงา เพราะระดับน้ำและคลื่นมีความเหมาะสมกับทักษะการเล่นเซิร์ฟบอร์ด มีการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด จำนวน 2 – 3 ชั่วโมงต่อวัน และ 2 – 3 วันต่อครั้งที่มาพังงา โดยใช้อุปกรณ์ประเภทบอร์ดสั้น (Shortboard) เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดเป็นส่วนใหญ่ เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด กับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน และเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดในช่วงไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน) และสำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านเหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนวันที่เข้าร่วมกิจกรรม ประเภทของการเข้าร่วมกิจกรรม และบุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว การตัดสินใจ กิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด

Abstract

The objective of this research was to study travel behavior of Thai tourists who decided to participate in surfboard activities in Phang Nga province. The sample group used in this research was Thai tourists who participated in surfboarding activities in Phang Nga province, with experience participating in surfboarding activities at least once and not more than 5 years total 400 people by using the method of non-probability sampling by purposive sampling and convenience sampling, the instrument used to collect data was a questionnaire and statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and One-Way ANOVA : F-test.

The results showed that most of the respondents participated in surfing activities in Phang Nga because the water level and waves were suitable for their surfboarding skills. Participated in surfing activities 2-3 hours a day and

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการมหาบัณฑิต หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ Master's Student, Management, Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

² Lecturer, Management, Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

2-3 days each time they came to Phang Nga using a Shortboard type device Participate mostly in Surfboard Events, Participate in Surfboard Events with friends/colleagues and attend Surfboard Events during Q3 (July - September), and for the results of the hypothesis test, it was found that tourism behavior in terms of reasons for participating in activities, number of days participating in activities, types of participating in activities and people participating in activities were different affecting the decision to participate in surfing activities of Thai tourists in Phang Nga province were significantly different at the .05 level.

Keywords: tourism behavior, decision, surfboard activity

ความเป็นมาของปัญหา

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายในประเทศมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ภาครัฐได้มีการผ่อนคลายมาตรการควบคุม รวมถึงทยอยเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่เปิดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศในรูปแบบ Test & Go ผ่านการลงทะเบียน Thailand Pass ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2565 เป็นต้นมา ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยเฉลี่ยกว่า 2 แสนคนต่อเดือนสอดคล้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศส่งสัญญาณฟื้นตัวเช่นกัน ซึ่งส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวภายในประเทศ อาทิ โครงการคนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น ทำให้คาดว่าภาคการท่องเที่ยวมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง ขณะที่แนวโน้มปัจจัยการท่องเที่ยวที่ควรดำเนินการในระยะต่อไป ได้แก่ 1) ผลักดันการท่องเที่ยวให้มีกระจายตัวสู่เมืองรองเพิ่มมากขึ้น 2) ขยายฐานตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมในทุกกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะ โดยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังอุตสาหกรรมบริการที่มีคุณภาพสูง 3) ส่งเสริมให้เกิด Greatest Change ด้วย Soft Power of Thailand ตามแนวทาง 5F : 4M คือ Food Film Fashion Festival Fight Music Museum Master และ Meta และ 4) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองให้มีความพร้อมที่รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของไทยให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไทยต่อไป (กาญจนา จันทร์ชิต, พิมพ์พารณีย์ สุทธิพลวง, ธัญลักษณ์ โภษาศาสตร์ และ ศุภชัย ธรรมสุวีร์ดี, 2565) จึงเป็นที่มาของ

การศึกษาในครั้งนี้ว่าภาคการท่องเที่ยวของไทยฟื้นตัวขึ้นแล้วหรือยัง รวมถึงแนวโน้มในการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวในระยะต่อไปควรอย่างไร จึงจะทำให้ภาคการท่องเที่ยวสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจำนวนผู้เยี่ยมชมเป็นรายภูมิภาคและจังหวัด พบว่า ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนสูงสุด โดยเฉพาะจังหวัดกาญจนบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี อุตรดิตถ์ บุรีรัมย์ และร้อยเอ็ด นอกจากนี้ยังพบว่า ภาคใต้มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนต่ำที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

หาดเขาหลัก ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติเขาหลักลำไย จังหวัดพังงา เป็นชายหาดที่มีทิวทัศน์สวยงาม บรรยากาศเงียบสงบ มีความเป็นส่วนตัว เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ หาดเขาหลัก ยังร่มรื่นด้วยทิวสนทะเลเรียงรายเป็นแนวเลียบริมชายหาด มีนันทนาการและน้ำทะเลสวยใส ผสมผสานกับหาดหิน ก้อนเล็กใหญ่วางเรียงรายสวยงามอย่างลงตัว รวมถึงจุดชมวิวยิวบริเวณแหลมเขาหลัก ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติอันสวยงามได้อย่างเต็มอิ่ม นอกจากนี้หาดเขาหลักยังเป็นสถานที่เริ่มต้นการเล่นเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวที่กำลังหัดเริ่มเล่นกระดานโต้คลื่นเป็นครั้งแรก เนื่องจากเป็นสถานที่ที่เงียบสงบ นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านทำให้เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวเหมาะแก่การฝึกเล่นเซิร์ฟบอร์ด (Surfboard) ในครั้งแรก และมีผลการสำรวจจำนวนผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโต้คลื่นประจำปี 2562 - 2565 พบว่า ในปี 2562 มีจำนวน 5,000 คน และเพิ่มขึ้นในปี 2563 จำนวน 7,000 คน แต่หลังจากที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายในประเทศ ทำให้มียอดผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโต้คลื่นลดลงอย่างต่อเนื่องมาในปี 2565 ซึ่งลดลงเหลือเพียงจำนวน 2,144 คน (ชมรมกระดานโต้คลื่นจังหวัดพังงา, 2565) นอกจากนี้หาดเขาหลัก

ยังเป็นสถานที่เริ่มต้นการเล่นเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวที่กำลังหัดเริ่มเล่นกระดานโต้คลื่นเป็นครั้งแรก เนื่องจากเป็นสถานที่ที่เงียบสงบ นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านทำให้เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวเหมาะแก่การฝึกเล่นเซิร์ฟบอร์ดในครั้งแรก นอกจากนี้ที่ชายหาดเขาหลักยังมีสถานที่ที่มีชื่อเรียกว่า Memories Beach Bar & Pakarang Surfshop in Khaolak ซึ่งสถานที่นี้เป็นทั้งบาร์ร้านอาหาร ที่พักสำหรับสอนและเป็นสถานที่รวมตัวของเซิร์ฟเฟอร์ และเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การเริ่มต้นเซิร์ฟในครั้งแรก เพราะจะมีครูสอนคอยให้ความรู้เกี่ยวกับกระดานโต้คลื่น แบบ Beginner โดยครูจะสอนตั้งแต่วิธีเลือกสาย Leash การลงน้ำ การว่ายน้ำ วิธีการดูแลคลื่น และการยืนตอนอยู่บนน้ำ มีการสอนทั้งในรูปแบบภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจริง จึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการมาเล่นเซิร์ฟบอร์ดที่หาดเขาหลัก จังหวัดพังงา (Chillpainai, 2561)

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แสดงออกเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ชัดเจน แต่เราสามารถทราบว่าบุคคลนั้นมีระดับการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดมากขึ้นเพียงใด ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยการแสดงออกค่อนข้างที่จะซับซ้อน อาจเพิ่มขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลายๆ ด้าน ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพื่อศึกษาว่ามีพฤติกรรมด้านใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ไปปรับปรุงพัฒนาต่อยอดกลยุทธ์ในด้านการบริหารจัดการ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างสูงสุด และพัฒนาองค์กรให้เติบโตบรรลุเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ได้ในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในจังหวัดพังงา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research method) โดยศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนชั่วโมงที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนวันที่เข้าร่วมกิจกรรม ประเภทของการเข้าร่วมกิจกรรม บุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรม และช่วงไตรมาสที่เข้าร่วมกิจกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดในจังหวัดพังงา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี และได้มีการกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดซ้ำอีกครั้ง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยสูตรของ Cochran (1977) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้โดยประมาณ 385 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามจึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป และสำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ได้มีการใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-end questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยคำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยจะครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

และภูมิลำเนา โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple choices)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนชั่วโมงที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนวันที่เข้าร่วมกิจกรรม ประเภทของการเข้าร่วมกิจกรรม บุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรม และช่วงไตรมาสที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple choices)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามของลิเคิร์ท สเกล (Likert Scale) 5 ระดับ

3.2 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องทั้งการใช้ภาษาและให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อให้แบบทดสอบมีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูลโดยการใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการตรวจความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ พบว่า มีค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับมีค่าเท่ากับ 0.88 ถือว่าข้อคำถามสามารถนำไปใช้ได้

3.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้สมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูล จำนวน 30 ชุด จากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal consistency method) ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) สำหรับการวัดค่าความเชื่อมั่นของข้อมูลที่อยู่ในรูปมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) และการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ควรมีค่ามากกว่า .70 ซึ่งเป็นการบ่งชี้ว่ามีความสอดคล้องภายในระหว่างข้อคำถามในแต่ละด้าน โดยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) มีค่าเท่ากับ .995 ซึ่งผ่านเกณฑ์ .70 ดังนั้นจึงสามารถนำข้อคำถามไปเก็บข้อมูลได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) ได้แก่ การค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ วารสาร สิ่งพิมพ์ และหนังสือทางวิชาการ รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยของผู้อื่นที่ได้ทำการศึกษาในเรื่องปัจจัยด้านการจัดการพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ได้แก่ การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-end questionnaire) จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยลงพื้นที่บริเวณเทศบาลเขาหลัก ในจังหวัดพังงา เพื่อเก็บแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ด้วยตนเอง และได้มีการสอบถามถึงประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยก่อนทุกครั้ง ก่อนทำแบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA: F-test)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 35 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท และภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใต้
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดในจังหวัดพังงา เพราะระดับน้ำและคลื่นมีความเหมาะสมกับทักษะการเล่น Surfboard เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด จำนวน 2 – 3 ชั่วโมงต่อวัน และ 2 – 3 วันต่อครั้งที่มาพังงา โดยใช้อุปกรณ์ประเภทบอร์ดสั้น (Shortboard) เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด เป็นส่วนใหญ่ เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด กับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน และเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในช่วงไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน)

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พบว่า เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.2 พบว่า จำนวนชั่วโมงที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ต่อวันแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 พบว่า จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ต่อครั้งที่มาพังงาแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.4 พบว่า ประเภทอุปกรณ์หลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ในของการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.5 พบว่า บุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด กับนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.6 พบว่า ช่วงไตรมาสที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน

โดยสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด	F	P
1. เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดในจังหวัดพังงา	9.780	.000*
2. จำนวนชั่วโมงที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดต่อวัน	.421	.657
3. จำนวนวันที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ต่อครั้งที่มาพังงา	23.894	.000*
4. ประเภทอุปกรณ์ใช้ในของการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด	20.750	.000*
5. บุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด	4.005	.019*
6. ช่วงไตรมาสที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด	.107	.956

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. เหตุผลหลักที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ถือเป็นกิจกรรมทางทะเลกิจกรรมหนึ่งที่นักท่องเที่ยว หรือนักกีฬาให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งแต่ละคนย่อมมีเหตุผล และมีจุดประสงค์ในการเข้าร่วมที่แตกต่างกัน บางคนอาจจะเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในจังหวัดพังงาเนื่องด้วยความเหมาะสมของระดับน้ำและคลื่นของทะเล บางคนอาจจะต้องการพักผ่อนและคลายเครียด ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน หรืออาจจะต้องการรับชมความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของทะเล และชายหาด ทำให้เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวหรือนักกีฬาที่ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด มีจุดประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชระ เชียงกุล (2558) ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผลการศึกษาพบว่า มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อชมการแข่งขันกีฬา และ

สอดคล้องกับการศึกษาของ วรพงษ์ ภูมิบ่อพลับ (2561) ทำการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโอกาสสำหรับจังหวัดชายแดนใต้ ผลการศึกษาพบว่า การติดตามชมกีฬาในมหกรรมการแข่งขันกีฬาและการเดินทางมาเพื่อเล่นกีฬาพร้อมทั้งการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การท่องเที่ยวในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ นราธิวาส ปัตตานี ยะลา มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามทั้งด้านธรรมชาติ ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรมและการค้าชายแดน แต่ต้องพบกับอุปสรรคที่สำคัญ คือ สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่สร้างความไม่มั่นใจต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเดินทางมาท่องเที่ยวส่งผลโดยตรงต่อความชบเซา และหดตัวของภาคเศรษฐกิจและภาคการท่องเที่ยว

2. จำนวนชั่วโมงที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ต่อวันแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ การเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด โดยทั่วไปแล้ว ระยะเวลาในการเล่นเซิร์ฟบอร์ดไม่ได้มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรม เพราะการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด อย่างน้อยต้องใช้เวลาโดยประมาณ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และจุดประสงค์หลักในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว จึงแสดงให้เห็นได้ว่าจำนวนชั่วโมงในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจ แต่อาจจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ชัดแย้งกับงานวิจัยของ พชรพร ขำหุ่่น (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เคยมาเที่ยวนครนายกครั้งละ 1-2 วัน เดินทาง กับเพื่อน 1-3 คน ในช่วงวันหยุดเสาร์ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง น้อยกว่า 3,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนาน และบันเทิง เลือกทำกิจกรรมที่โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า และทำกิจกรรมการล่องแก่ง/พายเรือคายัค

3. จำนวนวันที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ต่อครั้งที่มาพังงาแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ การเดินทางมาท่องเที่ยวและ

เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวจำนวนเวลา 2 - 3 วัน เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่มีความเหมาะสมมากที่สุด และอาจจะตรงกับช่วงวันหยุดของที่ทำงาน เช่น วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ เป็นต้น จึงมีผลทำให้จำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด มีความแตกต่างกัน ตามความสะดวกและความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ วัชรเวียงกุล (2558) ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผลการศึกษาพบว่า ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 2 วัน

4. ประเภทอุปกรณ์หลักที่ท่านใช้ในของการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ ประเภทของอุปกรณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด มีลักษณะการเล่นที่แตกต่างกัน และมีคุณสมบัติในการใช้งานที่แตกต่างกัน ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบใช้อุปกรณ์ประเภทบอร์ดสั้น ในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด มากที่สุด สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบเล่น เซิร์ฟบอร์ด โดยการเน้นลีลา ท่าทางในการโต้คลื่น การเลี้ยวโค้งที่มีความคล่องตัวสูง การลดอุโมงค์คลื่นหรือแม้กระทั่งการกระโดดไปตามเกลียวคลื่น อุปกรณ์ประเภทบอร์ดสั้น จึงมีความเหมาะสมมากที่สุด แต่หากต้องการฝึกหัดมือใหม่ในการเล่นเซิร์ฟบอร์ด สามารถเลือกอุปกรณ์ประเภทบอร์ดสั้น ได้ เพราะคุณสมบัติของอุปกรณ์ประเภทนี้เหมาะสำหรับมือใหม่ เนื่องจากวัสดุที่มีความอ่อนนุ่มทำให้โอกาสเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุที่รุนแรงนั้นน้อยกว่า และโดยปกติแล้วกระดานโต้คลื่นประเภทนี้จะลอยน้ำได้ดี และสามารถทรงตัวได้ง่ายกว่า จึงแสดงให้เห็นได้ว่าประเภทของอุปกรณ์เซิร์ฟบอร์ด มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรพร ขำหุ่่น (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ผลการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกทำกิจกรรมการล่องแก่ง/พายเรือคายัค

5. บุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ดกับท่านแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ การเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด โดยส่วนใหญ่เป็นการเข้าร่วมกิจกรรมทางทะเลเพียงคนเดียว ได้อยู่กับตัวเองมากขึ้น และแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมที่แตกต่างกัน ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด เพียงคนเดียว จะมีการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ได้ง่ายกว่ามากกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรพร ขำหรั่ง (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง และนอกจากนี้ยังพบว่า บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ช่วงไตรมาสที่ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ ในสมัยอดีตการเดินทางไปท่องเที่ยวทะเลหรือการเข้าร่วมกิจกรรมทางทะเล ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน – ฤดูฝนหรือในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 เพราะเป็นช่วง High season และสภาพบรรยากาศมีความเหมาะสมต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด หรือกิจกรรมทางทะเลมากที่สุด แต่ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทะเลจะมีในทุกไตรมาสของปี เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย จะเดินทางท่องเที่ยวในทุกครั้งที่มีโอกาส หรือทุกวันหยุดประจำปีหรือลาพักร้อน ซึ่งหากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีโอกาสและวันเวลาที่เหมาะสม ก็จะไปท่องเที่ยวทันที โดยไม่ได้คำนึงถึงช่วงไตรมาส หรือฤดูกาล ทำให้ช่วงไตรมาสไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด สอดคล้องกับแนวคิดของ วัชรเวียงกุล (2558) ทำการศึกษาแนวทางการ

พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2 ครั้งต่อปี

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในจังหวัดพังงา เพราะระดับน้ำและคลื่นมีความเหมาะสมกับทักษะการเล่นเซิร์ฟบอร์ด มีการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด จำนวน 2 – 3 ชั่วโมงต่อวัน และ 2 – 3 วันต่อครั้งที่มาพังงา โดยใช้อุปกรณ์ประเภทบอร์ดสั้น เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด เป็นส่วนใหญ่ เข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด กับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน และเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในช่วงไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน) และสำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านเหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนวันที่เข้าร่วมกิจกรรม ประเภทของการเข้าร่วมกิจกรรม และบุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ในจังหวัดพังงา ทำให้ทางสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพังงาได้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และสามารถรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษารั้งต่อไปอาจมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเซิร์ฟบอร์ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เนื่องจากพฤติกรรมของมนุษย์ในปัจจุบันมีหลากหลายก่อให้เกิดการตัดสินใจที่ซับซ้อนมากขึ้น ดังนั้นในการศึกษาเพื่อจะนำไปพัฒนา

ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ประกอบ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เพิ่มขึ้น และสามารถพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565, 23 มกราคม). สรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมชมเยือน เดือนธันวาคม 2565. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/news/category/657>

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: หจก.สามลดา.

กาญจนา จันทระจิต, พิมพ์พารณณ์ สุทธิหลวง, ธัญลักษณ์ โภษาเสวียง และ ศุภชัย ธรรมสุปรีดี. (2565). การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวแล้วหรือยัง?. *วารสารการเงินการคลัง*, 34(110), 1-10.

ชมรมกระดานโต้คลื่นจังหวัดพังงา. (2565). จำนวนผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโต้คลื่นประจำปี 2562-2565. พังงา: พัฒนาการพิมพ์.

พรพร ขำหรั่ง. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.

วรวงษ์ ภูมิบ่อพลับ. (2561). การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโอกาสสำหรับจังหวัดชายแดนใต้. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(2), 1793-1807.

วัชร ชาญกุล. (2558). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

Cochran, W.G. (1977) *Sampling Techniques*. (3rd ed.). John Wiley & Sons, New York.

Chillpainai. (2561, 5 กุมภาพันธ์). Surfing Destination ได้คลื่นทะเลพังงา แคกล้ำก็ไม่มีอะไรให้กังวล. สืบค้นจาก <https://www.chillpainai.com/scoop/9611/>

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

Travel Motivations of Thai Tourists Affecting Decision to Travel in Phang Nga Province

เลิศศักดิ์ ปนกลิ่น^{1*} ไพฑูรย์ มนต์พานทอง²

Lertsak Ponklin^{1*} Paithoon Monpanthong²

Corresponding Author's Email: Lp.wowandaman@gmail.com

(Received: July 17, 2023; Revised: October 5, 2023; Accepted: October 14, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา และ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา อย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และสำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงามากที่สุด คือ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านการคมนาคม และด้านสิ่งดึงดูดใจ และสำหรับแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย

Abstract

The objectives of this research were 1) to study demographic characteristics affecting tourism behavior of Thai tourists in Phang Nga and 2) to study travel motivations affecting travel decisions of Thai tourists in Phang Nga. The sample group used in this research was 385 Thai tourists who had traveled to Phang Nga Province with experience of traveling in Phang Nga Province at least once. By using a non-probability sampling method by purposive sampling and convenience sampling. The tool used for collecting data was a questionnaire. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. T-test, One-Way ANOVA (F-test), and Multiple Regression Analysis.

The results showed that the motivation for tourism overall was at a high level. When considering each side, it was found that the side with the highest average was that the intrinsic motivation of tourism was at a high level and

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการมหาบัณฑิต หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ Master's Student, Management, Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

² Lecturer, Management, Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

extrinsic motivation of tourism was at a high level and for the results of the hypothesis test, it was found that 1) tourists with age, education level, domicile, marital status and average monthly income had a statistically significant difference on the tourism behavior of Thai tourists in Phang Nga Province at the level of .05 and 2) The factor that most affects Thai tourists' travel decisions in Phang Nga Province is the extrinsic motivation of tourism (security, service, transportation, and attraction) and for the intrinsic motivation of tourism. (interpersonal relations, and physical aspects) with statistical significance at the .05 level

Keywords: motivation for tourism, decision, Thai tourists

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญ เป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญของจังหวัดพังงามีความหลากหลายทางการท่องเที่ยว ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ชุมชน เชิงสุขภาพหรือสปา น้ำพุร้อน และการท่องเที่ยวทางทะเล มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีศักยภาพ เช่น หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำดูปะการังที่มีชื่อเสียงในระดับโลก และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนในพื้นที่จังหวัดพังงาสร้างรายได้ในภาคบริการท่องเที่ยวมูลค่าหลายล้านบาท/ต่อปีให้กับประเทศ และเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว สูงเป็นอันดับ 5 ของภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต สงขลา กระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี แม้ปัจจุบันสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะมีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกทุกภูมิภาค รวมทั้งประเทศไทย และจังหวัดพังงา ที่กระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต ในช่วงปี 2563 เป็นช่วงปีของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาหดตัวลง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 1,213,421 คน จากจำนวน 4,905,309 คน ในปี 2562 หดตัวลงร้อยละ 75.26 กลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ จำนวน 638,824 คน หดตัวลงจากปี 2562 ที่มีจำนวน 1,434,895 คน หดตัวลง ร้อยละ 55.48 ในขณะที่เดียวกันกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีจำนวน 574,497 คน จากจำนวน 3,470,414 คน หดตัวลงร้อยละ 83.44 เช่นกัน (สำนักงานจังหวัดพังงา, 2564)

อย่างไรก็ตามแม้สถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะยังไม่ยุติ แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะรองรับสถานการณ์ภายหลังสถานการณ์

ภายหลัง โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้คลี่คลายลง ยังเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อการพัฒนา โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์สู่การท่องเที่ยวแนวใหม่ (New normal) ท่องเที่ยวยุคดิจิทัล มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาท่องเที่ยว และถึงตลาดการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ผู้พื้นที่จังหวัด ต่อไป ประกอบกับจังหวัดได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดร่วมกันประชาสัมพันธ์ ในเชิงรุก ทั้งในและต่างประเทศและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ และการกระตุ้นการท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบครบวงจร ตั้งแต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการพัฒนาสินค้า และผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ สร้างมาตรฐานทางการท่องเที่ยว ระดับสากลตลอดจนการพัฒนาเครือข่ายเพื่อกระจาย การท่องเที่ยวสู่ชุมชน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบครบวงจร กระจายรายได้ทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนและประชาชนในวงกว้าง และนำทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดพังงามาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นทุนทรัพย์และอัตลักษณ์ของจังหวัดพังงาให้เกิดความยั่งยืน เพิ่มรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง สังคมเกิดความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรม สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ด้วยการนำประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นมาสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชน ยังรวมถึงการสร้างตลาดการท่องเที่ยวในเชิงรุก การจัดหากิจกรรมใหม่ๆ ในพื้นที่รวมถึงการพัฒนา Cluster

ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวทางทะเลของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม รวมถึง การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว Sand box ในภูมิภาคกลุ่มอันดามัน (สำนักงานจังหวัดพังงา, 2564)

ในขณะที่เดียวกันภาครายได้จากการท่องเที่ยวของ จังหวัดพังงา มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 5 ของภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต สงขลา กระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น ในปี 2563 รายได้จากการท่องเที่ยว มีจำนวน 11,729 ล้านบาท หดตัวลงจาก ปี 2562 ที่มีจำนวน 51,705 ล้านบาท หรือหดตัวลงร้อยละ 77.32 รายได้จากนักท่องเที่ยวชายไทย หดตัวลง ร้อยละ 55.01 ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ก็หดลง ร้อยละ 80.50 เช่นกัน จากสภาวะสถานการณ์ความขัดแย้งทางเศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลกระทบต่อรายได้ของภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่งผลทำให้สถานประกอบการหลายแห่ง ต้องมีการเตรียมกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อให้ธุรกิจทางการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการวางแผนพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความประทับใจ รวมถึงรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต อันจะส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของจังหวัดพังงาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องข้อต่อผู้วิจัย อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับปรุงพัฒนาต่อยอดกลยุทธ์ในด้านการบริหารจัดการเพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และพัฒนาองค์กรให้เติบโตบรรลุเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ได้อย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research method) โดยศึกษาถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยต้องมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาอย่างน้อย 1 ครั้ง และไม่เกิน 5 ปี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยสูตรของ Cochran (1977) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยประมาณ 385 ตัวอย่าง เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป และสำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ได้มีการใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-end questionnaire) จำนวน 385 ชุด โดยคำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยจะครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพสมรส และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบ เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple choices)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว บุคคลที่มาท่องเที่ยวด้วย เดินทางท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสใด ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางใด ประเภทของสถานที่ที่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple choices)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามของลิเคิร์ท สเกล (Likert scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามของลิเคิร์ท สเกล (Likert scale) 5 ระดับ

3.2 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องทั้งการใช้ภาษาและให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อให้แบบทดสอบมีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูลโดยการใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการตรวจความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ พบว่า มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .67 ถึง 1.00 ผ่านเกณฑ์ .50 (Rovinelli and Hambleton, 1977) ถือว่าข้อคำถามสามารถนำไปใช้ได้

3.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้สมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูล จำนวน 30 ชุด จากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal consistency

method) ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) โดยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) มีค่าเท่ากับ .995 ซึ่งผ่านเกณฑ์ .70 ดังนั้นจึงสามารถนำข้อคำถามไปเก็บข้อมูลได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) ได้แก่ การค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ วารสาร สิ่งพิมพ์ และหนังสือทางวิชาการ รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยของผู้อื่นที่ได้ทำการศึกษาในเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ได้แก่ การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-end questionnaire) จำนวน 385 ชุด ผู้วิจัยลงพื้นที่บริเวณในจังหวัดพังงา เพื่อเก็บแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ด้วยตนเอง และการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) ผ่าน QR Code

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA: F-test) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการ

เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ต้องการพักผ่อนทางกายและจิตใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งโดยประมาณ 1,001 – 2,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงากับคู่สมรส/แฟน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในช่วงไตรมาสที่ 1 (มกราคม - มีนาคม) ช่วงวันศุกร์ – วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาจากช่องทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบไปท่องเที่ยวในจังหวัดพังงามากที่สุด คือ ทะเล/ชายหาด และกิจกรรมที่ชอบเข้าร่วมในจังหวัดพังงา คือ ทัวร์วันเดย์ทริป ดำน้ำตื้นที่หมู่เกาะสิมิลันภูเก็ต (มีเรือหลายแบบให้เลือก/ดำน้ำตื้น 2 ครั้ง)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก

3.1 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3.2 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคม อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านการตระหนักถึงปัญหา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.4 ภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.5 สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด

พังงา สามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตัวพยากรณ์	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.628	.226		2.777	.006
แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว					
ด้านกายภาพ (X_1)	.091	.045	.077	2.001	.046*
ด้านวัฒนธรรม (X_2)	-.026	.018	-.052	-1.470	.142
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (X_3)	.143	.035	.167	4.055	.000*
ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (X_4)	-.021	.029	-.030	-.709	.479
แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (X_5)	.070	.031	.108	2.280	.023*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_6)	.062	.045	.069	1.387	.166
ด้านการคมนาคม (X_7)	.141	.041	.160	3.455	.001*
ด้านการบริการ (X_8)	.191	.046	.220	4.136	.000*
ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย (X_9)	.207	.049	.225	4.227	.000*
R = .739, R ² = .547, Adjusted R ² = .536, SEest = .220, F = 50.237, Sig. = .000, Durbin Watson = 2.001					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ (Beta = .077) และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Beta = .167) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Beta = .108) ด้านการคมนาคม (Beta = .160) ด้านการบริการ (Beta = .220) และด้านระบบการรักษาความปลอดภัย (Beta = .225) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า เพศ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

1.2 อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า อายุ ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

1.3 ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี

1.4 ภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎาภรณ์ เนตรแก้ว (2559) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ภูมิลำเนา มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.5 สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี

2. จากการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้าน

กายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สัจด์ศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองขาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.2 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจภายใน ด้านวัฒนธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี

2.3 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สัจด์ศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.4 แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ขัดแย้งกับงานวิจัยของ วรพรรณ สัจด์ศรี (2558) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชั่นวาย ผลการศึกษาพบว่า สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง ความปลอดภัย และการบริการ/การรองรับส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชั่นวาย โดยผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปบริหารจัดการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว เพื่อให้เหมาะสมและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย

2.5 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สงัดศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขา ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.6 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์ (2560) ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านสรีระ การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความรู้สึกบางอย่าง แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง และแรงจูงใจส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

2.7 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ สงัดศรี (2558) ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขา ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.8 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการ

บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศ มัจฉริยกุล (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะได้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะได้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.9 แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย พบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศ มัจฉริยกุล (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะได้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะได้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจภายในของการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับแรงจูงใจภายนอกของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา ทำให้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกของนักท่องเที่ยวและความต้องการของ

นักท่งเที่ยวชาวไทย และสามารถรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่งเที่ยวได้อย่างสูงสุด ทำให้นักท่งเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับท่งเที่ยวซ้ำอีกครั้งได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตของประชากร เพื่อศึกษากลุ่มประชากรที่หลากหลายและสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างแต่ละพื้นที่ได้

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ฉะนั้นในการศึกษางานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของ การวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกและความหลากหลายของข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: หจก.สามลดา.
- เจษฎาภรณ์ เนตรแก้ว. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการท่งเที่ยวอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่งเที่ยวชาวไทย (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ณัฐวุฒิ จงธนะวัฒน์. (2560). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่งเที่ยวของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มาท่งเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

นริศา มัจฉริยกุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่งเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่งเที่ยวชาวไทย (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

วรพรรณ สงัดศรี. (2558). แรงจูงใจของนักท่งเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่งเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

วรรณพร วะสุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่งเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่งเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

สำนักงานจังหวัดพังงา. (2564). แผนพัฒนาจังหวัดพังงา พ.ศ. 2566-2570. สืบค้นจาก <http://www.phangnga.go.th/index.php/th/blog/1977-2566-2570>

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). John Wiley & Sons, New York.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 1(2), 49-60.

ปัญหาและแนวทางการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแพลตฟอร์ม

Problems and Law Development Guideline regarding Business Platform

ดวงพร บุญเลี้ยง^{1*} ปิยะพร ศรีวิชา¹ พุฒิพร เจียรประวัติ¹ ภาวิตา บุญเลี้ยง²
Duangporn Boonliang^{1*} Piyaporn Sriwicha¹ Puttiporn Jearaprawat¹ Pawita Boonliang²

Corresponding Author's Email: Duangporn.boonliang@ru.ac.th

(Received: June 14, 2023; Revised: September 19, 2023; Accepted: September 19, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแพลตฟอร์ม มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแพลตฟอร์ม รวมถึงศึกษาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายดังกล่าวอีกด้วย ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเอกสาร (Documentary research) และกระบวนการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

การศึกษายังพบสภาพปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจแพลตฟอร์มที่กระทบต่อรัฐ ได้แก่ ปัญหาในการจัดเก็บภาษีอากรของรัฐในกรณีที่เป็นธุรกิจแพลตฟอร์มต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทในต่างประเทศไม่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามมาตรา 70 แห่งประมวลรัษฎากร นอกจากนี้ยังพบปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจแพลตฟอร์มในส่วนของคู่สัญญาที่มีอำนาจการต่อรองน้อยกว่าคู่สัญญาอีกฝ่ายโดยที่ยังไม่มีกฎหมายใดให้ความคุ้มครอง รวมถึงปัญหาความได้เปรียบเสียเปรียบภายใต้หลักกฎหมายขัดกัน ซึ่งธุรกิจแพลตฟอร์มส่วนมากเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นบริษัทซึ่งจดทะเบียนตามกฎหมายต่างประเทศ จึงมักมีข้อกำหนด ตามสัญญาสำเร็จรูปที่ใช้บังคับกฎหมายตามที่อยู่ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มกำหนด

แม้ว่าปัจจุบันจะมีพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 กำหนดให้มีการควบคุมดูแลบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลตามกฎหมายต่างๆ แต่การควบคุมดูแลยังไม่รอบด้าน กล่าวคือ กฎหมาย เน้นให้ความคุ้มครองผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม โดยละเลยการดูแลผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์ม ดังนั้น จึงควรจะต้องปรับปรุงกฎหมายให้มีความเหมาะสมโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในบริการแพลตฟอร์ม

คำสำคัญ: ปัญหา กฎหมาย ธุรกิจแพลตฟอร์ม

Abstract

This study on the topic of problems and guideline of development on law business platform aimed to research the legal problems with respect to platform business including exploring the guideline to improve or develop such laws. The methodology applied in this study is qualitative research consisting of examining process, data analysis on documents or documentary research and interview of the related persons.

The study revealed that there were platform business problems affecting the government which are problems on authoritative tax collection in case of foreign platform business that the overseas-based entity is not required to pay the corporate income tax pursuant to section 70 of the Revenue Code. Furthermore, the problem of platform business includes the unequal bargaining power between the contracting party that the protection has not been given under laws. In addition, the problem on the advantage on the conflict of laws principle exists. Since most of business operators of platform business were company incorporated under the foreign laws, their adherence or

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² นักวิชาการอิสระ

¹ Lecturers, Laws Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University

² Independent Scholar

standard contract ordinarily contain the governing laws provision where the governing laws will be determined by the platform business operator.

Despite the existing Royal Decree on the Supervision of Digital Platform Services Required to be Notified B.E. 2565 (2022) prescribing the supervision of digital platform on various laws, the supervision and control are not thoroughly provided, that is to say, laws emphasize on the protection of the user of the platform but disregard the protection of the service provider through platform. Hence, it is recommended to improve the laws to be more suitable by taking all related persons in the platform service into account.

Keywords: problems, law business, platform

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) ที่มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศ นอกจากนี้โลกในยุคปัจจุบันก็เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคการแข่งขันทางดิจิทัล ทำให้ประเทศไทยจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงได้มีการกำหนดนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม (พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2580) สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมว่า “ปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์” ซึ่งดิจิทัลไทยแลนด์ หมายถึง ยุคที่ประเทศไทยสามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่นใด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน นอกจากนี้ยังมียุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในยุทธศาสตร์ที่ 2 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งยุทธศาสตร์นี้เป็นการเร่งส่งเสริมเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital economy acceleration) โดยมุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศสำหรับธุรกิจดิจิทัล (Digital business ecosystem) ควบคู่กับการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงธุรกิจและกระตุ้นให้ภาคเอกชนเกิดความตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้และปรับปรุงแนวทางการทำธุรกิจด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและเล็ก (SMEs) รวมถึงธุรกิจใหม่ (Startup) ในด้านเศรษฐกิจชุมชน เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยเชื่อมโยงท้องถิ่นกับตลาดโลก สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน (ประกาศ เรื่อง นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2562)

ในโลกที่เชื่อมโยงถึงกัน แนวคิดทางการตลาดจึงได้เริ่มปรับเปลี่ยนเป็น 4C's ซึ่งประกอบด้วยความร่วมมือสร้าง (Co-creation) การตั้งราคาให้มีความยืดหยุ่นคล้ายเงินตรา (Currency) กระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม (Communal activation) และการพูดคุย (Conversation) ในส่วนของการกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมนั้นได้เกิดแนวคิดเรื่องช่องทางจำหน่าย (Channel) ซึ่งเป็นแนวคิดการตลาดแนวใหม่ และเป็นการตลาดที่เปลี่ยนจากเดิม และการกระจายสินค้า ที่มีพลังมากที่สุด คือ การกระจายแบบเพื่อนถึงเพื่อน (Peer-to-peer Distribution) ตัวอย่างผู้ให้บริการ ได้แก่ Airbnb Uber Zipcar และ Lending Clup ทำให้ธุรกิจโรงแรม แท็กซี่ เช่ารถยนต์ และการธนาคาร เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ธุรกิจรูปแบบใหม่เหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างง่ายดาย โดยนำสินค้าและบริการของผู้บริโภครายอื่นมาจัดรวมไว้แล้วนำเสนอ (ฟิลิป คอตเลอร์, เหมะวัน การตลาด และ ไฉวัน เซเตียวาน, 2560)

ธุรกิจแพลตฟอร์ม (Business Platform) ก็เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจดิจิทัล และเกิดขึ้นจากแนวคิดการตลาดแนวใหม่ ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในยุคปัจจุบัน สอดคล้องกับผลวิจัยของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่เปิดเผยว่า 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง ปี 2563 อันดับ 1 คือ ธุรกิจแพลตฟอร์ม (ธุรกิจตัวกลางหรือตลาดกลางทางด้านอิเล็กทรอนิกส์) เช่น Shopee Lazada Lineman GrabFood เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่ทำให้

ให้ธุรกิจแพลตฟอร์มมาแรงสุด เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลง และหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น รวมถึงความเคยชินกับการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น และวิถีการใช้ชีวิตเน้นความสะดวกสบายมากขึ้น อีกทั้งกระแสการพัฒนาแพลตฟอร์มทั่วโลก ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ผู้บริโภคได้ตรงจุด แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแพลตฟอร์มอาจมีความเสี่ยงในด้านการแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากคู่แข่งในและต่างประเทศ ความไม่ชัดเจนของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และด้านความปลอดภัยหรือการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2562)

แม้ว่าธุรกิจแพลตฟอร์มเป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นไม่นาน แต่ธุรกิจนี้มีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แต่ทว่าส่วนใหญ่ของธุรกิจแพลตฟอร์มยังไม่มี ความชัดเจน ในด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น ทั้งปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดประเภทสัญญา ระหว่างเจ้าของแอปพลิเคชัน กับผู้ให้บริการ ในธุรกิจแพลตฟอร์ม สัญญา ระหว่างบริษัท ที่เป็นเจ้าของแอปพลิเคชันกับผู้ให้บริการในธุรกิจแพลตฟอร์มยังไม่มี ความชัดเจนว่าเป็นสัญญาประเภทใดระหว่างสัญญาจ้างแรงงาน หรือสัญญาจ้างทำของ หรือสัญญาที่ไม่มีชื่อ รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีในธุรกิจแพลตฟอร์ม ในปัจจุบันยังไม่พบว่าประเทศไทยได้จัดเก็บภาษีกับบริษัท ที่จดทะเบียนในต่างประเทศซึ่งไม่ได้ประกอบกิจการ ในประเทศไทยที่เป็นเจ้าของแอปพลิเคชันในธุรกิจแพลตฟอร์มนั้นอย่างไร เช่นประมวลรัษฎากร มาตรา 70 ได้บัญญัติถึงการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลกรณีบริษัทต่างประเทศที่มีได้ประกอบกิจการในประเทศไทยแต่ได้รับเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(2) (3) (4) (5) หรือ (6) ที่จ่ายจากหรือในประเทศไทยให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้นเสียภาษีโดยผู้จ่ายหักภาษีจากเงินได้พึงประเมินที่จ่าย ตามอัตราภาษีเงินได้สำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล แต่ในกรณีของการขายสินค้าเป็นเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(8) บริษัทจึงไม่ถูกเก็บภาษีตามมาตรา นี้ เป็นต้น การเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลดังกล่าวจึงอาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมระหว่างบริษัทที่จะจดทะเบียนในประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในต่างประเทศและปัญหาเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์ม สัญญา ระหว่างผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์ม

จะถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มในลักษณะที่เป็นสัญญาสำเร็จรูป กล่าวคือ เป็นสัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งสัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน ซึ่งสัญญาสำเร็จรูปดังกล่าวคู่สัญญาอีกฝ่ายไม่อาจต่อรองใดๆ ได้

งานวิจัยฉบับนี้เน้นการศึกษาธุรกิจแพลตฟอร์ม ที่เป็นธุรกิจรับส่งอาหาร และธุรกิจขายสินค้า เพราะเป็นธุรกิจ ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก อีกทั้งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตในแต่ละวันของมนุษย์ จึงทำให้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยในธุรกิจดังกล่าว

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะสำหรับการศึกษา ดังนี้

ธุรกิจแพลตฟอร์ม หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการ โดยผู้ประกอบการซึ่งเป็นตัวกลางหรือสื่อกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการบริหารจัดการข้อมูลเพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อกันโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระหว่าง ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ผู้ประกอบการ หมายความว่า บุคคลซึ่งประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์ม

ผู้ประกอบการ หมายความว่า บุคคลซึ่งเสนอสินค้าหรือบริการต่อผู้บริโภคผ่านบริการแพลตฟอร์ม

ผู้บริโภค หมายความว่า บุคคลซึ่งได้รับสินค้า หรือบริการ หรือได้รับการเสนอหรือการชักชวนจาก ผู้ประกอบการ หรือผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้รับสินค้า หรือบริการ และให้หมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการโดยชอบ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงผู้ประกอบการ

ผู้ใช้บริการ หมายความว่า บุคคลซึ่งใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และให้หมายความรวมถึงผู้ประกอบการและผู้บริโภคด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแพลตฟอร์ม
2. ศึกษาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแพลตฟอร์ม เพื่อให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมสถานการณ์ปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มหรือผู้ขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม และผู้บริโภค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีสองลักษณะ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์ วิจารณ์ได้ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูล จากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การเก็บรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและข้อมูลจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ตัวยกกฎหมาย ตำรา วิทยานิพนธ์ บทความ และเอกสาร อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มหรือผู้ขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม และผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ถึงปัญหาและแนวทางการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแพลตฟอร์ม ส่วนการนำเสนอข้อมูลนั้น ผู้วิจัยนำเสนอโดยใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยพบปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแพลตฟอร์ม ดังนี้

1. ปัญหาจากการจัดเก็บภาษีอากรสำหรับธุรกิจแพลตฟอร์ม

กรมสรรพากรได้จำแนกประเภทลักษณะการทำธุรกิจดิจิทัลโดยใช้เกณฑ์เรื่องการเข้าประกอบธุรกิจในประเทศไทย ออกเป็นแพลตฟอร์มในประเทศไทยหรือเป็นแพลตฟอร์มต่างประเทศ ซึ่งแพลตฟอร์มต่างประเทศ หมายถึง ธุรกิจดิจิทัลที่ประกอบธุรกิจ ในต่างประเทศและไม่มีบริษัทลูก หรือบริษัทสาขา ตามมาตรา 66 แห่งประมวลรัษฎากร หรือมีลูกจ้าง ผู้ทำการแทน ผู้ทำการติดต่อซึ่งก่อให้เกิดรายได้หรือกำไรในประเทศไทยตามมาตรา 76 ทวิ เหมือนกรณีแพลตฟอร์มในประเทศไทย นอกจากนั้น แพลตฟอร์มต่างประเทศมีรายได้จากการให้บริการ แยกได้สองกรณี คือ กรณีแรก ธุรกิจดิจิทัลที่ไม่มี

เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย แต่ให้บริการกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการในประเทศไทยโดยตรง กรณีที่สอง ธุรกิจดิจิทัลมีบริษัทลูกในประเทศไทยที่ให้บริการสนับสนุนบริษัทแม่ในต่างประเทศ แต่ไม่ได้ให้บริการกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการในประเทศไทยโดยตรง (วรณัฐ ธีระวัฒน์, 2563) ส่วนใหญ่ของธุรกิจแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการผ่านแพลตฟอร์มจะเป็นธุรกิจแพลตฟอร์มที่ไม่มีเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย (แพลตฟอร์มต่างประเทศ) กล่าวคือ ไม่มีการตั้งสถานประกอบการ หรือไม่มีตัวแทน หรือลูกจ้าง หรือผู้ทำการแทนในประเทศไทย จึงเข้าข่ายเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ มิได้ประกอบกิจการในประเทศไทย แต่มีรายได้อันเกิดจากการให้บริการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการในประเทศไทย แม้ว่าเงินที่บริษัทในต่างประเทศได้รับนั้นจะเป็นการจ่ายจากหรือจ่ายในประเทศไทยออกไปตามมาตรา 70 แห่งประมวลรัษฎากร แต่ส่วนมากของเงินได้ที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจ่ายออกไปนั้นจะเป็นเงินได้ที่อยู่นอกเหนือจากประเภทเงินได้ที่กำหนดไว้ กล่าวคือเป็นเงินได้ที่ได้จากธุรกิจพาณิชย์ตามมาตรา 40(8) ทำให้ผู้จ่ายไม่มีหน้าที่ต้องหักภาษีออกจากเงินได้ดังกล่าวก่อน จึงส่งผลให้บริษัทที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศจะไม่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย

2. ปัญหาเกี่ยวกับสถานะทางกฎหมายของผู้ทำงานบริการผ่านธุรกิจแพลตฟอร์ม

เนื่องจากธุรกิจแพลตฟอร์มมีหลากหลายประเภท แต่ธุรกิจแพลตฟอร์มที่มีความเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้ทำงานคือ ธุรกิจเกี่ยวกับการรับส่งอาหาร ซึ่งเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก แต่ลักษณะการทำงานของผู้ทำงานบริการรับส่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มยังไม่มีมาตรการในการดูแลอย่างเหมาะสม รวมทั้งยังมีปัญหาความไม่ชัดเจนในสถานะทางกฎหมายของผู้ทำงานบริการรับส่งอาหารผ่านแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะความสัมพันธ์ของผู้ทำงานและบริษัทแพลตฟอร์มว่าเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะใด (พรสุดา เจียมพัฒนาตระกูล, 2566) ในด้านความสัมพันธ์ของผู้ทำงานและบริษัทแพลตฟอร์ม เมื่อพิจารณาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พบว่า มีความไม่ชัดเจนจะเป็นไปในลักษณะใดระหว่างสัญญาจ้างแรงงานหรือสัญญาจ้างทำของ

หากพิจารณาว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำงานและบริษัทแพลตฟอร์มว่าเป็นสัญญาจ้างแรงงาน คู่สัญญาก็จะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายแรงงาน ไม่ว่าจะเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 เป็นต้น เมื่อผู้ทำงานบริการเป็นลูกจ้างย่อมได้รับความคุ้มครอง ตามกฎหมายแรงงาน ซึ่งงานวิจัยบางส่วนมีความเห็นว่า ผู้ทำงานบริการรับส่งอาหาร(ไรเดอร์) ผ่านแพลตฟอร์ม มีลักษณะที่เป็นการจ้างแรงงานโดยแพลตฟอร์ม เนื่องจากเหตุผลที่ว่า การทำงานมีลักษณะที่แพลตฟอร์มมีอำนาจควบคุมบังคับบัญชาผ่านทางกระเป๋ียบข้อบังคับ ระบบการให้คะแนน (Rating) หากฝ่าฝืนกฎระเบียบการทำงาน มีการลงโทษตามความร้ายแรงของการกระทำผิด แม้บางส่วนจะมีลักษณะเหมือนจ้างทำของ เช่น ความเป็นอิสระในการเลือกรับงานหรือเลือกช่วงเวลาในการทำงานได้ แต่อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมของการทำงานของไรเดอร์ยังมีลักษณะอยู่ภายใต้อำนาจควบคุมบังคับบัญชาของแพลตฟอร์ม และยังคงพึ่งพิงแพลตฟอร์มอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะการพึ่งพิงทางเศรษฐกิจ (เน้นทพล พุทธพงษ์, 2565) ส่วนนักวิจัยบางส่วนก็เห็นว่าการทำงานของผู้ทำงานบริการรับส่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มมีลักษณะการทำงานคล้ายลักษณะของสัญญาจ้างทำของมากกว่าสัญญาจ้างแรงงาน เนื่องจากเหตุผลที่ว่า ความเป็นอิสระในการเข้าออกงานที่ลูกจ้างสามารถเริ่มงานและเลิกงานเมื่อใดก็ได้ ความเป็นอิสระนี้ เป็นหนึ่งในเงื่อนไขสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการที่นายจ้าง ไม่มีอำนาจบังคับบัญชาเหนือลูกจ้าง (พรสุดา เจียมพัฒนาตระกูล, 2566) ดังนั้น ความสัมพันธ์ของผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์ม จึงมีความไม่ชัดเจนจะเป็นไปในลักษณะใดระหว่างสัญญาจ้างแรงงานหรือสัญญาจ้างทำของ แต่หากเกิดข้อพิพาทแล้ว ศาลพิเคราะห์ว่าเป็นสัญญาจ้างทำของ ย่อมทำให้ผู้ทำงานบริการผ่านธุรกิจแพลตฟอร์มจะไม่ได้ความคุ้มครอง ตามกฎหมายแรงงาน อีกทั้งยังต้องรับความเสี่ยงภัย ในทุกด้านด้วยตนเอง

3. ปัญหาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์ม

สัญญาระหว่างผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มจะถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มในลักษณะที่เป็นสัญญาสำเร็จรูป กล่าวคือเป็นสัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน ซึ่งสัญญาสำเร็จรูปดังกล่าว คู่สัญญาอีกฝ่ายไม่อาจต่อรองใดๆ ได้ ส่วนใหญ่ของข้อสัญญาจะกำหนดไว้ในลักษณะที่ยกเว้นความรับผิด และจำกัดความรับผิดของผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มเอง เช่น ข้อกำหนดที่ว่า “ในระหว่างการให้บริการของผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์ม หากก่อให้เกิดความเสียหายหรือสูญหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มและบุคคลอื่นใดไม่ว่าโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มจะต้องรับผิดชอบความเสียหายหรือสูญหายต่างๆ อันเกิดจากการกระทำของท่านเต็มจำนวนทุกประการ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มได้ชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้เสียหายหรือบุคคลอื่นใดจากการกระทำของผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์ม โดยผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มขอสงวนสิทธิในการไล่เบี่ยค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปออกจากผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มได้เต็มจำนวน” การชดใช้ค่าเสียหายผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มจะต้องชดใช้ และปกป้องผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มให้ปลอดภัยจากข้อเรียกร้องค่าใช้จ่าย และค่าที่ปรึกษากฎหมายที่เกิดจากการที่ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มฝ่าฝืนข้อกำหนดในการให้บริการ การที่ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มใช้แพลตฟอร์มในทางที่ผิดหรือกระทำผิด หรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง โดยผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มตกลงเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่าย ความเสียหาย หรือความสูญหายที่เกิดหรือเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินการตามข้อเรียกร้องของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มในจำนวนไม่เกิน 3,000 บาท ในแต่ละกรณี เป็นต้น แม้ว่าสัญญาที่ถูกกำหนดขึ้นบางส่วนนั้นจะมีลักษณะที่เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ก็ตาม ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มก็ไม่อาจได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่

ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เพราะกฎหมายให้ความคุ้มครองเฉพาะข้อตกลงในสัญญาสำเร็จรูประหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายเกินสมควร (มาตรา 4 วรรค 1) เมื่อผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มไม่อยู่ในสถานะของผู้บริโภคก็ไม่อาจอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายดังกล่าวได้

4. ปัญหาความได้เปรียบเสียเปรียบภายใต้หลักกฎหมายขัดกัน

ธุรกิจแพลตฟอร์มมักจะเกี่ยวข้องกับกฎหมายของหลายรัฐในลักษณะที่สัญญาทำขึ้นอาจมีลักษณะระหว่างประเทศไม่ว่าจะต้องเหตุอันเนื่องมาจากสัญชาติ ภูมิลำเนา ถิ่นที่อยู่ของคู่สัญญา สถานที่ที่สัญญาถูกทำขึ้น หรือสถานที่พึงปฏิบัติตามสัญญาที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ ฯลฯ สัญญาจึงมีลักษณะระหว่างประเทศซึ่งหากมีข้อพิพาทและมีการนำคดีขึ้นสู่ศาลไทย ศาลไทยจะต้องนำหลักกฎหมายขัดกันมาพิจารณากฎหมายขัดกันของประเทศไทย คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการขัดกันแห่งกฎหมาย พ.ศ. 2481 โดยหลักกฎหมายขัดกันว่าด้วยสัญญาที่สำคัญ คือ มาตรา 13 บัญญัติว่า “ปัญหาว่าจะพึงใช้กฎหมายใดบังคับสำหรับสิ่งซึ่งเป็นสาระสำคัญ หรือผลแห่งสัญญานั้นให้วินิจฉัยตามเจตนาของคู่กรณี ในกรณีที่ไม่อาจหยั่งทราบเจตนาชัดแจ้งหรือ โดยปริยายได้ ถ้าคู่สัญญามีสัญชาติอันเดียวกัน กฎหมายที่จะบังคับก็ได้แก่กฎหมายสัญชาติอันร่วมกันแห่งคู่สัญญา ถ้าคู่สัญญาไม่มีสัญชาติอันเดียวกันก็ให้ใช้กฎหมายแห่งถิ่นที่สัญญานั้นได้ทำขึ้น” หลักการตามประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ของไทยให้อิสระแก่คู่สัญญาในการแสดงเจตนาเลือกใช้กฎหมายเพื่อบังคับแก่สัญญา จึงเปิดช่องให้คู่สัญญาที่มีอำนาจต่อรองมากกว่าสามารถกำหนดให้สัญญา อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายของประเทศที่มีลักษณะที่ทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบกันทางสัญญา

ธุรกิจแพลตฟอร์มส่วนมากเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นบริษัทซึ่งจดทะเบียนตามกฎหมายต่างประเทศ จึงมักมีข้อกำหนดตามสัญญาสำเร็จรูปที่ใช้บังคับกฎหมายตามที่ ผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มกำหนด เช่น ข้อกำหนดในแพลตฟอร์มให้บังคับใช้และตีความตามกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ และกำหนดให้ศาลของประเทศสิงคโปร์เป็นศาลที่มี

เขตอำนาจเพียงศาลเดียวในการพิจารณาและตัดสินการฟ้องร้อง การดำเนินคดี กระบวนพิจารณาคดี และตัดสิน ข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นจากหรือเกี่ยวเนื่องกับข้อกำหนด ในบริการแพลตฟอร์ม เป็นต้น การที่ผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มได้กำหนดในลักษณะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาในการที่คู่สัญญาที่มีอำนาจต่อรองน้อยกว่าไม่ได้รับความคุ้มครองตามเจตนารมณ์ของกฎหมายภายในรัฐไทยได้

อภิปรายผล

ปัจจุบันมีพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ด้วยเหตุผลที่ว่าผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นสื่อกลางทางออนไลน์เป็นจำนวนมาก ครอบคลุมลักษณะและประเภทธุรกิจที่หลากหลาย และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมมากขึ้น สมควรที่จะต้องกำกับดูแลการประกอบธุรกิจบริการดังกล่าว เพื่อรักษาความมั่นคงทางการเงิน และการพาณิชย์ เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับ ในระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อป้องกันความเสียหาย ที่อาจเกิดขึ้นต่อสาธารณชน โดยกำหนดให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นธุรกิจบริการที่ต้องแจ้งให้ทราบ รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลและการควบคุมดูแลเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และกำหนดกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนส่งเสริม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลจัดทำแนวปฏิบัติที่ดีหรือมีกลไก ในการกำกับดูแลตนเองที่เหมาะสมสอดคล้องกับกฎหมาย ที่เกี่ยวข้อง โดยหลักการทั่วไปกำหนดให้มีการควบคุมดูแลบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลตามกฎหมายต่างๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกานี้ เว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายใดกำหนดการควบคุมดูแลบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเรื่องใด ไว้โดยเฉพาะ และมีหลักเกณฑ์ที่ประกันความโปร่งใสความเป็นธรรม หรือมีมาตรฐานการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกานี้ (มาตรา 5) โดยพระราชกฤษฎีกาฯ กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งข้อมูลต่างๆ เช่น ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งข้อมูลสำคัญของตนตามมาตรา 12 เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทบริการแพลตฟอร์ม ช่องทางการให้บริการ มูลค่าการทำธุรกรรม เป็นต้น รวมทั้ง ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบ

เกี่ยวกับข้อตกลงและเงื่อนไขการให้บริการตามมาตรา 17 เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมในการให้บริการให้ผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา 16 (เช่น บริการแพลตฟอร์มที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการโดยคิดค่าบริการ บริการแพลตฟอร์มที่เป็นสื่อกลางในการเสนอสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค เป็นต้น) ประกาศข้อตกลงและเงื่อนไขการให้บริการให้ผู้ให้บริการทราบอย่างชัดเจนและเหมาะสม ก่อนหรือขณะเข้าใช้บริการ อย่างน้อยในเรื่องต่างๆ เช่น เงื่อนไขในการให้บริการ การระงับหรือการหยุดให้บริการ และการคิดค่าบริการ ปัจจัยหลักของอัลกอริทึมหรือของหลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการจัดอันดับหรือแนะนำรายการสินค้าหรือบริการแก่ผู้ใช้บริการ ปัจจัยหลักของอัลกอริทึมหรือของหลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการนำเสนอโฆษณาสินค้าหรือบริการแก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้มีมาตรการบรรเทาความเสียหายและชดเชยหรือเยียวยาผู้ได้รับ ความเสียหาย อย่างน้อยประกอบด้วยมาตรการต่างๆ ตามมาตรา 25 ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน ช่องทางการให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการให้บริการ มาตรการอื่นที่คณะกรรมการประกาศกำหนด อีกทั้ง ผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา 16 และมาตรา 18 วรรคสอง ต้องจัดให้มีมาตรการการบรรเทาความเสียหายและการชดเชยหรือเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขการให้บริการด้วย ตามมาตรา 26 เช่น ขั้นตอนและมาตรการการดูแลผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหาย จากการให้บริการ ขั้นตอนการเยียวยาความเสียหาย และการแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ใช้บริการทราบ การระบุสาระสำคัญของสัญญาประกันภัยที่ผู้ประกอบการได้ทำไว้ในกรณีเกิดความเสียหาย (ถ้ามี)

จากการควบคุมดูแลบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเน้นการให้ความคุ้มครองผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในฐานะผู้บริโภคซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มยังไม่มีกฎหมายให้ความคุ้มครองดังเช่นผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดังกล่าว ดังนั้น จึงควรจะต้องมีกฎหมายที่จะดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในบริการแพลตฟอร์ม เพื่อให้การเกิดการบูรณาการ

สรุปผลการวิจัย

ธุรกิจแพลตฟอร์ม (Business platform) เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจดิจิทัลที่เกิดขึ้นจากแนวคิดการตลาดแนวใหม่ ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ด้วยหลากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลง และใช้เทคโนโลยีมากขึ้น รวมถึงการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมทั้งวิถีการใช้ชีวิตเน้นความสะดวกสบายมากขึ้น

เนื่องจากธุรกิจแพลตฟอร์มเป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นไม่นาน จึงทำให้กฎหมายที่ใช้บังคับบางส่วนอาจไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จากการศึกษาวิจัย พบว่า สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแพลตฟอร์มที่กระทบต่อรัฐ คือ ปัญหาในการจัดเก็บภาษีอากรของรัฐในกรณีที่ เป็นธุรกิจแพลตฟอร์มต่างประเทศ กล่าวคือ ธุรกิจแพลตฟอร์มที่ไม่มีการเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย ไม่ว่าจะ เป็นกรณีที่ไม่มี การตั้งสถานประกอบการ หรือไม่มีตัวแทน หรือลูกจ้าง หรือผู้ทำการแทนในประเทศไทย จึงเข้าข่ายเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ มิได้ประกอบกิจการในประเทศไทย แต่มีรายได้อันเกิดจากการให้บริการของลูกค้านักค้าหรือผู้ใช้บริการในประเทศไทย แม้ว่าเงินที่บริษัทในต่างประเทศได้รับนั้นจะเป็นการจ่ายจากหรือจ่ายในประเทศไทยออกไปตามมาตรา 70 แห่งประมวลรัษฎากร แต่ส่วนมากของเงินได้ที่ลูกค้านักค้าหรือผู้ใช้บริการจ่ายออกไปนั้นจะเป็นเงินได้ที่อยู่นอกเหนือจากประเภทเงินได้ที่กำหนดไว้ กล่าวคือ เป็นเงินได้ที่ได้จากธุรกิจพาณิชย์ ตามมาตรา 40(8) ทำให้ผู้จ่ายไม่มีหน้าที่ต้องหักภาษีออกจากเงินได้ดังกล่าวก่อน จึงส่งผลให้บริษัทที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศจะไม่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจแพลตฟอร์มในส่วนของคู่สัญญาที่มีอำนาจการต่อรองน้อยกว่าคู่สัญญาอีกฝ่ายโดยที่ยังไม่มีกฎหมายใดให้ความคุ้มครอง เช่น ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มในธุรกิจการรับส่งอาหารหรือสินค้า (Rider) ที่มองว่าสถานะของ ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มเป็นผู้รับจ้างในสัญญาจ้างทำของ โดยเป็นคู่สัญญากับผู้ประกอบการแพลตฟอร์ม การให้สถานะดังกล่าวทำให้ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มต้องรับภาระในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง ความพร้อมในการขนส่ง ความเสี่ยงภัยในระหว่างการขนส่ง รวมถึงความเสี่ยงภัยในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง เป็น

ต้น แต่ในด้านค่าตอบแทนที่ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มจะได้รับนั้น ถูกกำหนดโดยผู้ประกอบการแพลตฟอร์มอย่างเด็ดขาด และไม่มีอำนาจที่จะต่อรองใดๆ รวมทั้งการยอมรับข้อตกลงในสัญญาที่มีลักษณะเป็นสัญญาสำเร็จรูป กล่าวคือเป็นสัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน ซึ่งสัญญาสำเร็จรูปดังกล่าว คู่สัญญาอีกฝ่ายไม่อาจต่อรองใดๆ ได้ แม้ว่าสัญญาที่ถูกกำหนดขึ้นนั้นจะมีลักษณะที่เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมก็ตาม ผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มก็ไม่อาจได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เพราะกฎหมายให้ความคุ้มครองเฉพาะข้อตกลงในสัญญาสำเร็จรูประหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการค้าหรือวิชาชีพที่ทำให้ผู้ประกอบการค้าหรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายเกินสมควร (มาตรา 4 วรรค 1) เมื่อผู้ทำงานบริการผ่านแพลตฟอร์มไม่อยู่ในสถานะของผู้บริโภคก็ไม่อาจอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายดังกล่าวได้ อีกทั้ง ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแพลตฟอร์มอีกประการหนึ่ง คือ **ปัญหาความได้เปรียบเสียเปรียบภายใต้หลักกฎหมายขัดกัน** ธุรกิจแพลตฟอร์มส่วนมากเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทซึ่งจดทะเบียนตามกฎหมายต่างประเทศ จึงมักมีข้อกำหนดตามสัญญาสำเร็จรูปที่ให้อำนาจแก่กฎหมายตามที่อยู่ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มกำหนด เช่น ข้อกำหนดในแพลตฟอร์มให้บังคับใช้และตีความตามกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ และกำหนดให้ศาลของประเทศสิงคโปร์เป็นศาลที่มีเขตอำนาจเพียงศาลเดียวในการพิจารณาและตัดสินการฟ้องร้อง การดำเนินคดี กระบวนพิจารณาคดี และตัดสินข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นจากหรือเกี่ยวเนื่องกับข้อกำหนดในบริการแพลตฟอร์ม เป็นต้น การที่ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มได้กำหนดในลักษณะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาในการที่คู่สัญญาที่มีอำนาจต่อรองด้อยกว่าไม่ได้รับความคุ้มครองตามเจตนารมณ์ของกฎหมายภายในรัฐไทยได้

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับปัญหาต่างๆ ที่พบในการวิจัย ดังนี้

รัฐจะต้องสนับสนุนให้มีการศึกษาการจดทะเบียนภาษีอากรของรัฐที่เหมาะสมในธุรกิจแพลตฟอร์มของต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการจดทะเบียนภาษีอากรอย่างเท่าเทียม อีกทั้งศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายขัดกันที่เหมาะสมในธุรกิจแพลตฟอร์ม เพื่อให้คู่สัญญาได้รับความเป็นธรรมตามสถานะของคู่สัญญาแต่ละฝ่าย รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบความได้สัดส่วนระหว่างการบัญญัติกฎหมายเพื่อให้คุ้มครองคู่สัญญาที่มีสถานะอำนาจต่อรองด้อยกว่า กับ ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เพื่อหาจุดสมดุลในการพัฒนากฎหมายในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ประกาศ เรื่อง นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2562.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2562, 17 ธันวาคม). หอการค้าเปิด 10 ธุรกิจดาวรุ่ง ปี'63 ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม - อีคอมเมิร์ซมาแรง ส่วนร้านเช่า หนังสือแชมป์ดาวรุ่งปีหน้า. สืบค้นจาก <https://www.Prachachat.net/economy/news-402508>
- ฟิลิป คอตเลอร์, เหมะวัน การตะจายา และ ไอนัน เซเตียวาน (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ ผู้แปล). (2560). *การตลาด 4.0*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.
- วรุณ ธีระวัฒน์. (2563). *แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเงินได้สำหรับเศรษฐกิจดิจิทัล : กรณีศึกษาการทำธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มต่างประเทศที่มีได้ประกอบการในในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พรสุดา เจียมพัฒนาตระกูล. (2566). สถานะทางกฎหมายของผู้ทำงานบริการรับส่งอาหาร ผ่านแพลตฟอร์ม. สืบค้นจาก <https://www.labour.go.th/attachments/article/63762/Legal%20status%20of%20riders%20working%20for%20food%20delivery%20platforms.pdf>
- นันทพล พุทธิพงษ์. (2565). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงาน แพลตฟอร์มดิจิทัล: ศึกษากรณีธุรกิจรับส่งอาหารในประเทศไทย (ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์). *วารสารรามคำแหง ฉบับนิติศาสตร์*, 11(1), 263 - 309.

การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

Website Development of Community Media Learning Center (CMLC), University of Phayao

พรพรรณ จันทร์แดง^{1*} อาทิตย์ บุญกว้าง²Phornphan Jandaeng^{1*} Arthit Boonkwang²Corresponding Author's Email: pjandaeng@gmail.com¹

(Received: April 26, 2023; Revised: November 2, 2023; Accepted: November 7, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา สำหรับเป็นแหล่งจัดเก็บและให้บริการข้อมูลสารสนเทศด้านสื่อชุมชนและทีวีชุมชนและเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 187 คน วิธิดำเนินการวิจัยมี 5 ขั้นตอน คือ การออกแบบฐานข้อมูล การพัฒนาฐานข้อมูล การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา ใช้เครื่องมือในการพัฒนาประกอบด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) 2.50 กิกะเฮิร์ต หน่วยความจำหลัก (RAM) ขนาด 4 กิกะไบต์ และฮาร์ดดิสก์ (Hard disk) 400 กิกะไบต์ ส่วนโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ ได้แก่ โปรแกรมอะโดบี ดรีมวีฟเวอร์ซีเอส 6 (Adobe Dreamweaver CS 6) โปรแกรมพัฒนาระบบภาษาพีเอชพี (PHP) และโปรแกรมจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL)

ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) ส่วนผลการประเมินเว็บไซต์โดยผู้ใช้งาน พบว่ามีความพึงพอใจด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.13$) มีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.11$) มีความพึงพอใจด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.11$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$)

คำสำคัญ: การพัฒนาเว็บไซต์ เว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน

Abstract

The aims of this research were to develop the Community Media Learning Center (CMLC) website, University of Phayao, for storing and providing information about community media and community television, and to assess the satisfaction of users of the CMLC website, University of Phayao. The research method has 5 steps: database design, database development, identifying population and sample, data collection, and data analysis. The study revealed that CMLC website, University of Phayao, employed the development tools including a computer with a CPU of 2.50 gigahertz, RAM of 4 gigabytes, and a hard disk of 400 gigabytes. The programs used to create the website were Adobe Dreamweaver CS 6, PHP language and MySQL.

The assessments of the website made by experts in average are at a high level ($\bar{X} = 4.14$). For the satisfaction of the users, the satisfaction in quality of the database and website in average is at a high level ($\bar{X} = 4.13$), satisfaction in database design in average is at a high level ($\bar{X} = 4.11$), satisfaction in easy access to information in average is at a high level ($\bar{X} = 4.11$), and satisfaction in database and website of CMLC in average is at a high level ($\bar{X} = 4.16$).

Keywords: website development, CMLC website, community media learning center

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการศึกษาสื่อสารสื่อใหม่ คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

¹ Lecturer, Department of New Media Communication, University of Phayao

² นักวิชาการศึกษา คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

² Educator, Faculty of Business and Communication Arts, University of Phayao

ความเป็นมาของปัญหา

ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา เกิดขึ้นจากความต้องการเพิ่มศักยภาพประชาชนด้านการสื่อสาร การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเครื่องมือและเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลให้มากที่สุด ภายใต้ความเชื่อที่ว่าประชาชนหรือชุมชนควรเป็นผู้กำหนดการสื่อสาร กำหนดวาระของพวกเขา เพื่อแสดงออกถึงความต้องการและการมีอยู่ของพวกเขาให้ปรากฏในสังคมและสาธารณะได้เข้าใจได้ด้วยตัวพวกเขาเอง ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนฯ เป็นก้าวสำคัญที่จะช่วยเติมเต็มความรู้ความเข้าใจทางวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และแนวทางการปฏิบัติงานในพื้นที่ของนักสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน รวมทั้งสร้างความรู้และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาชุมชน ตลอดจนเป็นกรอบแนวทางในการตัดสินใจสนับสนุนส่งเสริมเพื่อให้ภาคประชาชนเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่และการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลของสังคมไทยได้อย่างเหมาะสม

สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ให้บริการชุมชนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในฐานะเป็นสมาชิกของชุมชน โดยแสดงบทบาทต่อการเป็นช่องทางที่ทำให้เสียงและเรื่องราวของคนธรรมดาทั่วไปคนด้อยโอกาส ได้ปรากฏให้สังคมได้รับรู้และตระหนักถึงการมีอยู่และเห็นความสำคัญของพวกเขา พร้อมกับส่งเสริมและสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปสู่สังคมที่ดีขึ้น (ภัทรา บุรารักษ์, 2565) นอกจากนี้ยังมีคนทำสื่อในชุมชนท้องถิ่นจำนวนหนึ่งที่เชื่อในหลักการสื่อสารของชุมชนและเชื่อว่าคลื่นความถี่เป็นของสาธารณะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายสื่อพลเมืองทำงานต่อเนื่องเพื่อสื่อสารเรื่องราวให้ตอบสนองของคนในชุมชน (กองบรรณาธิการเว็บไซต์ citizenthaipbs.net, 2563)

การสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นการสื่อสารที่ผู้ใช้สื่อมีพลังในการสร้างการรับรู้ เปลี่ยนความคิดและก่อให้เกิดพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อและพลเมืองในสังคม จึงเปรียบได้ว่าเสียงของผู้ใช้สื่อในยุคดิจิทัลเป็นเสียงที่มีพลังอำนาจ (Powerful voice) ซึ่งมีพลังอำนาจในการช่วยกันสร้าง จัดการ แก้ไขและส่งต่อข้อมูลไปยังผู้ใช้สื่ออื่นๆ อย่างไม่มีวันจบสิ้น เสียงที่มีพลังของผู้ใช้สื่อนี้มีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงการสื่อสาร ตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคลจนไปถึงการสื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ในสังคม (วิกานดา พรสกุลวานิช, 2565)

การใช้สื่อในชุมชน หมายถึง แนวทางที่จะนำเครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว ผ่านสื่อที่มี

อยู่ในชุมชนไปสู่ประชาชนในชุมชนอย่างมีเป้าหมาย วิธีการวัตถุประสงค์ และมีการวิเคราะห์ที่ผู้รับสาร โดยพิจารณาจากประเภทของสื่อ มีการคำนึงถึงการบริโภคสื่อและลักษณะที่ใช้ของคนในชุมชนให้เกิดประโยชน์ (กุลทิพย์ ศาสตะวูลิ, 2559)

การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา มีวัตถุประสงค์ 5 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อให้บริการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมด้านการผลิตสื่อชุมชนและเตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มคนในการขอใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์บริการชุมชน 2) เพื่อพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมความรู้และพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการสื่อชุมชน การผลิตสื่อชุมชนทั้งในระบบดิจิทัลและออนไลน์ และการเป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์บริการชุมชน 3) เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและทักษะด้านการสื่อสาร การผลิตรายการสื่อชุมชนและโทรทัศน์บริการชุมชนทั้งระบบดิจิทัลและออนไลน์ให้กับประชาชนในชุมชนและผู้สนใจ 4) เพื่อพัฒนาห้องสมุดออนไลน์ที่เป็นฐานข้อมูลโดยการรวบรวมจัดเก็บและสืบค้นข้อมูลเนื้อหารายการและผลผลิตสื่อที่มีคุณภาพและเป็นต้นแบบที่เกี่ยวข้องกับสื่อชุมชนและสื่อบริการสาธารณะ และ 5) เพื่อพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันและการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลให้กับคนในชุมชนและผู้สนใจ

การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนฯ เว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนมหาวิทยาลัยพะเยา (<http://cmlic.bca.up.ac.th/>) เป็นเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้เป็นเว็บไซต์ต้นแบบของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนในประเทศไทย โดยมีการรวบรวมสื่อหลากหลายประเภทไว้ในเว็บไซต์ ในรูปแบบของห้องสมุดออนไลน์ ทั้งในส่วนของรายการต้นแบบและส่วนของรายการที่ทางชุมชนเป็นผู้พัฒนาขึ้นมาเอง นอกจากการรวบรวมสื่อในรูปแบบของห้องสมุดออนไลน์แล้ว เว็บไซต์ยังเป็นศูนย์กลางในการอำนวยความสะดวกให้กับชุมชนที่ต้องการพัฒนาสื่อ โดยมีระบบเว็บบอร์ด ระบบสมาชิกสำหรับผู้ที่ต้องการเยี่ยมชม การขอใช้งานห้องสตูดิโอในการถ่ายทำ รวมถึงการจ้างที่ปรึกษาสำหรับให้คำแนะนำในการพัฒนาสื่อ รวมถึงข้อมูลทางวิชาการและหลักสูตรอบรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นแหล่งจัดเก็บและให้บริการข้อมูลสารสนเทศด้านสื่อชุมชนและโทรทัศน์บริการชุมชน
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบฐานข้อมูล วิธีการออกแบบฐานข้อมูลประกอบด้วย การออกแบบระบบฐานข้อมูลออนไลน์ การกำหนดกลุ่มรายการ และการวางแผนการแสวงหารายการรวมถึงขั้นตอนการขอรายการ ตามรายละเอียด ดังนี้

1.1 การออกแบบระบบฐานข้อมูลออนไลน์ เป็นการนำแนวคิดการพัฒนาระบบแบบ SDLC (System Development Life Cycle: SDLC) มาเป็นแนวทางในการออกแบบระบบฐานข้อมูล ซึ่งเป็นวงจรที่แสดงถึงกิจกรรมต่างๆ ในวิธีการพัฒนาและออกแบบระบบตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสำเร็จ เริ่มต้นจากการประชุมหารือกันเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของระบบซึ่งมีแนวคิดหลักคือต้องสามารถรองรับประเภทของสื่อ และง่ายต่อการค้นหาข้อมูล มีคุณสมบัติในการแสดงผลทางหน้าจอคอมพิวเตอร์และหน้าจอโทรศัพท์ (Smart phone) หลังจากผ่านการเห็นชอบจากคณะทำงานแล้ว ดำเนินการพัฒนาซอฟต์แวร์และจัดทำเอกสาร ขั้นตอนต่อมาเป็นการทดสอบการใช้งานระบบและการบำรุงรักษา ในขั้นตอนนี้มีระบบสำหรับจัดการข้อมูลผู้ใช้งาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ผู้ดูแลระบบ (Admin) และผู้ใช้งานระบบ (User) โดยผู้ดูแลระบบสามารถใช้งานระบบบริหารจัดการหลังบ้าน การอัปเดตข้อมูลและการบันทึกข้อมูล ส่วนผู้ใช้งานระบบสามารถใช้งานเว็บไซต์และสืบค้นฐานข้อมูล ตลอดจนการประเมินผลการใช้งาน

1.2 การกำหนดกลุ่มรายการ ซึ่งแบ่งตามประเภทเนื้อหาสำหรับการจัดทำเว็บไซต์ และ Playlist โดยอ้างอิงจากประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2

กลุ่มหลัก คือ กลุ่มข่าวและกลุ่มสารประโยชน์ ตามรายละเอียด ดังนี้

1.2.1 ข่าว ประกอบด้วย 4 ประเด็น ดังนี้ 1) ข่าวสถานการณ์ปัจจุบัน 2) รายการสนทนาอภิปรายประเด็นปัญหาของชุมชน 3) รายการสนทนาอภิปรายประเด็นที่เป็นประเด็นโต้แย้งกันในชุมชน 4) รายการสนทนา อภิปรายแสดงความคิดเห็นทางการเมือง/นโยบายสาธารณะในชุมชนท้องถิ่น

1.2.2 สารประโยชน์ ประกอบด้วย 6 รายการ ดังนี้ 1) รายการที่สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้ประชาชน 2) รายการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดเห็นระหว่างกัน 3) รายการที่ให้การศึกษา ความรู้และทักษะที่จำเป็น 4) รายการที่ส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ 5) รายการที่ส่งเสริมความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะ และ 6) รายการที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนให้แน่นแฟ้น

1.3 แผนการแสวงหารายการที่ชุมชนต้นแบบและขั้นตอนการขอรายการ

1.3.1 การวางแผนการแสวงหารายการของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน โดยการค้นหาคลิปรายการโทรทัศน์ต้นแบบจากองค์กรอิสระ เช่น กองทุนวิจัยและพัฒนากิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) องค์กรแพรร่าภาพและกระจายเสียงสาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทยพีบีเอส) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

1.3.2 ขั้นตอนการขอรายการต้นแบบ

1) คณะทำงานได้วางแผนร่วมกันในการแสวงหารายการต้นแบบที่มีคุณภาพเพื่อเป็นตัวอย่งแก่ผู้ที่จะทำสื่อได้ศึกษาและเห็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยคัดเลือกรายการและนำเสนอต่อคณะทำงานร่วมกันพิจารณาว่ารายการใดบ้างที่เหมาะสมเป็นสื่อต้นแบบสำหรับศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

2) ประสานงานทางวาทากับหน่วยงานที่จะขอรายการ หลังจากนั้นขอรายละเอียดในการติดต่อที่เป็นทางการทั้งรายชื่อผู้บริหารองค์กรที่มีอำนาจอนุมัติให้นำรายการไปเผยแพร่ได้ ที่อยู่ในการติดต่อ รวมถึงผู้ประสานงานในการติดต่อสื่อสาร

3) ทำหนังสือถึงองค์กรเจ้าของรายการเพื่อขออนุมัตินำรายการมาเผยแพร่ในเว็บไซต์ของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน

มหาวิทยาลัยพะเยา โดยระบุวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ช่องทางในการเผยแพร่ และกำหนดวันเวลาที่สิ้นสุดการเผยแพร่

4) ติดต่อกับผู้ประสานงานในองค์กรเรื่องการส่งมอบคิปรายการว่าจะใช้ช่องทางใดที่จะสะดวกและเหมาะสมกับทั้งฝ่ายผู้มอบและผู้รับ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักจะส่ง link มาให้ดาวน์โหลดรายการ

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาฐานข้อมูล

วิธีการพัฒนาข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลออนไลน์ และระบบฐานข้อมูล

2.1 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลออนไลน์ มีขั้นตอนดังนี้

2.1.1 การกำหนดและวิเคราะห์ปัญหา คณะทำงานได้ร่วมกันกำหนดและวิเคราะห์ปัญหาจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศูนย์เรียนรู้สู่ชุมชน พบว่าในปัจจุบันยังไม่มีศูนย์เรียนรู้สู่ชุมชนในประเทศไทยที่เป็นรูปธรรมชัดเจน และยังไม่มีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งที่ทำหน้าที่รวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้สู่ชุมชนในทุกๆ ด้าน

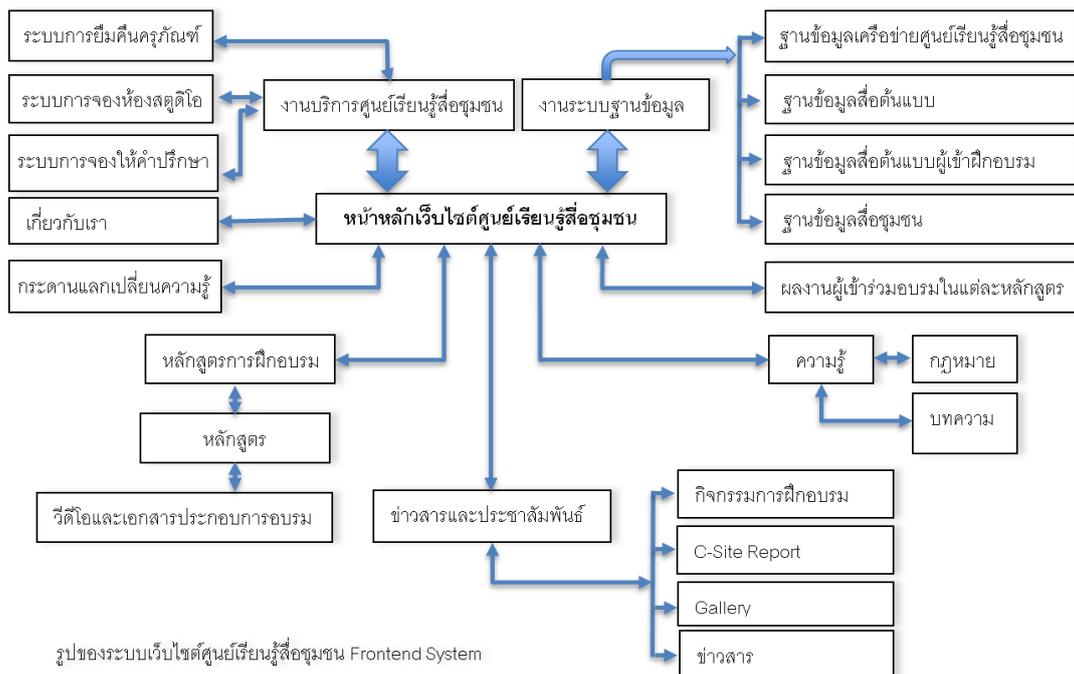
2.1.2 การจัดหาและรวบรวมข้อมูล การกำหนดขอบเขตและเนื้อหาเพื่อใช้ในการสร้างฐานข้อมูลห้องสมุดออนไลน์ ฐานข้อมูลต้นแบบ คณะทำงานได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 กลุ่มหลัก

คือ กลุ่มข่าวและกลุ่มสารประโยชน์โดยอ้างอิงจากประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

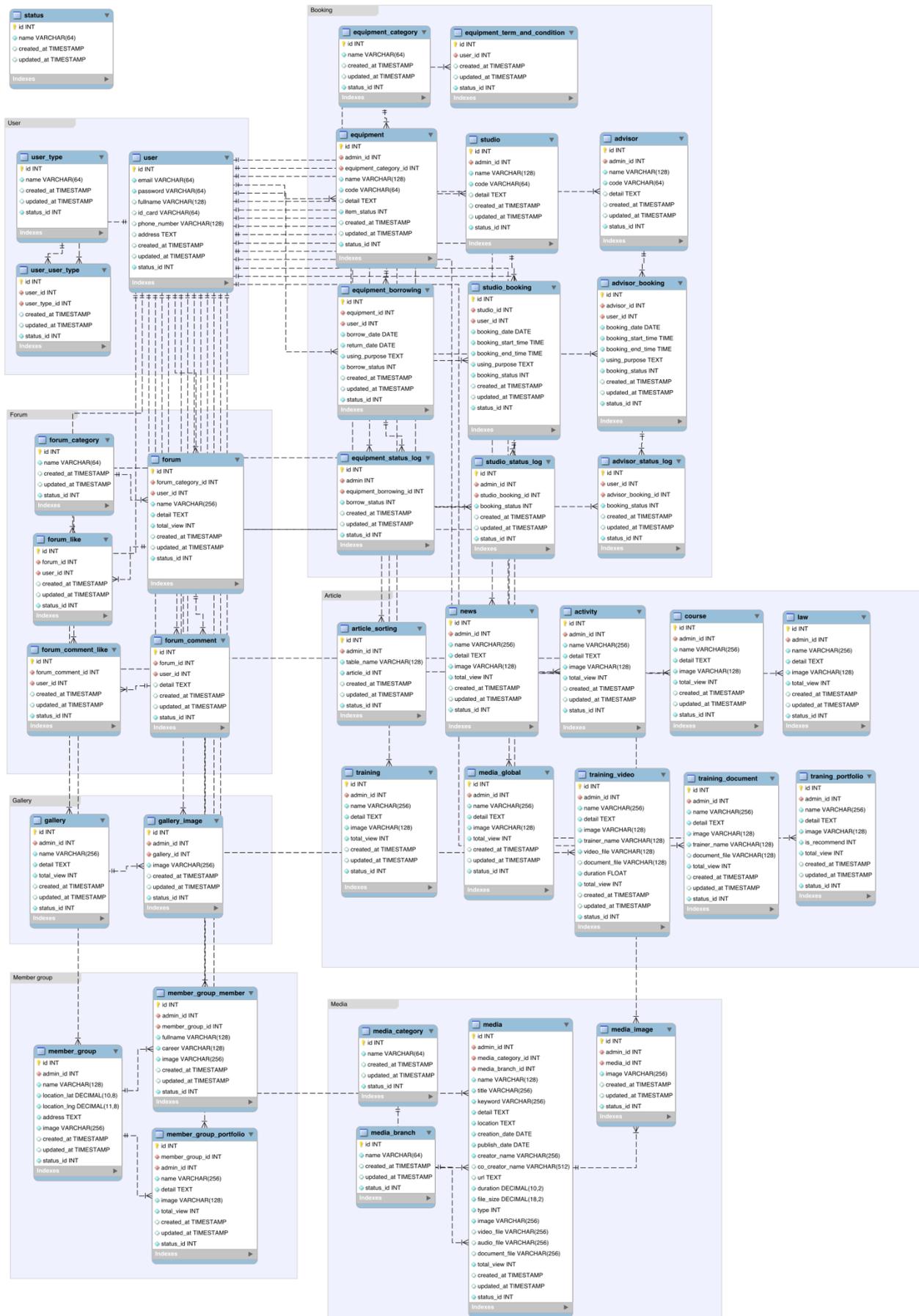
2.1.3 การออกแบบฐานข้อมูล

1) การออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลห้องสมุดออนไลน์ การออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบมีการออกแบบโดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้และการเรียกดูข้อมูล โปรแกรมหลักแบ่งเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ส่วนของฐานข้อมูลและส่วนของการสืบค้น ส่วนของฐานข้อมูลประกอบด้วยการจัดเก็บข้อมูลในแฟ้มข้อมูลและการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมข้อมูล ด้านการสืบค้นฐานข้อมูลประกอบด้วยการสืบค้นจากเมนู คั่นทหายกร/คิปรต้นแบบ/การแสดงผลชื่อและรายละเอียดของคิปรายการที่ตรงตามความต้องการ/ การแสดงผลลัพท์ของรายการต้นแบบ และการดาวน์โหลดข้อมูลเพื่อนำไปใช้งาน

2) การออกแบบการแสดงผลบนหน้าจอ โดยวิเคราะห์ความต้องการในการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้ฐานข้อมูล และสรุปความต้องการในด้านความง่ายและสะดวกในการสืบค้นข้อมูล ความสามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งภาพ เสียงตลอดจนภาพและเสียง ความง่ายต่อการเรียนรู้ ส่วนฐานข้อมูลพัฒนาโดยใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล (DBMS: Database Management System)



ภาพที่ 1 การออกแบบการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สู่ชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา



ภาพที่ 2 การออกแบบฐานข้อมูลด้วย ER Diagram (Entity-Relationship Diagrams) เพื่อจัดเก็บฐานข้อมูลในรูปแบบของความสัมพันธ์ในการดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สู่ชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

3) การพัฒนาระบบ เป็นการเขียนโปรแกรมเพื่อสร้างส่วนที่โต้ตอบกับผู้ใช้ทั้งสองกลุ่มคือ ผู้ดูแลระบบและผู้ใช้ระบบให้สามารถปฏิบัติงานได้ดังนี้ 1) ผู้ดูแลระบบมีหน้าที่เพิ่มข้อมูล แก้ไขข้อมูล และลบข้อมูล 2) ผู้ใช้งานระบบสามารถสืบค้นข้อมูล และดาวน์โหลดข้อมูล การสืบค้นข้อมูลผู้ใช้ทั่วไปสามารถสืบค้นได้ แต่การดาวน์โหลดให้บริการเฉพาะผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนเท่านั้น

2.1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลประกอบด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์ (Hardware) มีลักษณะดังนี้ 1) หน่วยประมวลผลกลาง (CPU) 2.50 กิกะเฮิร์ต 2) หน่วยความจำหลัก (RAM) ขนาด 4 กิกะไบต์ 3) ฮาร์ดดิสก์ (Hard disk) 400 กิกะไบต์ และโปรแกรม (Software) ที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ ประกอบด้วย 1) โปรแกรมอะโดบีดรีมวีฟเวอร์ซีเอส 6 (Adobe Dreamweaver cs6) 2) โปรแกรมพัฒนาระบบภาษาพีเอชพี (PHP) และ 3) โปรแกรมจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL)

2.2 ระบบฐานข้อมูล

2.2.1 ระบบฐานข้อมูลห้องสมุดออนไลน์ แบ่งออกเป็น 6 ระบบ ดังนี้ 1) ระบบฐานข้อมูลสำหรับจัดเก็บรายละเอียดของวิดีโอคลิปและระบบการสืบค้น 2) ระบบฐานข้อมูลตรวจสอบการยืมคืนครุภัณฑ์ 3) ระบบฐานข้อมูลจัดการเนื้อหา (Content management) 4) ระบบบริหารจัดการสมาชิก (User manage) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลผู้ดูแลระบบและข้อมูลผู้ใช้งานทั่วไป 5) ระบบสถิติการเข้าใช้เว็บไซต์ แสดงสถิติการเข้าใช้งานเนื้อหาแต่ละส่วนของระบบเว็บไซต์ และ 6) ระบบกระดานข่าว (Web board) เป็นเมนูสำหรับจัดการกระทู้และการโพสต์ข้อความของผู้ใช้งาน

2.2.2 ระบบการจัดเก็บข้อมูลของเว็บไซต์ แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลที่ใช้ในการติดตั้งระบบเว็บไซต์ ข้อมูลในส่วนนี้ถูกเก็บไว้ในไดรฟ์ C โดยใช้พื้นที่ทั้งหมด 367 MB 2) ข้อมูล Library Content ประกอบไปด้วยคลิปฐานข้อมูลรายการต้นแบบ คลิปวิดีโอผลงานของผู้เข้าอบรม เอกสารภาพถ่าย ข้อมูลเสียง การเข้าถึงไฟล์และการใช้บริการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยการใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์หรือแอปบนมือถือซึ่งมีความปลอดภัยสูง ข้อมูลในส่วนนี้ถูกเก็บไว้ใน ไดรฟ์ D โดยใช้พื้นที่ทั้งหมด 179 GB 3) ข้อมูลดาต้าเบส ข้อมูลในส่วนนี้

ถูกเก็บไว้ในระบบ MySQL ใช้พื้นที่ทั้งหมด 2.46 MB 4) ข้อมูล Backup ข้อมูลในส่วนนี้ถูกเก็บไว้ในระบบ NAS โดยมีการ Backup ทั้งในส่วนของดาต้าเบส และในส่วนของ Content ใช้พื้นที่ทั้งหมด 278.12 GB

2.2.3 วิธีการนำเสนอข้อมูลรายการต้นแบบ แยกตามรายการเพลย์ลิสต์ ได้แก่ ดีสลาตัน ทีวีจอฮีสาน ทีวีจอเหนือ ช่างคิดช่างฝัน ธรรมะกับทโมเน จดหมายไขลาน พลเมืองข่าว by Backpack Journalist สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่ สื่อการสอนโปรแกรม Adobe Premiere Pro ผ้าทอไทลื้อ Sound and Music ชุดชาติพันธุ์ม้ง ภาษาแม่ ส่งเสริมสูงวัยมาใช้สื่อโซเชียลมีเดีย นิทานก้อมกำเมือง ที่นบ้านเรา ภูมิภาค 3.0 กลางเมือง องศาเหนือ ปลอดภัยวิถีปราชญ์ คนหัวใจแกร่ง ลุยสยาม วิลแชร์ ก้าวที่กล้า และรายการของนิสิตสาขาการสื่อสารสื่อใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยารวมทั้งหมด 25 เพลย์ลิสต์

2.2.4 วิธีการสืบค้นและการดาวน์โหลด บุคคลทั่วไปที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถสืบค้นรายการฐานข้อมูลต้นแบบที่วิชุมชนได้ตามประเภทของสื่อ คือ สื่อภาพ สื่อเสียง รวมทั้งสื่อภาพและเสียง ทางด้านรายละเอียดของคลิปต้นแบบ ค้นได้จากชื่อเรื่อง (Title) หัวเรื่อง (Subject heading) และคำสำคัญ (Keyword) โดยการพิมพ์คำค้นลงในช่อง “ค้นหาที่นี่” ส่วนการดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้งานต้องสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนก่อน จึงสามารถสามารถดาวน์โหลดเอกสารและคลิปรายการได้

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากร ได้แก่

3.1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.1.2 บุคคลที่สนใจเข้าชมเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

3.2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 3 คน

3.2.2 บุคคลที่สนใจเข้าชมเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคมถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2565 มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 187 คน

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 คน ในการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้งานฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา ในรูปแบบของ Google form และ QR Code โดยเผยแพร่ในช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ Facebook Group/ LINE Group สำหรับกลุ่มที่เคยอบรมกับศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน รวมถึงหน้าเว็บไซต์ของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2565 มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 187 คน

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยาที่พัฒนาขึ้น โดยในการวิเคราะห์จะใช้ค่าเฉลี่ยเทียบกับเกณฑ์การประเมินดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง
4.21 - 5.00	เหมาะสมมากที่สุด
3.41 - 4.20	เหมาะสมมาก
2.61 - 3.40	เหมาะสมปานกลาง
1.81 - 2.60	เหมาะสมน้อย
1.00 - 1.80	เหมาะสมน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา ส่วนที่ 2 เป็นการประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญ และส่วนที่ 3 เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ตามรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 การพัฒนาเว็บไซต์

การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นแหล่งจัดเก็บและให้บริการข้อมูลสารสนเทศด้านสื่อชุมชนและโทรทัศน์บริการชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาประกอบด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์ ที่มีลักษณะดังนี้ 1) หน่วยประมวลผลกลาง (CPU) 2.50 กิกะเฮิร์ต

2) หน่วยความจำหลัก (RAM) ขนาด 4 กิกะไบต์ 3) ฮาร์ดดิสก์ (Hard disk) 400 กิกะไบต์ ส่วนโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ ประกอบด้วย 1) โปรแกรมอะโดบี ดรีมวีฟเวอร์ซีเอส 6 (Adobe Dreamweaver cs 6) 2) โปรแกรมพัฒนาระบบภาษาพีเอชพี (PHP) และ 3) โปรแกรมจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL)

ส่วนที่ 2 การประเมินคุณภาพเว็บไซต์ของผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินเว็บไซต์ของผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ประเมินเว็บไซต์ด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) ด้านการออกแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์ประเมินในระดับมากที่สุดทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.04$) ส่วนด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลประเมินในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ตามรายละเอียดในตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (N=3)

คุณภาพเนื้อหา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ	4.00	0.00	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพในฐานข้อมูลและเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.00	0.00	มาก
3. ปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความ ต้องการ	4.00	0.00	มาก
4. ความเหมาะสมของข้อมูลภายในฐานข้อมูลและเว็บไซต์	4.67	0.21	มากที่สุด
5. ข้อความในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ ถูกต้องตามหลักภาษา และ ไวยากรณ์	4.33	0.21	มากที่สุด
6. ข้อมูลมีความทันสมัย	4.33	0.21	มากที่สุด
7. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจง่าย	4.00	0.00	มาก
8. การจัดหมวดหมู่ของข้อมูล สะดวกต่อการค้นหา	4.33	0.21	มากที่สุด
9. เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.67	0.21	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.26	0.17	มากที่สุด

ตารางที่ 1 แสดงว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ประเมินเว็บไซต์ด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) หัวข้อความเหมาะสมของข้อมูลภายในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ และเนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมา ได้แก่ ข้อความในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์ ข้อมูลมีความทันสมัย และการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล สะดวกต่อการค้นหา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.33$)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (N= 3)

การออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจของหน้าฐานข้อมูลและเว็บไซต์	4.33	0.21	มากที่สุด
2. การจัดรูปแบบในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน	4.00	0.00	มาก
3. เมนูต่างๆ ในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ใช้งานได้ง่าย	4.00	0.00	มาก
4. สีสีนในการออกแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.00	0.00	มาก
5. ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย และสวยงาม	4.00	0.00	มาก
6. ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	4.00	0.00	มาก
7. หน้าโฮมเพจมีความสวยงามเหมาะสม น่าสนใจ	4.00	0.00	มาก
8. มีความเร็วในการแสดงภาพตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ	4.00	0.00	มาก
9. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในฐานข้อมูลและเว็บไซต์	4.00	0.00	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.04	0.02	มาก

ตารางที่ 2 แสดงว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ประเมินเว็บไซต์ด้านการออกแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากที่สุด ทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.04$) ยกเว้นหัวข้อความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจของหน้าฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่ประเมินในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$)

ตารางที่ 3 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ของผู้เชี่ยวชาญด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล (N= 3)

ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การสืบค้นข้อมูลง่ายและสะดวก	4.00	0.00	มาก
2. การเข้าถึงข้อมูลและการดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย และรวดเร็ว	4.00	0.00	มาก
3. การจัดรูปแบบในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน	4.00	0.00	มาก
4. มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	4.33	0.21	มากที่สุด
5. มีการเชื่อมโยงไปยัง Social media เช่น Facebook	4.33	0.21	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.13	0.08	มาก

ตารางที่ 3 แสดงว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ประเมินเว็บไซต์ด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.13$) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากัน 2 ประเด็น คือ การมีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนมีการเชื่อมโยงไปยัง Social media เช่น Facebook ($\bar{X} = 4.33$)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้งาน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.16$) โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.5 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 46.5 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 62 รองลงมาได้แก่มีอายุในช่วง 21-30 ปี ร้อยละ 27.3 ส่วนที่มีจำนวนน้อยที่สุดคืออายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 79.1 รองลงมาได้แก่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 16.6 และน้อยที่สุดคือจบการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 157 คน ร้อยละ 84 รองลงมาได้แก่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัย/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 11.2 และพนักงานเอกชน ร้อยละ 0.5 ที่เหลือประกอบอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากที่สุดทุกหัวข้อ

(\bar{X} = 4.13) มีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากทุกหัวข้อ (\bar{X} = 4.11) มีความพึงพอใจด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลในระดับมากทุกหัวข้อ (\bar{X} = 4.11) และมีความพึงพอใจที่มีต่อฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้ผู้ชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.16) ดังรายละเอียดในตารางที่ 4 - 11

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	87	46.5
หญิง	100	53.5
รวม	187	100

ตารางที่ 4 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 53.5 และเป็นเพศชายจำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 46.5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	116	62
อายุ 21- 30 ปี	51	27.3
อายุ 31- 40 ปี	11	5.9
อายุ 41- 50 ปี	7	3.7
อายุ 51 ปีขึ้นไป	2	1.1
รวม	187	100

ตารางที่ 5 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาได้แก่มีอายุในช่วง 21-30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31	16.6
ปริญญาตรี	148	79.1
ปริญญาโท	8	4.3
รวม	187	100

ตารางที่ 6 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 รองลงมาได้แก่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 16.6 และน้อยที่สุดคือ จบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานมหาวิทยาลัย/ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	11.2
พนักงานเอกชน	1	0.5
นักเรียน/นักศึกษา	157	84
อื่นๆ	8	4.3
รวม	187	100

ตารางที่ 7 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียนนิสิตนักศึกษาจำนวน 157 คนคิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาได้แก่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัย/ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 11.2 และพนักงานเอกชนจำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.5 ที่เหลือประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 8 ความพึงพอใจด้านคุณภาพเนื้อหาในฐานข้อมูลและเว็บไซต์

คุณภาพเนื้อหา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ	4.12	0.65	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ในฐานข้อมูลและเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.12	0.70	มาก
3. ปริมาณเนื้อหาเพียงพอกับความ ต้องการ	4.10	0.74	มาก
4. ความเหมาะสมของข้อมูลภายในฐานข้อมูลและเว็บไซต์	4.12	0.71	มาก
5. ข้อความในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ ถูกต้องตามหลักภาษา และ ไวยากรณ์	4.15	0.72	มาก
6. ข้อมูลมีความทันสมัย	4.16	0.74	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

คุณภาพเนื้อหา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
7. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจง่าย	4.14	0.74	มาก
8. การจัดหมวดหมู่ของข้อมูล สะดวกต่อการค้นหา	4.09	0.74	มาก
9. เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.18	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.13	0.72	มาก

ตารางที่ 8 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.13$) หัวข้อที่ได้รับคะแนนสูงที่สุดได้แก่เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้องและน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาได้แก่ข้อมูลมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.16$) ส่วนหัวข้อที่ได้รับคะแนนน้อยที่สุดคือการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลสะดวกต่อการค้นหา ($\bar{X} = 4.09$)

ตารางที่ 9 ความพึงพอใจด้านการออกแบบฐานข้อมูลและการจัดรูปแบบเว็บไซต์

การออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจของหน้าฐานข้อมูลและเว็บไซต์	4.08	0.77	มาก
2. การจัดรูปแบบในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่าน และการใช้งาน	4.10	0.73	มาก
3. เมนูต่างๆ ในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ใช้งานได้ง่าย	4.09	0.78	มาก
4. สีสันในการออกแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.16	0.77	มาก
5. ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย และสวยงาม	4.11	0.73	มาก
6. ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	4.10	0.72	มาก
7. หน้าโฮมเพจมีความสวยงามเหมาะสม น่าสนใจ	4.08	0.73	มาก
8. มีความเร็วในการแสดงภาพตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ	4.13	0.78	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

การออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
9. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในฐานข้อมูลและเว็บไซต์	4.11	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.11	0.75	มาก

ตารางที่ 9 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.11$) หัวข้อที่ได้รับคะแนนมากที่สุดได้แก่สีสรรในการออกแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาได้แก่หัวข้อมีความเร็วในการแสดงภาพตัวอักษรและข้อมูลต่างๆ ($\bar{X} = 4.13$) ส่วนหัวข้อที่ได้รับคะแนนน้อยที่สุด คือหน้าโฮมเพจมีความสวยงามเหมาะสมน่าสนใจ ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 10 ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล

ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การสืบค้นข้อมูลง่ายและสะดวก	4.10	0.74	มาก
2. การเข้าถึงข้อมูลและการดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย และรวดเร็ว	4.07	0.76	มาก
3. การจัดรูปแบบในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.14	0.75	มาก
4. มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	4.13	0.74	มาก
5. มีการเชื่อมโยงไปยัง Social media เช่น Facebook	4.09	0.79	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.11	0.76	มาก

ตารางที่ 10 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.11$) ข้อหัวข้อที่ได้รับคะแนนมากที่สุดได้แก่การจัดรูปแบบในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาได้แก่มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ ($\bar{X} = 4.13$) ส่วนหัวข้อที่ได้รับคะแนนน้อยที่สุดได้แก่การเข้าถึงข้อมูลและการดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย และรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.07$)

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจที่มีต่อฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนโดยภาพรวม

ความพึงพอใจที่มีต่อฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความพึงพอใจที่มีต่อฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนโดยภาพรวม	4.16	0.68	มาก

ตารางที่ 11 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีต่อฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$)

อภิปรายผล

1. เว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นแหล่งจัดเก็บและให้บริการข้อมูลสารสนเทศด้านสื่อชุมชนและโทรทัศน์บริการชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาโปรแกรมประกอบด้วย โปรแกรมอะโดบี ดรีมวีฟเวอร์ซีเอส 6 (Adobe Dreamweaver cs6) โปรแกรมพัฒนาระบบภาษาพีเอชพี (PHP) และโปรแกรมจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเมทีกา พวงแสง และ วิสุตา วรรณหทัย (2562) ที่ศึกษาการพัฒนาเว็บสารสนเทศงานวิจัย สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้โปรแกรมการจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL) และภาษาพีเอชพี (PHP) โดยฐานข้อมูลที่พัฒนาขึ้นมีความสามารถในการบันทึก แก้ไข ลบข้อมูล การเพิ่มเติมและการสืบค้นข้อมูลได้

2. ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ประเมินคุณภาพเนื้อหาในฐานข้อมูลและเว็บไซต์ ประเมินด้านการออกแบบฐานข้อมูลและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ และประเมินด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) อาจจะเป็นเพราะคณะทำงานเว็บไซต์ได้ศึกษาข้อมูลและเตรียมการมาเป็นอย่างดีตามแนวคิดของปิยะดนัย วิเคียน (ม.ป.ป.) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบที่ดีของการออกแบบเว็บไซต์ประกอบด้วย โครงสร้างที่ชัดเจน การใช้งานที่ง่าย การเชื่อมโยงที่ดี ความเหมาะสมในหน้าจอ ความรวดเร็ว

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของกุลชลิต์ จงเจริญ และ คณะ (2564) ซึ่งศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่พบว่าผู้ใช้เว็บไซต์มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะคณะนักวิจัยศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนฯ ได้เดินทางไปฝึกอบรมให้กับผู้สนใจเข้าอบรม ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ชนบทและห่างไกลจากมหาวิทยาลัย เช่น ต่างอำเภอ ต่างจังหวัด เป็นต้น ผู้อบรมจึงใช้เว็บไซต์ในการติดต่อสื่อสารและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการฝึกอบรม รวมถึงเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจากเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน ทำให้มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนที่เปรียบเสมือนแหล่งข้อมูล หรือห้องสมุดออนไลน์สำหรับการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม การสมัครเข้าฝึกอบรม การยืมคืนวัสดุครุภัณฑ์ ตลอดจนการถามตอบปัญหาต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

เว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา ใช้เครื่องมือในการพัฒนาประกอบด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีหน่วยประมวลผลกลาง (CPU) 2.50 กิกะเฮิรท์ หน่วยความจำหลัก (RAM) ขนาด 4 กิกะไบต์ และฮาร์ดดิสก์ (Hard disk) 400 กิกะไบต์ ส่วนโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ ได้แก่ โปรแกรมอะโดบี ดรีมวีฟเวอร์ซีเอส 6 โปรแกรมพัฒนาระบบภาษาพีเอชพี (PHP) และ โปรแกรมจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL) ผลการประเมินเว็บไซต์ของผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านคุณภาพของฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.13$) มีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์ในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.11$) มีความพึงพอใจด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลในระดับมากทุกหัวข้อ ($\bar{X} = 4.11$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อฐานข้อมูลและเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$)

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เว็บไซต์นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการการวิจัย การพัฒนาศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน เพื่อเสริมพลังการสื่อสารและเข้าถึงการเป็นผู้ประกอบการโทรทัศนบริการชุมชน ซึ่งโครงการได้ดำเนินการแล้วเสร็จและปิดโครงการไปแล้ว แต่เนื้อหาในเว็บไซต์ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน ดังนั้นควรมีคณะทำงานดูแลเว็บไซต์เพื่อบำรุงรักษาและเพิ่มเติมแก้ไขข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อชุมชนวิชาการและวิชาชีพ

2. อาจารย์ประจำหลักสูตรการสื่อสารสื่อใหม่ อาจใช้เว็บไซต์นี้ในการจัดเก็บและเผยแพร่ผลงานวิชาการของนิสิตชั้นปีที่ 4

3. ควรมีช่องทางสำหรับตอบคำถามพื้นฐานที่มีผู้ใช้บริการสอบถาม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย หรือการสร้างการเชื่อมโยงเว็บไซต์กับเครือข่ายสังคมออนไลน์

2. ควรมีการศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) แชทจีพีที (Chat GPT) เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality/ Augmented Reality) เทคโนโลยีไอโอที (IoT: Internet of Things) เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยการพัฒนาศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนเพื่อเสริมพลังการสื่อสารและเข้าถึงการเป็นผู้ประกอบการโทรทัศนบริการชุมชน คณะนักวิจัยขอขอบคุณกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ที่ให้งบประมาณสนับสนุน ตลอดจนมหาวิทยาลัยพะเยา สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วม

สาธารณะ ไทยพีบีเอส และประชาชนตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนร่วมใน้งานครั้งนี้สำเร็จลุล่วง

เอกสารอ้างอิง

กองบรรณาธิการเว็บไซต์ citizenthaipbs.net. (2563, 24 กันยายน). อนาคตทีวีชุมชน...บนความปั่นป่วนของดิจิทัล กสทช. และรัฐบาล. สืบค้นจาก <https://thecitizen.plus/node/35270>

กุลชลี จงเจริญ, สฤณีพิงษ์ ลิ้มปิยะเรียม, ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ, วัฒนา มัคคสมัน, จริลักษ์ณ์ รัตนพันธ์ และ ศศิธร บัวทอง. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ*, 14(2), 46-58.

กุลทิพย์ ศาสตรระวี. (2559). หน่วยที่ 6 การบริหารจัดการและกลยุทธ์การใช้สื่อในชุมชน ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารชุมชนหน่วยที่ 6 ถึง 10*. นนทบุรี: สาขาวิชานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปิยะดนัย วิเคียน. (ม.ป.ป.). หลักการออกแบบเว็บไซต์. สืบค้นจาก <https://krupiyadanai.wordpress.com/บทเรียน-html/การออกแบบเว็บไซต์/>

ภัทรา บุรารักษ์. (2565). *แนวทางการเสริมศักยภาพการสื่อสารชุมชน ประสบการณ์จากศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนมหาวิทยาลัยพะเยา*. พะเยา: ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชนมหาวิทยาลัยพะเยา.

เมทิกา พวงแสง และ วิสุตา วรรณหทัย. (2562). การพัฒนาระบบสารสนเทศงานวิจัย สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร*, 4(1), 8-17.

วิกานดา พรสกุลวานิช. (2565). *สื่อและผลของการสื่อสารในยุคดิจิทัล* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

การประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่

Evaluation of Satisfaction towards the Services of Rong Kwang Subdistrict Municipality, Rong Kwang District, Phrae Province

กษมา ฑาอ้าย^{1*} วันนสา วิโรจนารomy¹ นลินี คงสุบรรณ²

Kasama Thaeye^{1*} Wanwasa Wirojanarome¹ Nalinee Kongsuban²

Corresponding Author's E-mail: kthaeye@gmail.com

(Received: June 9, 2023; Revised: October 15, 2023; Accepted: October 19, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 คิดเป็นร้อยละ 92.00 (S.D. = 0.353) โดยผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 คิดเป็นร้อยละ 92.60 (S.D. = 0.367) รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.40 (S.D. = 0.371) ด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.59 คิดเป็นร้อยละ 91.80 (S.D. = 0.365) และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.40 (S.D. = 0.371) ตามลำดับ สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ หากมีความแตกต่างกันจะส่งผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การประเมิน การให้บริการ ความพึงพอใจ เทศบาลตำบลร่องกวาง

Abstract

This research aimed to evaluate the people's satisfaction on the services provided by the Rong Kwang Subdistrict Municipality, Rong Kwang District, Phrae Province and analyze the relationship between personal factors and satisfaction with the services. Data were collected from 400 service users using a 5-level Likert scale rating questionnaire. The data were analyzed using mean, percentage, and standard deviation to determine satisfaction levels, and used one-way ANOVA to examine the relationship between personal factors and satisfaction with services.

The research found that the overall satisfaction of service was at the highest level, with a mean of 4.60 or 92.00% (S.D. = 0.353). The facilities where the service aspect received the highest satisfaction rating, with a mean of 4.63 or 92.60% (S.D. = 0.367). The service process was the second most satisfying aspect, with a mean of 4.62 or 92.40% (S.D. = 0.371), followed by the service delivery channels with a mean of 4.59 or 91.80% (S.D. = 0.365), and the officers with a mean of 4.57 or 91.40% (S.D. = 0.371) respectively. Personal factors, such as occupation, if there

¹ อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและสิ่งแวดล้อม คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Lecturers, General Education, Maejo University Campus

² Lecturer, Department of Agricultural and Environmental Economics, Faculty of Economics, Maejo University

is a difference, it will result in a difference in satisfaction with the overall service. In addition, was found that the factors affected satisfaction were gender, age, occupation, and income at the .05 level of statistical significance.

Keywords: evaluation, service, satisfaction, Rong Kwang subdistrict municipality

ความเป็นมาของปัญหา

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่โดยทั่วไปในการดูแลและจัดทำบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นและมีความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบาย การบริหาร การจัดบริการสาธารณะ การบริหารงานบุคคล การเงินและการคลัง และมีอำนาจหน้าที่ของตนเองโดยเฉพาะ โดยต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับการพัฒนาของจังหวัดและประเทศเป็นส่วนรวม (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2550 มาตรา 283 วรรคแรก) ซึ่งภายใต้อำนาจหน้าที่ดังกล่าว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการดูแล แก้ไขปัญหา และให้บริการประชาชนในแต่ละท้องถิ่นให้ตรงกับความต้องการของประชาชน เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วตามหลักการของการกระจายอำนาจ ดังนั้นถ้าหากการบริหารงานหรือการให้บริการขาดประสิทธิภาพ ไม่สอดคล้องหรือตรงตามความต้องการที่แท้จริงของประชาชน ก็ย่อมส่งผลเสียต่อการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำหรับเทศบาลจัดเป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง มีหน้าที่สำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมืองการบริหาร ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยเทศบาลมีหน้าที่หลัก อันได้แก่ การรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน บำรุงทางบกและทางน้ำ รักษาความสะอาดของถนนหรือทางเดินและที่สาธารณะ กำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ป้องกันและระงับโรคติดต่อ จัดหาเครื่องใช้ในการดับเพลิง ให้การสนับสนุนราษฎรได้รับการศึกษาอบรม ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ บำรุงศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของเทศบาล ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนโดยใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และให้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสำคัญ (สถาบันพระปกเกล้า วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น, 2547)

ทั้งนี้การประเมินความพึงพอใจในการให้บริการขององค์กร/หน่วยงานต่างๆ มีความสำคัญหลายประการกล่าว คือ ประการแรกการวัดความพึงพอใจถือเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการวัดประสิทธิผลของการบริหารงาน ประการที่สองความพึงพอใจนั้นเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลอื่นเนื่องมาจากความต้องการได้รับการตอบสนอง หรือปัญหาได้รับการคลี่คลาย และประการที่สามระดับความพึงพอใจเป็นรูปธรรมประการหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการขององค์กร/หน่วยงานกับผู้รับบริการ ดังนั้นการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาล จึงถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่นำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการทำงาน การให้บริการแก่ประชาชนอย่างตรงตามความต้องการและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสืบไป

เทศบาลตำบลร่องกวาง ตั้งอยู่ที่ท้องที่ตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ ห่างจากจังหวัดแพร่ ไปทางทางทิศเหนือ ระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตร สำนักงานตั้งอยู่บนถนนยันตรกิจโกศล ทางหลวงหมายเลข 101 เลขที่ 309 หมู่ที่ 2 ตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ ทั้งนี้เทศบาลตำบลร่องกวางมีพื้นที่รับผิดชอบ 73.24 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 3 ตำบล 22 หมู่บ้าน ประกอบด้วย ตำบลร่องกวาง ตำบลร่องเข็ม และตำบลทุ่งศรี (เทศบาลตำบลร่องกวาง, 2566) โดยมีหน้าที่สำคัญในการนำแผนนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บรรลุยุทธศาสตร์การพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมรวมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน การสาธารณสุข การศึกษา การพัฒนาสังคม และการบริหารจัดการ (เทศบาลตำบลร่องกวาง, 2565) ซึ่งในการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมดังกล่าวนอกจากเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการบริหารงานแบบบูรณาการของเทศบาลร่วมกับภาคเอกชน และหน่วยงานอื่นๆ แล้ว ยังเพื่อเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน ดังนั้นหากการบริหารงานของเทศบาลตำบลร่องกวางขาดประสิทธิภาพ อาจส่งผลเสียต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย แต่หากการ

บริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าประสงค์ สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนและประชาชน และเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจในการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ เพื่อรับฟังความคิดเห็น ปัญหาและความต้องการของประชาชน ซึ่งถือเป็นการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของเทศบาลได้อีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายการปฏิรูประบบราชการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนที่มาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและปรับปรุงพัฒนาการบริหารงานของเทศบาลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวางแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในเขตพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ ในปีงบประมาณ 2565 ครอบคลุม 3 ตำบล 22 หมู่บ้าน 6,065 ครัวเรือน รวมทั้งสิ้น 12,337 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2565) โดยคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ สามารถแยกได้ 2 มิติ คือ ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction) และความพึงพอใจในการบริการ (Service satisfaction) ซึ่งมีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในลักษณะงานบริการที่ประกอบไปด้วยบุคคล 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายที่มีหน้าที่ในการให้บริการ และฝ่ายผู้รับบริการ โดย Smith (1964) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการทำงานเป็นการบ่งบอกถึงระดับความพึงพอใจมากน้อยของเจ้าหน้าที่ที่มีต่องานนั้นว่า ตอบสนองความต้องการของเขาได้มากน้อยเพียงใด และยังคงกล่าวอีกว่าเป็นความรู้สึกที่มีต่องานทั้งในด้านร่างกายจิตใจและสภาพแวดล้อม และ Shelly (1975) ได้สรุปว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกทางบวกที่เพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวก ส่วนวารภรณ์ ชวนนุกิจ (2544) ได้สรุปจากการที่ได้ศึกษาแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของตนสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเนื่องมาจากความสำเร็จความประสมประสงศในสิ่งที่ตนคาดหวังไว้ เป็นความรู้สึกที่สามารถปรับเปลี่ยนได้เสมอขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ สภาพแวดล้อมช่วงเวลาในขณะนั้นๆ ความพึงพอใจเป็นพลังการสร้างสรรค์สามารถกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจมั่นใจที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้ไปในแนวทางอันพึงปรารถนาได้ นอกจากนี้ นิรมล คำพะริก (2541) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ เป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลโดยอาจตอบสนองในรูปที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจก็ได้ที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งหนึ่ง จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคล เมื่อความต้องการพื้นฐาน ทั้งร่างกายและจิตใจ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายหลังจากรับประสบการณ์ในสิ่งนั้นมาแล้วในลักษณะบวก คือ ความพอใจ นิยมชมชอบ ก็จะกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจภายในตัวบุคคล ซึ่งในการวิจัยนี้หมายถึงความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลร่องกวางในด้านต่างๆ

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (Try-out) จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้เท่ากับ 0.977 ถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ต่อไป นอกจากนี้ได้นำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ทำการตรวจสอบและประเมินค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งค่าเฉลี่ยของ IOC เท่ากับ 0.83 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารของเทศบาล ช่วงเวลาที่มาติดต่องานที่เทศบาล ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของการบริการจากเทศบาลตำบลร่องกวาง มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งวัดความพึงพอใจจากคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน ได้แก่ กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ช่องทางการให้บริการ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก

เมื่อรวบรวมข้อมูลและหาค่าเฉลี่ยแล้ว จะใช้คะแนนกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ โดยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

- 4.21 - 5.00 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 3.41 - 4.20 มีระดับความพึงพอใจมาก
- 2.61 - 3.40 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 1.81 - 2.60 มีระดับความพึงพอใจน้อย
- 1.00 - 1.80 มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรในเขตพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เลือกเฉพาะประชาชนผู้ที่มาขอรับ

หรือใช้บริการ ครอบคลุม 3 ตำบล 22 หมู่บ้าน 6,065 ครัวเรือน กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 คน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ในการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าร้อยละ (%) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการหาสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ สามารถแสดงข้อมูลได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้มารับบริการเทศบาลตำบลร่องกวาง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	215	53.75
ชาย	185	46.25
สถานภาพ		
โสด	188	47.00
สมรส	202	50.50
หย่าร้าง หม้าย หรือแยกกันอยู่	10	2.50
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	46	11.50
20 - 30 ปี	95	23.75
31 - 40 ปี	40	10.00
41 - 50 ปี	160	40.00
51 - 60 ปี	12	3.00
61 ปีขึ้นไป	47	11.75
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	17	4.25
มัธยมศึกษา	144	36.00
ปวส./อนุปริญญา	146	36.50
ป.ตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี	93	23.25

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
เกษตรกร	89	22.25
รับจ้าง/ลูกจ้าง	73	18.25
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	71	17.75
ว่างงาน	53	13.25
นักเรียน/นักศึกษา	51	12.75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานภาครัฐ	39	9.75
พนักงานบริษัท	24	6.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	99	24.75
10,000 - 20,000 บาท	220	55.00
20,001 - 30,000 บาท	63	15.75
30,001 - 40,000 บาท	15	3.75
40,001 - 50,000 บาท	3	0.75
ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารของเทศบาล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เว็บไซต์/สังคมออนไลน์/เฟสบุ๊ค/ไลน์	309	77.25
เสียงตามสาย	260	65.00
ผู้นำชุมชน	189	47.25
บอร์ด ณ สำนักงานเทศบาล	93	23.25
ญาติ/เพื่อนบ้าน	87	21.75
วิทยุ/โทรทัศน์	44	11.00
ป้ายคัทเออร์	42	10.50
รถแห่ประชาสัมพันธ์	36	9.00
แผ่นพับ โปสเตอร์	23	5.75
หนังสือพิมพ์	6	1.50
ช่วงเวลาที่มาติดต่องานที่เทศบาล		
ช่วงเช้า (08.30 - 12.00 น.)	307	76.75
ช่วงบ่าย (12.00 - 16.30 น.)	93	23.25

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้มารับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.75 สถานภาพส่วนใหญ่สมรส คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระดับของการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 36.50 อาชีพส่วนใหญ่คือเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 22.25 มีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ได้รับข้อมูลข่าวสารของเทศบาลจากเว็บไซต์/สังคมออนไลน์

เฟสบุ๊ค/ไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.25 มาติดต่องานที่เทศบาลส่วนใหญ่ในช่วงระยะเวลาในช่วงเช้า (08.30 - 12.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 76.75

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง

ความพึงพอใจในการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	%	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านขั้นตอนการให้บริการ	4.62	0.371	92.40	มากที่สุด
2. ด้านช่องทางการให้บริการ	4.59	0.365	91.80	มากที่สุด
3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.57	0.371	91.40	มากที่สุด
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.63	0.367	92.60	มากที่สุด
ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม	4.60	0.353	92.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวางโดยภาพรวมทั้ง 5 ภารกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.60 คิดเป็นร้อยละ 92.00 (S.D. = 0.353) และเมื่อพิจารณาการให้บริการเป็นรายด้าน พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 คิดเป็นร้อยละ 92.60 (S.D. = 0.367) รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.40 (S.D. = 0.371) ด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.59 คิดเป็นร้อยละ 91.80 (S.D. = 0.365) และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.40 (S.D. = 0.371) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ความพึงพอใจในการให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล		
	เพศ (t-test)	อายุ (F-test)	สถานภาพ (F-test)
1. ด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.02 ^{1/} (0.08) ^{2/}	1.10 (0.63)	2.03 (0.13)
2. ด้านช่องทางการให้บริการ	1.82 (0.18)	0.23 (0.95)	2.52 (0.08)
3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	2.32 (0.13)	0.51 (0.77)	1.76 (0.17)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล		
	เพศ	อายุ	สถานภาพ
	(t-test)	(F-test)	
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.62 (0.06)	0.61 (0.69)	3.18* (0.04)
ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม	2.70 (0.11)	0.61 (0.76)	2.37 (0.11)
ความพึงพอใจในการให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล		
	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
	(F-test)		
1. ด้านขั้นตอนการให้บริการ	1.45 (0.23)	5.15* (0.00)	0.74 (0.57)
2. ด้านช่องทางการให้บริการ	1.71 (0.16)	5.08* (0.00)	0.48 (0.75)
3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	2.10 (0.10)	4.60* (0.00)	0.74 (0.57)
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	1.63 (0.18)	4.09* (0.00)	0.65 (0.63)
ความพึงพอใจเฉลี่ยรวม	1.72 (0.17)	4.73* (0.00)	0.65 (0.63)

^{1/} ค่าสถิติ t-test และค่า F-test

^{2/} ค่า Sig.

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันจะทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจแยกเป็นรายด้าน พบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันจะทำให้ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หากสถานภาพแตกต่างกันจะไม่ทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันจะทำให้ความพึงพอใจทุกด้าน ได้แก่ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	11.228	1.961		5.726	0.000*
เพศ	-1.180	0.470	-0.386	-2.509	0.026*
สถานภาพ	0.709	0.809	0.152	0.876	0.397
อายุ	-0.753	0.288	-0.430	-2.610	0.022*
ระดับการศึกษา	-0.062	0.196	-0.045	-0.316	0.757
อาชีพ	0.199	0.081	0.274	2.457	0.029*
รายได้ต่อเดือน	-1.424	0.286	-1.011	-4.978	0.000*
R = .926 R ² = .857 Adj. R ² = .791 F = 13.021 p = .000*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง มีทั้งสิ้น 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ .926 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) เท่ากับ .857 ซึ่งแสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่นำเข้ามาในแบบจำลองนั้นสามารถทำนายความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวางได้ร้อยละ 85.7 และสามารถนำมาสร้างสมการทำนายความพึงพอใจในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ = 11.228 - 1.180 (เพศ) + 0.709(สถานภาพ) - 0.753(อายุ) - 0.062(ระดับการศึกษา) + 0.199(อาชีพ) - 1.424(รายได้ต่อเดือน)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

1. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวางแตกต่างกัน ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม (t-test) ได้แก่ เพศ สำหรับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าอาชีพที่แตกต่างกัน จะทำให้ความพึงพอใจทุกด้านที่ให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 (ดังตารางที่ 3)

2. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง มีทั้งสิ้น 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ดังตารางที่ 4)

อภิปรายผล

ผลการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง โดยภาพรวมทั้ง 5 ภารกิจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานของสุธรรม ขนาบศักดิ์ (2560) งานของเสกสรรค์ สนวน (2555) และงานของ อรุณ ไชยนิศย์ และ ณรงค์ โพธิ์พุฒิกษานันท์ (2565) ที่พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับงานของนัยนา สถิตเสถียร, รัญญพัทธ์ วัฒนจิรพันธุ์ และจจจิต ลีอ่อนรัมย์ (2564) งานของ ธนวัฒน์ กิดา, สมยศ ปัญญา และ สหทยา วิเศษ (2565) ที่พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากเทศบาลตำบลร่องกวางได้มีการอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว มีอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์ มีความทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งมีการปรับปรุงกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการให้มีความคล่องตัว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ในงานในการออกลำดับคิวและลด

ขั้นตอนต่างๆ และสามารถบริการประชาชนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีการอำนวยความสะดวกและช่องทางในการรับบริการ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ป้ายประกาศ/บอร์ดแจ้งข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับงานบริการ รวมทั้งมีการจัดสถานที่ให้เหมาะสมและอำนวยความสะดวกให้กับผู้มารับบริการ และมีการรักษาความสะอาดของสถานที่ให้บริการโดยรวม นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ยังมีจิตบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น ตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ด้วยหลักธรรมาภิบาลมีความซื่อสัตย์สุจริต ดังนั้นจึงทำให้ผู้มารับบริการได้รับความสะดวกรวดเร็วและครบถ้วนตามความต้องการ ส่งผลให้ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในการมาใช้บริการ

เมื่อพิจารณาการให้บริการเป็นรายด้าน พบว่าผู้รับบริการของเทศบาลตำบลร่องกวางมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานของนัยนา สถิตเสถียร และ คณะ (2564) และงานของ ธนวัฒน์ กิดา และ คณะ (2565) ที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับงานของอรุณ ไชยนิศย์ และ ณรงค์ โพธิ์พุฒิกษานันท์ (2565) และงานของสุธรรม ขนาบศักดิ์ (2560) ที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด รวมทั้งงานของเสกสรรค์ สนวน (2555) ที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการและด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด แต่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากเทศบาลตำบลร่องกวางได้มีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้มีอย่างทั่วถึงและเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องสถานที่จอดรถที่มีจำนวนเพียงพอ สะดวก ไม่แออัด มีการจัดการระบบการติดต่อขอรับบริการและดำเนินการตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ มีป้ายกำกับแสดงขั้นตอนของการรับบริการต่างๆ มีพื้นที่สำหรับการนั่งคอยรับบริการ และกรอกแบบฟอร์มต่างๆ และมีอุปกรณ์ให้บริการอย่างเพียงพอ เพื่อให้ผู้มารับบริการได้รับความสะดวกสบาย ส่งผลให้ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด อย่างไรก็ตามพบว่าผู้รับบริการของเทศบาลตำบลร่องกวาง มีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการน้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานของ

นัยนา สถิติเสถียร และ คณะ (2564) งานของ ธนวัฒน์ กิตา และ คณะ (2565) และงานของ อรุณ ไชยนิศย์ และ ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์ (2565) ที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ด้านขั้นตอนการให้บริการน้อยที่สุด รวมทั้งงานของ สุธรรม ขนาศักดิ์ (2560) ที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้าน ช่องทางการให้บริการน้อยที่สุด และงานของเสกสรรค์ สนวา (2555) ที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ของเทศบาลร้องกวาง มีการสลับโยกย้ายเปลี่ยนตำแหน่งงาน ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษาเรียนรู้งาน รวมไปถึงมีการ เปลี่ยนแปลงข้อกำหนดและระเบียบประกาศต่างๆ จึงอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการ หรืออาจเนื่องจาก เจ้าหน้าที่บางคนไม่ใช่คนในท้องถิ่น ซึ่งอาจจะมีปัญหาในเรื่อง ของการสื่อสาร ดังนั้นจึงอาจส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ ที่แตกต่างกันจะทำให้ ความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน สอดคล้องกับงาน ของวิฑูรย์ ขาวดี, กนกวรรณ แสนเมือง และ ไสรัตน์ มงคลมะไฟ (2563) และงานของ นริศรา ลาดี, ประนอม คำผา และ กิตติมา จิ่งสุวดี (2564) แต่ไม่สอดคล้องกับงานของ นันทกา สายสวาท และ คณะ (2563) ที่พบว่าอาชีพที่ต่างกันจะทำให้ ความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้หาก ผู้รับบริการประกอบอาชีพ เช่น ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ หน่วยงานภาครัฐ อาจจะมีความรู้ ความชำนาญ ด้านระเบียบ หรือข้อกฎหมายมากกว่าอาชีพอื่น ดังนั้นอาจมีความ คาดหวังที่สูงกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ว่าต้องเป็นไปตาม ระเบียบหรือข้อกฎหมาย ในขณะที่ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว ย่อมมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับธุรกิจ ภาวะ เศรษฐกิจ การตลาด และการเงินเป็นอย่างดี ดังนั้นจึงอาจจะมี ความคาดหวังกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในภาระกิจงาน ทะเบียนพาณิชย์ งานรายได้หรือภาษี ที่จะให้บริการตอบ คำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ และช่วยแก้ปัญหาได้ อย่างถูกต้อง

ส่วนเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะไม่ทำให้ความพึงพอใจต่อการ ให้บริการแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเทศบาลตำบลร้อง กวางมีการให้บริการที่คำนึงถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการ

เป็นสำคัญ โดยเน้นการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของ ประชาชน มีนโยบายการให้บริการแบบเชิงรุกเพื่อให้ประชาชน เกิดความสะดวกรวดเร็ว และง่ายต่อการติดต่อขอรับ บริการ โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการทุกเพศ ทุกวัย ทุก สถานภาพ ทุกระดับการศึกษา และทุกระดับรายได้ อย่างเท่า เทียม ดังนั้นจึงทำให้ประชาชนไม่ว่าจะเป็นเพศใด ช่วงอายุ เท่าไหร่ มีสถานภาพแบบไหน จบการศึกษาระดับไหน มี รายได้มากหรือน้อย จะได้รับการให้บริการจากเทศบาลตำบล ร้องกวางไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

ผลการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อการ ให้บริการของเทศบาลตำบลร้องกวาง พบว่าในภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 คิดเป็นร้อยละ 92.00 (S.D = 0.353) โดยผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 คิดเป็นร้อยละ 92.60 (S.D. = 0.367) รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.40 (S.D. = 0.371) น้อยที่สุดคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.40 (S.D. = 0.371) สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพหากมีความแตกต่างกันจะส่งผลให้ความ พึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมแตกต่างกัน นอกจากนี้ พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรเพิ่มเติมช่องทางและบทบาทของการเข้ามา มีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการบริหารงานของเทศบาล ซึ่งทางเทศบาลสามารถเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนเข้ามามี ส่วนร่วมและสามารถตรวจสอบได้ เช่น การประกาศชี้แจง รายละเอียดหรือรายงานผลการดำเนินงานผ่านทางหน้าเว็บไซต์ พร้อมทั้งมีช่องทางให้ภาคประชาชนสามารถสอบถาม ข้อมูลเพิ่มเติม หรือสามารถแจ้งเรื่องเพื่อขอตรวจสอบได้
2. ควรมีระบบในการจัดการข้อร้องเรียนหรือ ข้อคิดเห็น พร้อมกำหนดระยะเวลารวมทั้งผู้รับผิดชอบในการ ดำเนินการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งทางเทศบาลสามารถดำเนินการ ดังกล่าวได้หลากหลายรูปแบบ เช่น กล่องรับข้อคิดเห็น/เรื่อง

ร้องเรียน มีระบบรับเรื่องร้องเรียนได้ผ่านทางเว็บไซต์ แต่ควรกำหนดผู้รับผิดชอบและระยะเวลาในการดำเนินการให้ชัดเจน และมีระบบให้สามารถติดตามขั้นตอนของการดำเนินการได้ว่าอยู่ในขั้นตอนหรือกระบวนการใด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสานในการศึกษา เช่น การเพิ่มข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับบริการโดยตรงเพื่อได้ข้อมูลเชิงลึกที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม เพื่อช่วยให้เห็นมุมมองทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพได้อย่างชัดเจนเพิ่มขึ้น เพื่อนำไปสู่การแก้ไขและปรับปรุงงานบริการของเทศบาลที่ตรงประเด็นตามที่ได้รับบริการต้องการ

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย. (2565, 3 ตุลาคม). จำนวนประชากร. สืบค้นจาก <https://stat.bora.dopa.go.th/>

เทศบาลตำบลร่องกวาง. (2566, 5 พฤษภาคม). ประวัติ/สภาพทั่วไป. สืบค้นจาก <https://www.rongkwang.go.th/tambon/general>

เทศบาลตำบลร่องกวาง. (2565, 18 สิงหาคม). ยุทธศาสตร์การพัฒนาของเทศบาลตำบลร่องกวาง. สืบค้นจาก <https://www.rongkwang.go.th/post/000000600b69fbfbaea39597e7a0cee6f6dff9709.pdf>

ธนวัฒน์ กิตา, สมยศ ปัญญามาก, และ สหัทธยา วิเศษ. (2565). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลเวียงพร้าว อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 5(3), 193-204. doi: 10.14456/jra.2022.68

นริลสร่า ลาลี, ประนอม คำผา และ กิตติมา จิงสุวดี. (2564). การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยพิษณุพนธ์*, 16(2), 215-230.

นันทกา สายสวาท, ภฤดา กาญจนพ่ายพ, ปรีดา วานิชภูมิ, ปิยวัฒน์ เมื่องธรรม และ ธนินทร์ สิริพัชรกร. (2563). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่ลาน้อย อำเภอแม่ลาน้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(3), 262-269.

นัยนา สติเสถียร, ธัญญพัทธ์ วัฒนจิรพันธุ์ และ จงจิต ลีอ่อนรัมย์. (2564). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 8(11), 300-311.

นิรมล คำพะธิก. (2541). ความพึงพอใจของแม่บ้านเกษตรกรต่อการปฏิบัติงานของพัฒนากร อำเภอวิบูลย์มังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550. *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 124 ตอนที่ 43 ก. หน้า 1-127. 24 สิงหาคม 2550.

วราภรณ์ ช่วนุกิจ. (2544). ความพึงพอใจต่อการเสนอข่าวการเมืองของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). *สถิติที่ใช้ในการวิจัย*. กรุงเทพฯ: กองการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

วิฑูรย์ ขาวดี, กนกวรรณ แสนเมือง และ ไสรัตน์ มงคลมะไฟ. (2563). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลยี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน*, 2(1), 14.

- สถาบันพระปกเกล้า วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น. (2547). *เวทีท้องถิ่น: แนวทางการสร้างมาตรฐานในการจัดบริการสาธารณะขององค์กรปกครองท้องถิ่น*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- สุธรรม ขนาศักดิ์. (2560). ความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคใต้ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558. *วารสารการบริหารท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 10(1), 64 - 84.
- เสกสรรค์ สนวา. (2555). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาล ตำบลโพนทอง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 1(1), 96 - 111.
- อรุณ ไชยนิติก และ ณรงค์ โพธิ์พฤกษ์นันท์. (2565). การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 2(1), 48 - 62.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change*. Pennsylvania: Dowden Huntchisam Press. Inc.
- Smith, H. C. (1964). *Psychology of Industrial Behavior*. New York: McGraw Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. (3rd ed). New York: Harper and Row Publications.

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 การพิจารณาคคุณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความ 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 ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์และหัวข้อรองให้ใช้ขนาดตัวอักษร 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 (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อไป 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)

ในกรณีที่เป็นกรอ้างอิงถึงงานที่ถูกอ้างอิงอยู่ในงานเขียนอื่น และประสงค์จะอ้างอิงงานนั้นด้วย ให้ใส่ข้อความเพิ่มว่า อ้างถึงใน 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). เทคโนโลยีมีผลกระทบต่อชีวิต (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 แจ้งบำรุง. (2546). ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน. ใน สุปราณี แจ้งบำรุง 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 หนังสือแปล

ชื่อผู้แต่งต้นฉบับ. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่องที่แปล [ชื่อต้นฉบับ] (ชื่อผู้แปล, แปล). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. หรือ พ.ศ.).

ตัวอย่าง

แบร์รี สมาร์. (2555). *มิเชล ฟูโกต์* [Michel Foucault] (จามะรี เชียงทอง และ สุนทร สราญจิต, แปล). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 1994).

3.4 บทความวารสาร

3.4.1 ฉบับพิมพ์

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

3.4.2 ออนไลน์ (มีรหัส DOI – Digital Object Identifier)

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

3.4.3 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, และภิญญา เมธารมณ. (2561). องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการสร้างกระแสความนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(157), 1-20. doi: 10.14456/jba.2018.5

- ดิเรก หงษ์ทอง. (2558). พงศาวดารเขมรใน “นิพนธ์วังหน้า”: ความสำคัญต่อการตีความชีวิตของเจ้านายเขมรพลัดถิ่นในสยาม. *วารสารอาารยธรรมศึกษาโขง-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>

3.5 วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ และดุขฎีนิพนธ์

3.5.1 ฉบับพิมพ์

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

3.5.2 จากฐานข้อมูลที่สถาบันบอกรับ คลังข้อมูลสถาบัน ฐานข้อมูลพาณิชย์ และเว็บไซต์ส่วนบุคคล

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

ตัวอย่าง

- เข้มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). *การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กฤษดี ปิยะวัฒน์นนท์. (2546). *โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ). สืบค้นจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- จรัล อุ่นฐิติวัฒน์. (2548). *กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การสำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต, 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>

3.6 รายงาน รายงานการวิจัย

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

ตัวอย่าง

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

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

3.7 เอกสารประกอบการนำเสนอในที่ประชุม สัมมนา รายงานการประชุม

3.7.1 บทความที่เผยแพร่ในรายงานการประชุม

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

3.7.2 บทความที่ออนไลน์ของบทความที่นำเสนอในที่ประชุม

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

3.7.3 บทความ/โปสเตอร์นำเสนอในงานประชุมที่ไม่มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นทางการ

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

ตัวอย่าง

สุภัทตร์ ปัญญา, และสมชาย อารยพิทยา. (2560). การพัฒนาบนฐานข้อมูลสมุนไพรรักษาหอบหืดที่บ้านในภาคเหนือตอนบน. 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. บทความที่สืบค้นจาก <https://hcuconf.hcu.ac.th/download/2017/hcu-conference-2017-abstract-pdf.pdf>

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

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

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

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

3.8 บทความในหนังสือพิมพ์

3.8.1 ฉบับพิมพ์

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

3.8.2 ออนไลน์

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

3.8.1 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). คุยกับทูตโปแลนด์ ผู้ที่เคย Backpack มาเที่ยวไทย เพราะหลงใหลวิถีชีวิต-ผู้คน และการฝึกความอดทนกับสภาพจราจร. *มติชนสุดสัปดาห์*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/column/article_156170

รื้อฟื้น! อดีตลักษณะชุมชน 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>

3.9 เว็บไซต์

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

ตัวอย่าง

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

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

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

234 ถนนชัยมงคล 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>,

E-mail: research_lru@hotmail.com